

1. ТУРИСТИЧЕСКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

1. Същностна характеристика и определение на туристическото предприятие

В икономическата литература предприятието най-често „се представя като стопанско-организационна единица, в която са съсредоточени средствата за производство, които работната сила използва за производствена или друга стопанска дейност“.

От това широко разпространено в теорията определение могат да се разграничат следните основни същностни белези на предприятието:

- *първо* - то е мястото, където става обвързването между отделните елементи на трудовия процес и постигането на единство между тях;
- *второ* - е онова звено в цялостната верига на националното стопанство, в рамките на което предметите на труда се трансформират в готови продукти, предназначени за удовлетворяване на конкретни обществени или лични потребности;
- *трето* - то е основна клетка на възпроизводствения процес, където кристализират съществената част от икономическите отношения в рамките на обществото.

Класическите функции на предприятието, посредством целенасоченото осъществяване на които то реализира своята основна обществена роля, са *производствената* и *търговската*.

Първата намира конкретен израз в създаването на нов продукт под формата на стока, услуга или друг вид благо, а втората - в осигуряване на необходимите условия за срещата му с потребителя. С еволюцията на потребностите и следващото ги развитие на обществените отношения посочените функции придобиват нови качествени характеристики. Дейността на предприятието започва да се простира в непознати до определен етап от развитието на общественото производство сектори, както е и случаят с туризма.

Постигането на определени резултати от туристическата стопанска дейност е свързано преди всичко с изграждането и експлоатацията на специализирана материално-техническа база, както и с усвояването на големи количества оборотни, респективно стокови фондове (суровини, материали, горива, консумативи). Съединяването им с живия труд има като краен резултат създаване на различни услуги и стоки, което приближава туризма до която и да е друга производствена дейност. Подобни аргументи за сходство могат да се приведат и по отношение реализацията на търговската функция на туристическото предприятие. На цялата съвкупност от туристически блага (продукти) противостои една част от паричните фондове на населението. Превръщането им в потребителни стойности с намесата на туристическото предприятие става по същия начин, по който и при всяка друга търговска дейност.

Изпълнението на производствената функция предприятието в туризма наред с общите характеристики, е *белязано и от редица*
особености. *Най-общо те*
се отнасят до следното:

- Туристическото предприятие не създава готова продукция за последващо потребление. Резултатите от неговата дейност имат предимно нематериален характер, поради което е невъзможно запазването им във времето. В качеството си на полезна дейност те губят потребителната си стойност в процеса на своето създаване и консумация, въпреки съвпадението си по време и място. Интеграцията между „производство“ и потребление в туризма също обуславя особеностите в проявлението на функциите на туристическото предприятие.
- Производствената функция на туристическото предприятие има предимно организационно-технологичен характер. Създаването на туристическия продукт или на отделни негови съставки е пряко свързано и зависимо от обслужващи дейности. При тях ролята на организацията и технологията е водеща, докато при производството на материални блага преобладаващи са технико-технологичните характеристики.
- Производствената функция на туристическото предприятие има двояк характер. От една страна тя е свързана със създаването на отделни услуги или стоки: транспортни, хотелиерски, информационни, ресторантьорски, сувенирни и др. От друга страна тя се отъждествява с организирането на туристически пътувания с обща цена. В качеството си на създадени на завършен туристически продукт предприятията, които я осъществяват (туроператорите), „присвояват“ по своеобразен начин различни чужди услуги и в качеството им на изходен „материал“ го обединяват и трансформират в едно

цяло.

Специфика съществува и при реализацията на търговската функция на туристическото предприятие. Тя се проявява предимно в рамките на туристическия отрасъл и в този смисъл е присъща само на туристическите предприятия. Процесите на разделение на труда не са причинили нейното отделяне и обособяване, както в промишлеността, селското стопанство и останалите сектори на материалното производство. За това съдейства и единството в процеса на реализация и потребление на туристическите услуги. Търговци на дребно при реализацията на продукта в туризма са пътническите агенции - типични стопански субекти, създадени само за нуждите на отрасъла. Търговската функция на едро също има особено проявление, защото нейни носители са както първичните „производители“ и доставчици на услуги и стоки (транспортъори, хотелиери, ресторантьори и др.), така и туроператорите. Като вторични създатели на туристическия продукт.

Наред с отбелязаните класически (основни) функции туристическото предприятие осъществява и редица допълнителни и спомагателни такива (експлоатационни, обслужващи, административно-управленски и пр.). Всички те са свързани във времето и пространството в единен и относително завършен технологичен процес. По-конкретно това означава, че всяко предприятие създава ясно разграничени във времето и пространството туристически продукти или техни съставки.

В обобщение на казаното дотук туристическото предприятие може да се определи като: *организационно-правна, стопанска и териториална единица, която участва в процеса на създаване и реализация на специфични по характер блага, предназначени за удовлетворяване на туристически и свързани с тях потребности.*

2. Типология на туристическите предприятия

Широко разпространено и утвърдено в теорията е разграничаването на туристическите предприятия в две основни групи: първични (преки, същински) и вторични. Към първата се отнасят предприятията, които са създадени специално да обслужват туризма и в този смисъл дължат съществуването си на него. Втората група е предназначена да удовлетворява потребностите на местното население. Тяхното функциониране не зависи изключително и пряко от туризма и те могат да съществуват и без него. По силата на обстоятелствата обаче наред с основното си предназначение, те участват и

в процеса на създаване на туристическия продукт. Обвързването им с туризма зависи от степента на развитие на туристическата функция в дадено населено място или територия.

Първичните туристически предприятия могат да се групират по различни признаци, особено място сред които има отношението им към туристическия обект или субект. На тази основа те се разграничават на:

- а) свързани с туристическия обект (място, територия);
- б) свързани с туристическия субект (турист, потребител);
- в) осъществяващи връзката между обекта и субекта в туризма.

Предприятията, които функционират в близост или интеграция с туристическото място, по правило насочват дейността си към създаване на основни и допълнителни туристически услуги или стоки. Те стопанисват производствени ресурси и се групират на: предприятия за пребиваване; специализирани предприятия за туристически транспорт; особен вид производствени предприятия и предприятия за допълнителни услуги.

Предприятията за пребиваване според предмета на своята дейност и предназначението си биват: за настаняване, за хранене и смесени. Възможно е използването и на други признаци за тяхното разграничаване в теорията или практиката. Основен техен представител е хотелът, който е „предприятие, което разполага с пълно обзавеждане за посрещане, организиране на пребиваването и изхранването на своите гости. Предлагането му обхваща пансион, полупансион, стая със закуска (или само стая) и по правило ресторант”

Подобно предназначение имат и останалите предприятия в сферата на традиционното.

Особено място в групата на първичните туристически предприятия за пребиваване заема ресторантът в неговия класически вид или в различните модификации на

заведенията за хранене. В определени случаи той може да е предназначен изцяло за нуждите на туризма, а в други - да задоволява потребностите предимно или само на местното население. По тази причина той може да се причисли и към вторичните туристически предприятия. При това храненето е присъщо на индивида независимо от това, дали той осъществява туристическо пътуване, или не. За ресторанта и неговата принадлежност към едната или другата група туристически предприятия (първични или вторични) може да се съди по степента на участието му в процеса на удовлетворяването на туристическите потребности. Типичен е случаят, когато той се включва пряко в създаването и потреблението на туристическия продукт, респ. когато функционира в пространствено, организационно и икономическо единство с хотела или в границите на туристическо ваканционно селище. Такъв вид туристически предприятия условно могат да бъдат обозначени и като *смесени* (комплексни).

Предприятията за специализиран туристически транспорт по правило също функционират на територията на туристическото място. Те експлоатират съоръжения за вертикален транспорт (въжени линии, ски-лифтове, влекае и др.п.) или традиционни транспортни средства (автомобили, леко корпусни самолети, плавателни съдове, атракционни влачета, файтони и др.). Предлагането им обикновено включва: таксиметрови услуги, отдаване на автомобили под наем (рент-а-кар), краткотрайни обиколки и екскурзии, превоз на скиори и други допълнителни услуги.

Първичните предприятия за търговия на дребно предлагат специализирано търговско обслужване на туристите по време на престоя им в туристическото място. Аналогично на останалите стопански субекти от тази група те подчиняват дейността си на измененията в туристическото търсене. Те осъществяват продажба на типични за туризма стоки, които според предназначението си биват главно три групи:

- сувенири, които имат характер на спомен за времето и мястото на туристическото пътуване и пребиваване;

- стоки с широка известност, които носят характера на националния бит, традиции, фолклор, обичаи или са свързани с особеностите на местната индустрия;

- предмети за потребление, характерни за начина на престой в конкретното туристическо място: плажно-спортни (ски-) принадлежности, плажна козметика, лекарства, цигари, плодове и зеленчуци и др.

Първичните производствени предприятия са предназначени да създават специфични за туристическото потребление стоки, съоръжения, оборудване, консумативи и др. Те функционират като самостоятелни стопански единици или в интеграция с други предприятия в туризма. Според предмета на дейност и вида на своята продукция те обикновено се специализират за производство на: сувенирни изделия; печатни, рекламни и фотоматериали; спортни съоръжения, уреди, дрехи и принадлежности; специализирани транспортни средства и съоръжения (яхти, лодки, водни колелета, летателни апарати); машини и съоръжения за туристически атракции, игри и развлечения; специализирани машини и оборудване за ресторанти, хотели и др.

Предприятията за допълнителни услуги се характеризират с изключително разнообразие. Обикновено те осъществяват търговска експлоатация на специализирани съоръжения и оборудване. По-типични такива предприятия са: игралните казина, културно-развлекателните институции, конгресните и спортните центрове, екскурзоводските и преводаческите бюра, училищата за различни видове спорт, яхт-клубовете, медицинските центрове и мн. др.

Първичните туристически предприятия, свързани със субекта в туризма, функционират по правило в границите или в непосредствена близост до постоянното му местожителство. Това обаче не винаги следва да се възприема като абсолютен и единствен разграничителен критерий. Техните основни функции и предназначение са свързани с подпомагането и улесняването на решение-то за, планирането, подготовката, организирането и провеждането на туристическо пътуване. Най-често те се разграничават на: предприятия за туристическа реклама, застрахователни институти и финансово-кредитни институции.

Предприятията за туристическа реклама (рекламни агенции, къщи) осъществяват дейността си по поръчка на други стопански субекти от или извън системата на туризма за подпомагане и ускоряване реализацията на тяхната продукция. Обвързаността им с потребителя се конкретизира по отношение на самата природа и предназначение на рекламата - умишлено да подтиква потенциалния потребител към доброволно вземане на решение за потребление.

Застрахователните институти могат да бъдат причислени към групата на първичните туристически предприятия само в случай, че тяхната дейност е изцяло насочена и специализирана към нуждите на туристическото потребление. Поради наличието на

множество рискове и застрахователни събития в процеса на осъществяване на туристическото пътуване, се налага сключването на застраховки за: заболяване, смърт или злополука, автокаско, гражданска отговорност, *загуба* или унищожаване на багаж, кражба на вещи, правна помощ и др. В редица случаи се предлага и комплексна туристическа застраховка, която включва и застрахователни събития, свързани с унищожаване на туристическо имущество, сгради и съоръжения, специализирани транспортни средства и др.п.

Финансово-кредитните институции, подобно на застрахователните, могат да се причислят към първичните туристически, ако те непосредствено са ангажирани или специализирани в подпомагане и стимулиране на туристическото потребление. Това може да се осъществи посредством дейности като кредитиране или финансиране (частично или пълно) на пътуването или посредничество при осъществяване на плащанията в туризма. Особено полезни са услугите на тези предприятия, свързани с безкасовите плащания със специализирани кредитни карти или при финансово подпомагане на определен вид туристически пътувания или категории потребители (например от страна на т. нар. „болнични каси“ в Германия).

Особено място и роля в групата на първичните туристически предприятия заемат онези от тях, които *осъществяват връзката между обекта и субекта в туризма*. Те са познати под общото наименование

пътнически агенции,

Които от своя страна се разграничават на *туроператори и посредници.*

Първите се занимават предимно с организирането и провеждането на туристически пътувания с обща цена, а вторите - с реализация на чужди продукти и услуги.

Вторичните туристически предприятия нямат строго разграничени функции от тези на първичните. Те стопанисват материалната база и оборудването в рамките на общата инфраструктура на националното стопанство към отрасли, сектори и дейности извън системата на туризма. В много селища и райони е изключително трудно да се определи кое от тях е с първична и кое с вторична роля за отрасъла. Това зависи най-вече от степента на утвърждаване на туристическата функция в съответната територия. Класификацията на вторичните туристически предприятия по тази причина обхваща аналогични стопански формирания.

Вторичните туристически предприятия се разграничават обикновено в четири основни групи, а именно за: *търговия; обществен транспорт; ресторантьорство; комунално-битово*

обслужване; развлечения и атракции.

Всички те вземат участие и при обслужването на туристите. От особено значение са услугите на пътническият транспорт, чийто дял в туризма непрекъснато нараства.

Функционирането на вторичните туристически предприятия е свързано с редица проблеми, които са следствие предимно от неравномерния характер на туристическото потребление. В определени периоди от годината тези предприятия трябва да обслужват неколкостранно по-голям брой потребители. В този смисъл изграждането на техните производствени капацитети следва да се съобразява с параметрите на върховото натоварване през активния туристически сезон. Това пък е свързано с отрицателни последици за рентабилността и ефективността от експлоатацията им, затруднения и проблеми при организацията и Качеството на обслужването. Решаването им изисква мерки от териториално-устройствен, правен и икономически характер.

3. Ролята на предприятието при удовлетворяване на туристическите потребности

Характерните особености на производството и реализацията в туризма определят различното място и особената роля на стопанските субекти в процеса на създаване на туристическия продукт и удовлетворяването на туристическите потребности. Забележителен феномен е присъствието и участието им по цялата верига и във всички фази на възпроизводствения процес.

В значителна част от туристическите предприятия се осъществява своеобразна *подготвителна дейност*

и се създават отделни (единични) услуги или стоки (нощувка, хранене, транспорт), които пък се използват като изходен „материал“ в по-нататъшния туристически „производствен“ процес. Участието на тази група предприятия намираме предимно в началната фаза от процеса на създаване на глобалния туристически продукт. Поради тази причина те играят предимно *ролята на доставчици и частични създатели на туристическия продукт.*

Такива са предприятията от транспорта, хотелиерството, ресторантьорството, тези за допълнителни туристически услуги и др. Те участват пряко (самостоятелно) или чрез посредник в процеса на реализацията и потреблението на туристическия продукт.

Качествено различна е ролята на онези туристически предприятия, които осъществяват връзката между субекта и обекта в туризма. От една страна те осъществяват

своеобразна „производствена“ дейност, създавайки собствен туристически продукт. Така те дават своя съществен принос в удовлетворяването на комплексната туристическа потребност. От друга страна те стимулират косвено потреблението, като *улесняват и ускоряват срещата между производителя и туриста.*

Двоякият характер на посредническата функция на тези предприятия обуславя и многообразието от конкретни варианти на тяхното функциониране в туристическата практика.

Между двата крайни и същевременно типични случая, описани дотук, могат да се открият и множество *междинни съчетания и модификации.* Така например хотелиерът организира и осъществява предлагането не само на единични основни и допълнителни услуги, но и на краен (завършен) туристически продукт. Хотелиерските вериги или транспортните компании наред с характерните си функции се занимават и с посредничество или с туроператорска дейност. Големите туроператори инвестират в строителството и търговската експлоатация на заведения за пребиваване или собствени транспортни средства (автобуси, кораби и др.).

Особено място в процеса на туристическото потребление е отредено и на предприятията, които свързват дейността си изцяло със субекта в туризма. Те не участват в този процес нито като производители, нито като продавачи (търговци), а като своеобразни *негови агенти, стимулатори или помощници.* Тяхната роля и значение се определят (макар и косвено) най-вече по отношение на реализацията. Рекламата, кредитирането и финансирането на туристическата дейност на туристическите пътувания са призвани да съдействат в това направление. По-особена е ролята на застрахователните предприятия, които функционират в качеството си на *гаранти на туристическото потребление* и на тази основа влизат в икономически отношения и с производителя на туристическия продукт или са негови основни съставни елементи.

Стопанските субекти в туризма участват по различен начин и при формирането на потребителната стойност и стойността на комплексната туристическа услуга. Доставчиците на единични продукти имат решаваща роля и преобладаващ дял в този процес. Туроператорите като продължители на производствените дейности придават завършен вид на продукта, а следователно и на неговата стойност и качествена определеност.

От гледна точка на съотношението между отделните елементи в съдържанието на туристическото потребление основен е *приносът на транспортните предприятия, независ*

имо дали те са първични или вторични за туризма. Като най-слабо може да се оцени участието на търговията на дребно в този процес. С посредничеството на търговците обаче влияние върху стойността и потребителната стойност на продукта в туризма оказват и производителите на стоки за индивидуално туристическо потребление. Картината може да се допълни и с участието на рекламните агенции, които не променят потребителските свойства и качествените характеристики на услугите и стоките, а само представата за тях. Същевременно обаче те допринасят за формирането на тяхната себестойност като елемент на текущите разходи на транспортъора, хотелиера или туроператора.

Останалите първични туристически предприятия (застрахователни, финансово-кредитни) се намесват косвено в процеса на формиране на стойността или потребителната стойност на туристическия продукт.

В съвременното туристическо потребление особено важна роля се отрежда на различните видове предприятия, които създават допълнителни услуги. Те формират характера и облика на туристическия продукт и съдействат в значителна степен за издигане на потребителната му стойност, респективно на неговото качествено равнище. Много от заведенията за пребиваване или транспортните предприятия, които по правило създават и предлагат основни услуги, разнообразяват своите дейности и разширяват съдържателната палитра на своя продукт. Така те създават условия за повишаване на неговата конкурентоспособност и успешно позициониране на пазара.

През последните десетилетия се наблюдават редица качествени изменения в туристическото потребление, които се отразяват и върху ролята на осигуряващите го предприятия. В първичното предлагане в туризма активно се включват и т.нар. „чужди на бранша“ предприятия от промишлеността, банковото дело, търговията и др. Привлечени от възможността за увеличаване на печалбите си, те насочват капиталите си предимно в сферата на реализацията. Вследствие на финансовата си мощ и монополната си роля много от тях изместват от пазара традиционни производители и продавачи. Характерен е примерът с туроператори като „Томпсън“ (Великобритания), „Американ експрес къмпани“ (САЩ), „Некерман унд райзен“ (Германия) и др.

