

Библиотека “Проф. Цани Калянджиев”

Книга трета

**Доц. д-р Светла Ракаджийска,
доц. д-р Таня Дъбева, гл. ас. Стоян Маринов,
докторант Станислав Иванов, докторант Тодор Дянков**

**ПРЕПОЗИЦИОНИРАНЕ НА
ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ
БЪЛГАРИЯ**

2005

**Издаелство “Наука и икономика”
Икономически университет - Варна**

Редакционна колегия

Гл. редактор - проф. д-р ик. н. Бойко Атанасов

Зам.-гл. редактор - проф. д-р ик. н. Тодор Ненов

Членове: проф. д-р ик. н. Калю Донеv, проф. д-р Фотин Марчев,
доц. д-р Иван Кълвачев, доц. д-р Анна Кънчева,
доц. д-р Зоя Младенова, доц. д-р Димо Ангелов,
доц. д-р Иван Желев, доц. д-р Светла Ракаджийска,
доц. д-р Димитър Стефанов

Редакционен съвет

акад. Никола Попов, акад. Петър Кендеров,
проф. д-р Георги Димитров, проф. д-р ик.н. Здравко Ковачев,
проф. д-р ик.н. Николинка Сълова, проф. д-р ик.н. Петко Илиев,
проф. д-р ик.н. Гено Генов, проф. д-р ик.н. Цветан Коцев,
проф. д-р ик.н. Пеню Михайлов, проф. д-р ик.н. Лилия Каракашева,
проф. д-р ик.н. Методи Кънев, проф. д-р ик.н. Атанас Леонидов,
проф. д-р ик.н. Камен Каменов, проф. д-р ик.н. Нигрета Величкова,
проф. д-р ик.н. Асен Ковачев, проф. д-р ик.н. Кирил Тодоров,
проф. д-р ик.н. Александър Димитров, проф. д-р ик.н. Иван Кънчев,
проф. д-р ик.н. Иван Стойков, проф. д-р ик.н. Мойно Мойнов,
проф. д-р ик.н. Атанас Дамянов, проф. д-р Панайот Щерев,
проф. д-р Манол Рибов, проф. д-р Христо Кожухаров,
проф. Андрей Андреев, доц. д-р Стоян Александров,
доц. д-р Евгени Радев, ст.н.с. I ст. д-р ик.н. Гарабед Минасян,
ст.н.с. II ст. д-р Митко Димитров, ст.н.с. II ст. д-р Васил Цанов,
ст.н.с. II ст. д-р Стоян Тотев, ст.н.с. II ст. д-р Матю Матов,
ст.н.с. II ст. д-р Аврам Ескенази

© Светла Ракаджийска, Таня Дъбева, Стоян Маринов,
Станислав Иванов, Тодор Дянков, 2005

ISBN 954-21-0234-8

СЪДЪРЖАНИЕ

Резюме на български език.....	5
Резюме на руски език.....	5
Резюме на английски език.....	6
Резюме на немски език.....	7
Предговор.....	8

Глава I.

Маркетингова концепция за позициониране на туристическа дестинация

1.1. Туристическата дестинация в маркетингов аспект.....	11
1.2. Система на туристическата дестинация от позиция на маркетинга.....	14
1.3. Маркетингов процес на позициониране на туристическата дестинация.....	20

Глава II.

Ситуационен анализ на дестинация България

2.1. Международна макросреда на дестинация България.....	40
2.2. Международна пазарна среда на дестинация България.....	48
2.3. Характеристика на основните пазарни сегменти.....	57
2.4. Световни туристически дестинации /рецептивни пазари/.....	66
2.5. Тенденции в развитието на туристическото предлагане в резултат на променящите се макросреда и туристическо търсене.....	73
2.6. Дестинация България на емитивните пазари.....	76
2.7. Десет рецептивни туристически пазари основни конкуренти на дестинация България.....	83
2.8. Въздействия на макросредата в България за развитие на туризма.....	88

Глава III.
Ресурсна база на дестинация България

3.1. Туристически ресурси на дестинация България.....	93
3.2. Туристическа суперструктура на дестинация България.....	104
3.3. Управление на ресурсната база на дестинация България	115
3.4. Последствия от развитието на туристическата индустрия.....	132

Глава IV.
**Оценка на маркетинговия микс
на дестинация България**

4.1. Основни пазарни сегменти.....	139
4.2. Туристически продуктови линии.....	145
4.3. Ценови позиции на туристическия продукт.....	159
4.4. Канали за разпределение на туристическия продукт.....	182
4.5. Маркетингови комуникации.....	186

Глава V.
**Маркетингова стратегия за репозициониране
на дестинация България**

5.1. Маркетингово планиране на дестинацията.....	197
5.2. Планиране на маркетинговия микс на дестинацията.....	204
Заклучение.....	220
Литература.....	221