



ДО РЕДАКЦИЯТА НА ИНФОРМАЦИОННА АГЕНЦИЯ „ФОКУС“

И

РЕДАКЦИЯТА НА NOVINI.BG

Уважаеми,

С уважение към свободата на словото и правото на журналистите да анализират обществено значими теми, бих искал да изразя своето професионално несъгласие с публикацията „За кафе и обяд понякога е по-изгодно да седнеш с гледка към яхтите в Монако, отколкото в центъра на София или в Созопол“.

Като председател на Българската асоциация за туризъм и експерт с дългогодишен практически опит в българския и международния туризъм, смятам, че подобни публикации създават подвеждащи внушения и не отговарят на принципите на обективния сравнителен анализ.

На първо място, не е методологически коректно цените в единично заведение в Монако да бъдат използвани като основание за извод относно ценовото равнище на цяла държава, още по-малко за сравнение с България. По същата логика могат да бъдат намерени десетки ресторанти в Монако, където цените многократно надвишават тези в София, Созопол или по Българското Черноморие.

На второ място, подобно сравнение не отчита редица ключови фактори – категорията на заведението, неговото местоположение, размера на порциите, качеството на използваните продукти, нивото на обслужване, разходите за персонал, наеми, сезонност и данъчна среда. Без тези показатели подобни заключения не могат да бъдат представени като обективен анализ.

През последните години лично съм посещавал и анализирал туристически обекти в Монако, Франция, Италия, Испания, Гърция, Турция и редица други европейски дестинации. Именно поради това мога категорично да заявя, че твърдението, че Монако като туристическа дестинация е по-евтино от България, е невярно и създава изкривена представа както сред българските граждани, така и сред чуждестранните туристи.

Разбира се, и в България съществуват отделни обекти с необосновано високи цени. Това е проблем, който туристическият сектор не трябва да отрича. Но отделните примери не могат да бъдат използвани за обобщение върху хиляди коректно работещи хотели, ресторанти и туристически обекти, които ежедневно предлагат добро съотношение между цена и качество.

Подобни публикации имат и друго измерение. Те влияят върху международния имидж на България като туристическа дестинация в изключително конкурентна среда, в която страните на Балканите и Средиземноморието инвестират значителни средства в



изграждането на положителен образ. Когато се правят генерални заключения без представителна статистика и без задълбочен анализ, това не допринася за развитието на туризма, а създава негативни внушения към целия сектор.

Българският туризъм има своите предизвикателства и именно затова професионалната критика е необходима. Но тя следва да бъде основана на проверими данни, представителни извадки и обективни сравнения, а не на единични примери, които лесно могат да доведат до погрешни обществени изводи.

Вярвам, че медиите и туристическият сектор имат обща цел – България да бъде конкурентна, уважавана и предпочитана туристическа дестинация. Това може да се постигне единствено чрез професионален, балансиран и отговорен обществен дебат.

С уважение,

д-р Ивелин Кичуков

Председател на Българската асоциация за туризъм