

Вася Верчова Янева

**ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ
НА ДЕСТИНАЦИЯ ОБЩИНА САМОКОВ**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на дисертация за присъждане на образователно-научна степен „доктор“

Професионално направление: 4.4. Науки за Земята (География на
рекреацията и туризма)

**Научен ръководител:
Проф. дгн Мария Стаматова Воденска**

София, 2024 г.

Дисертационният труд е обсъден на разширено заседание на катедра „География на туризма“ на Геолого-географския факултет на Софийски университет „Св. Климент Охридски“, проведено на 18.09.2024 г. и е предложен за защита пред специализирано жури в състав:

1. Проф. д-р Мариана Асенова
2. Проф. дн Климент Найденов
3. Проф. д-р Николина Попова
4. Проф. д-р Боян Кулов
5. Доц. д-р Десислава Вараджакова

Дисертационният труд е в обем 227 страници (без приложенията и библиографията), включващи 26 таблици и 61 фигури. Структуриран е в следния ред: увод, пет глави, заключение, библиография с 365 източника, от които 90 на кирилица, 275 на латиница, 14 интернет източника и 5 приложения.

Защитата на дисертационния труд ще се състои на Г. от Ч. в на заседание на определеното жури.

Материалите по защитата са публикувани на страницата на Софийския университет и са на разположение на интересуващите се в Деканата на Геолого-географски факултет, кабинет 254, етаж II (северно крило) на Ректората на Софийски университет „Св. Климент Охридски“.

ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1.1 Актуалност на изследването

Туристическата индустрия се превръща в един от най-големите световни икономически сектори. Приходите от туризма вече представляват огромен дял от глобалната икономика и тенденциите показват, че тази насока на развитие ще продължи. В същото време, туристическите дестинации по света започват да осъзнават ползите, които туризмът носи на даден регион. Това не означава обаче, че туризмът няма свои недостатъци. Масовият туризъм често бива фатален за дадена туристическа дестинация. Злоупотребата с природни ресурси, замърсяването, социалното напрежение и икономическата нестабилност са само някои отрицателни последици, до които туризмът може да доведе. Алтернативните видове туризъм, като екотуризъм, туризмът с цел посещение на културни обекти, опазване на природата, образователна цел или посещение на събития, са само някои от възможностите, които една дестинация може да включи в своя туристически план. Тези туристически продукти дават на туриста нов тип преживяване, като същевременно създават устойчива икономическа основа и възможности за опазване на природните и културните ресурси. Днешните туристи търсят нещо повече от почивка – преживяване за цял живот. С достатъчно подготовка почти всеки район може да стане постоянно примамлива туристическа дестинация.

В това отношение туристическият продукт, ситуиран в определена туристическа дестинация трябва да се планира внимателно, постоянно да се диагностицира неговия статус в жизнения му цикъл (в каква фаза се намира) и да бъде подлаган на оценка. Да се развива в посока и с цел да запази ползите не само за туристите и туристическата индустрия, но и за социалната и природна среда като цяло, т.е. развитието на туризма да бъде устойчиво.

Актуалността на темата се подкрепя и от обстоятелството, че основният туристически продукт – зимният ски туризъм на община Самоков е силно застрашен от прогнозираните изменения на климата, а така също тя отговаря на изискванията на Националната стратегия за туризма в България до 2030 г. а именно – България да развива целогодишен туризъм през четирите си сезона.

1.2 Предмет, обект, цел, задачи, изследователски въпроси и хипотеза

Обектът и предметът в дисертационния труд се разглеждат в два аспекта – теоретичен и емпиричен.

А) В теоретичен аспект **обект** е *туристическата дестинация, съдържаща в себе си туристическия продукт* като явление, а **предмет** – *жизненият цикъл на туристическия продукт и на туристическата дестинация.*

Б) В емпиричен аспект – **обект** е *туристическата дестинация* община Самоков със своя *туристически продукт* и неговите разновидности; **предмет** са *жизнените цикли на тази дестинация и нейните продукти* (респ. етапът от жизнения цикъл, в който те се намират).

Цел на изследването:

Да се определи етапа на жизнения цикъл, на който се намира туристическият продукт на дестинация община Самоков.

Задачи на изследването:

1. Да се изясни теоретично същността на понятията *туристически продукт и туристическа дестинация.*
2. Да се изясни теоретично същността на понятията *жизнен цикъл на туристическия продукт и жизнен цикъл на туристическата дестинация.*
3. Да се проучи и анализира научната литература, касаеща горните понятия, като се обърне специално внимание на еволюцията на понятията и критиките към отделните схващания.
4. Да се представи общо описание на община Самоков като туристическа дестинация.
5. Да се изследват и анализират основните показатели, определящи етапа от жизнения цикъл на туристическата дестинация.
6. Да се установи емпирично етапа на жизнения цикъл, в който се намира туристическа дестинация Самоков.
7. Да се анализира влиянието на рискови явления на примера на пандемията КОВИД-19 върху еволюцията на туристическите дестинации и промените в етапите на техния жизнен цикъл.
8. Да се представи и обоснове модел на жизнения цикъл на туристическия продукт на дестинация община Самоков.

Към целта и задачите са формулирани следните изследователски въпроси:

1. Необходима ли е ревизия на вече известните модели на жизнения цикъл на туристическите дестинации?
2. Динамиката на кои показатели и параметри най-добре илюстрират еволюцията на туристическите дестинации?

3. Доколко моделът на ЖЦТД може да служи за планиране и управление на туристическите дестинации?

Формулирана е следната хипотеза:

Жизненият цикъл на туристическия продукт и на туристическата дестинация се определя от жизнените цикли на туристическите субпродукти и териториалните образувания в нея. Най-често или почти винаги те се намират на различни етапи от жизнения си цикъл. Следователно туристическата дестинация и нейният продукт могат да се намират на повече от един етап от своя жизнен цикъл.

1.3 Методи

Използваните в дисертационния труд методи са: анализ, подбор, синтез и систематизация на научни публикации; анализ на вторични данни; количествен анализ; индукция и дедукция, съставяне на собствени въпросници за проучване на нагласите и възприятията на заинтересованите страни; провеждане на самостоятелно анкетиране на част туристическия сектор; самостоятелно провеждане на полуструктурирано интервю с ключови информатори на терен; сравнение и обобщение; наблюдение на терен.

1.4 Структура и съдържание на дисертационния труд

УВОД

I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

I.1. Характеристика на понятията туристически обект, туристически продукт и туристическа дестинация

I.1.1. Същност на туристическия продукт (ТП)

I.1.2. Структурни елементи на ТП

I.1.3. Туристическа дестинация (ТД)

I.1.4. Същност и обхват на туристическата дестинация

I.1.5. Елементи на туристическата дестинация

I.1.6. Граници на туристическата дестинация

I.1.7. Йерархия на туристическите дестинации

I.2. Методика на изследването

I.2.1. Териториален обхват на изследването

I.2.2. Съдържателен обхват на изследването

I.2.3. Използвани методи в научното изследване

I.2.4. Използвани източници на информация

1.2.4.1. Вторична информация

1.2.4.2. Първична информация (собствени проучвания)

II. ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ И ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ

II.1. Жизнен цикъл на туристически продукт (ЖЦТП)

II.1.1. Конкретни криви на ЖЦП

II.1.2. Модификации (разновидности) на класическата крива

II.2. Жизнен цикъл на туристическия продукт и портфолио-матрица

II.3. Жизнен цикъл на туристическата дестинация (ЖЦТД)

II.3.1. Критики и допълнения към модела за ЖЦТД на Butler (no Lagiewski, 2006)

II.3.2. Стратегии за избягване на етапа на упадък и евентуално смърт на дестинацията

II.3.3. Приложимост на модела на ЖЦТД

III. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА САМОКОВ

III.1. Географско положение и природоресурсен потенциал

III.2. Антропогенни туристически ресурси

III.3. Основни туристически териториални образувания в община Самоков

III.3.1. Национален курорт Боровец

III.3.2. Село Белчин – Белчин бани и Цари Мали град

III.3.3. Курорт Мальовица

III.3.4. Селата Бели Искър, Говедарци, Маджаре и Мала Църква

III.3.5. Град Самоков

III.4. Социално-икономическо развитие

III.5. Управление на туризма в община Самоков

IV. СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА САМОКОВ

IV.1. Туристическо развитие на община Самоков

IV.1.1. Абсолютни показатели за туристическо развитие

IV.1.2. Показатели за интензивността на туристическото развитие

IV.1.3. Показатели за структурата и типа на туризма

IV.2. Емпирично изследване

IV.2.1. Неструктурирани интервюта на ключови информатори

IV.3. SWOT анализ на туризма в община Самоков

V. ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ НА ДЕСТИНАЦИЯ ОБЩИНА САМОКОВ

V.1. Изследвания на жизнения цикъл на туристически дестинации в България

V.2. Жизнен цикъл на туристическата дестинация община Самоков

V.2.1. Жизнен цикъл на национален курорт Боровец

V.2.2. Туристически субпродукти в дестинация община Самоков

V.3. Изводи и обобщения

V.4. Насоки за по-нататъшно устойчиво развитие на туризма в туристическа дестинация община Самоков

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

БИБЛИОГРАФИЯ

ПРИЛОЖЕНИЯ

СИНТЕЗИРАНО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧНИ ОСНОВИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

В тази глава са разгледани теоретичните основи на изследването, като са изяснени двете основни понятия, използвани и разглеждани в дисертацията и свързани с постигането на нейната цел – туристически продукт и туристическа дестинация.

I.1. Характеристика на понятията туристически обект, туристически продукт и туристическа дестинация

Представени са и са коментирани дефиниции на понятията, които се споделят от автора, и са използвани в останалата част от дисертационния труд.

I.1.1. Същност на туристическия продукт (ТП)

Разкрита е същността на туристическия продукт. Приема се, че понятието *туристически продукт* е производно (а във формално логически смисъл *видово*) по отношение на понятието *продукт* (което е *родово*).

Прегледът на различните литературни източници води до констатацията, че авторът подхожда към разкриване съдържанието на понятието ТП по два основни начина – *дефинитивно* и *описателно*.

След анализа на отделни публикации, авторът приема схващането на Маринов (1997), който оприличава продукта на атом (атомарния модел). Ядрото представлява ландшафта в широк смисъл – природен ландшафт, културен ландшафт и обща инфраструктура. В периферията се разполагат съоръженията и услугите за задоволяване

на туристическите потребности – вторичното предлагане – настаняване, хранене, туристическа инфраструктура и др.

М. Асенова и съавтори (2013) посочват един важен аспект от същността на ТП, а именно, че *„той означава различни неща в зависимост от гледната точка”*, т.е. в зависимост от това кой го предлага.

Освен това се посочва, че туристическият продукт притежава различни *нива* при задоволяване потребностите и желанията на туристите.

Рибов (1997) подчертава като съществена особеност на ТП тази, че той е *„резултат от трудова дейност“*.

Едно от най-пространните описания на особеностите на ТП предлага Е. Александрова (2005). Тя ги определя като *„специфики, характеризиращи туристическия продукт”*.

Подобно подробно изброяване на „по-важните характеристики на туристическия продукт” предлага и Н. Кръстева (2005), при което са неизбежни някои повторения с други авторови мнения: *съчетание на материални и нематериални форми; многообразие; комплексност; гъвкавост; неосезаемост; неразделност; вариантност; нестоков характер; неповторяемост, недълготрайност, невъзможност да се съхрани и складира; сезонност; ограничено потребление във времето; необходимост от участие на клиент, за да произтече (да се случи); локален характер и териториална сегментация.*

В резултат на горния анализ и за нуждите на настоящето проучване можем да формулираме следната дефиниция: ***Туристическият продукт е комплексно явление, хетерогенна съвкупност от ландшафт в широк смисъл и периферни стоки, услуги, дейности и други, формиращи разнообразни субпродукти, предлагани на туристите за задоволяване на техните потребности.***

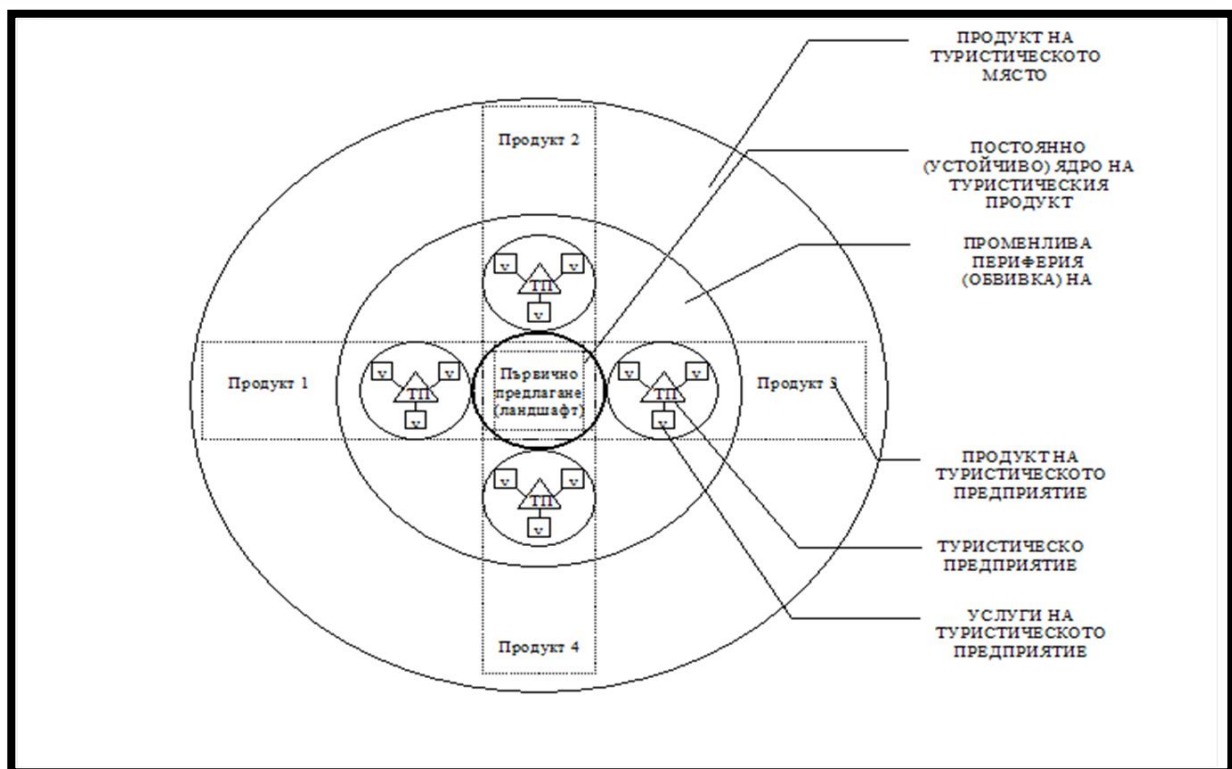
1.1.2. Структурни елементи на ТП

Според Д. Доганов (2000) няма и досега стройна теория за естеството и структурата на туристическия продукт. Една от причините за това е твърде широкия обхват на самото понятие „турист”, а оттам – и още по-широкото разбиране за продукта, предназначен да удовлетвори този турист. Липсата на „стройна теория” относно структурата на ТП затруднява създаването на авторова теза по въпроса, а тя произтича от задачите на емпиричното проучване.

Ето защо в дисертацията са разгледани някои утвърдени в литературата становища на специалистите - Доганов (2000), Хоукинс и Ламороу (2001), Александрова (2005), Ascerenza (по Доганов, 2000), Асенова и др.(2013) и др.

Приемаме, че „създаването на туристически продукт може да се разглежда като ефективно съчетаване на отделните компоненти на туристическото предлагане в пакет от туристически услуги, който носи по-голяма полза на туриста от ползите на съставните му елементи (Александрова, 2019).

Направеният преглед на мнения за структурата на ТП доказват извода, че по въпроса няма единомислие между специалистите. Във връзка със замисъла на дисертационния труд приемаме за целесъобразен „атомарния” вариант на структурата.



Фиг. 1. Схема на туристическия продукт (Маринов, 1997, по идея на Tschiderer, 1980)

1.1.3. Туристическа дестинация

Туристическа дестинация е дефинирана специално в т.13 на Допълнителните разпоредби на Закона за туризма по много по-различен начин, а именно: „Туристическа дестинация” е регламентирана съвкупност от икономически, социални и културно-екологични дейности, осъществявани в туристически обекти с реални граници, с цел създаване, реализация и потребление на стоки и услуги, формиращи атрактивността на туристическия продукт (пакет) с устойчива конкурентоспособност и ефективност.

Славейков и Найденов (2009) приемат, че това е „територия с определени граници, която може да привлича и удовлетворява туристическите потребности на голяма група туристи”, като доуточняват, че дестинация може да бъде и *селище* в рамките на тази територия. Според тях важните въпроси за разбиране същността на туристическата дестинация са: *при какви условия дадена територия или селище могат да се квалифицират като дестинация; кои са особеностите на всяка дестинация и какви типове дестинации има*. Определят като важни 3 вида условия, 4 вида особености и 3 типа дестинации.

1.1.4. Същност и обхват на туристическата дестинация

Bieger (1997) дава достатъчно пълна дефиниция, основавайки се на разбиранията на СТО от 1993 г. и на множество автори като Freyer (1993), Kaspar (1991), Inskoop (1991) и др. (по Доганов, 2000)

Туристическата дестинация е „географско пространство (място, селище, регион), което се избира от съответния посетител (или сегмент от посетители) като цел на туристическото пътуване, разполага с необходимите за престоя съоръжения за настаняване, хранене, развлечения и други рекреационни дейности и е действителния продукт и конкурентна единица в туризма, която трябва да се управлява като стратегическа бизнес единица (Bieger, 1997).

WTO (2007) посочва, че оптималното за управление равнище на дестинация е субнационалното (регионално и местно) и, че туристическата дестинация има физически и административни граници.

1.1.5. Елементи на туристическата дестинация

Анализирани са елементите на ТД. Основният извод, който се налага е, че туристическата дестинация включва не само елементите на Системата на туризма и отдиха, но и цялата местна среда. В тази връзка изключително ценен е моделът на системата на туризма и нейната среда, предложен от Маринов (2003). В този модел дестинацията включва териториалната система на туризма и нейната местна среда, т.е. дестинацията е пространство или територия, с всички нейни характеристики.

Разгледани са и различните видове граници на ТД – географски (административни и природни), културни, исторически, икономически, социо-културни и функционални.

1.1.6. Граници на туристическите дестинации

С границите и ясната йерархия на ТСОТ се занимава най-вече науката География на туризма. Затова авторът е избрал географски административни граници, които са точни и спомагат да се представи методично и изчерпателно въпроса за жизнения цикъл

на дестинация Самоков в общински граници. Не е маловажно също обстоятелството, че вторична туристическа информация може да бъде намерена изключително и само на общинско ниво.

Независимо от различните аспекти на определяне на границите, повечето автори и изследователи поставят граници за целите на изучаването, анализа и управлението, т.е. дестинацията за целите на предлагането трябва да бъде дефинирана в определени граници.

1.1.7. Йерархия на туристическите дестинации и дискуссионни модели

В туристическите райони обикновено се съдържат повече от една дестинации, свързани помежду си с коридори. Те са в “отношение на съподчиненост”, като формират териториални йерархични равнища – местни дестинации, регионални, национални и наднационални. Съседни местни дестинации могат да си взаимодействат и да се обединяват, за да формират такива от по-висок ранг (регионални туристически организации) или туристически райони, които поради значителния си обхват могат да бъдат по-лесно идентифицирани и разпознати на международния туристически пазар. От изключителна важност според разгледаните дефиниции е да се идентифицира правилно не само териториалния обхват, но и субекта на управлението, който има възможността да използва различните инструменти за въздействие с цел реализиране на стратегията за развитие на туризма в дестинацията.

Разгледани са и няколко дискуссионни модела на ТД – Freichtling (2002), Ritchie, Crouch (2002).

В заключение може да се обобщи, че тези две основни понятия от теорията на туризма – туристически продукт и туристическа дестинация са динамични в различна степен. Туристическият продукт, макар и нееластичен, е податлив на промяна, при него цикличността е ясно установима и недискуссионна, докато Туристическата дестинация, като териториална формация, в която има природни компоненти, има относително стабилна и много по-трудно определяема динамичност. Пример за това е глобалното затопляне и ефектите му върху туризма и живота като цяло, факт, който дори да се познава добре от учените, не може да се предвиди с яснота, която да позволява процесът да се обърне. Именно ландшафтът (ядрото), част от което е климатът, е най-устойчивата част, която трябва да се изучава и да се управлява стратегически далновидно, за да се постигне устойчиво развитие на туристическата дестинация. Един от начините е да се установи емпирично жизненият цикъл на туристическия продукт и като резултат от това да се установи жизненият цикъл на туристическата дестинация.

Можем да обобщим, че туристическата дестинация е географско понятие, свързано с ясно определена територия и включващо в себе си ландшафта в широк смисъл, както и понятието туристически продукт.

I. 2. Методика на изследването

I.2.1. Териториален обхват на изследването

Изследването обхваща територията на община Самоков, която в случая се разглежда като туристическа дестинация.

I.2.2. Съдържателен обхват на изследването

За постигането на основната цел бяха извършени самостоятелни проучвания в отделни етапи – 4 на брой.

Първият етап е въвеждане в тематиката на разработката – уточнява се теоретичната рамка и се разглеждат основните понятия и постановки. Извършва се задълбочен литературен обзор предимно в англоезичната чуждестранна литература. Изяснява се основният теоретичен модел, който ще се използва (Butler, 1980) и се анализират основните подходи и критики към него.

Вторият етап представлява анализ на туристическия потенциал и на туристическото развитие на община Самоков и се основава изключително и само на вторична информация. Анализирано е развитието и управлението на туризма.

Третият етап представлява набор и обработка на първични данни, които допълват информацията, свързана с нагласите и възприятията на различни участници в местното туристическо развитие, а именно местният туристически бизнес и местната власт, културни институции и други. Те са изследвани посредством няколко отделни проучвания под формата на полуструктурирани интервюта с помощта на два въпросника – за местния туристически бизнес и за ключовите информатори. Интервютата са осъществени през голям времеви период – 2014 и 2023 (2024) години. Направено е сравнение между резултатите от двете проучвания. Разработен е SWOT анализ на туристическа дестинация Самоков.

В четвъртия (финален) етап е определен жизнения цикъл на туристическа дестинация община Самоков, на нейния туристически продукт и териториални туристически образувания. Направен е задълбочен литературен обзор на научните публикации на български автори по темата, изследвана е динамиката на различните туристически показатели в рамките на четири времеви етапа – 2008-2014 г., 2014-2019 г., 2020-2021 г., 2021-2023 г. В резултат, на базата на анализа на тази динамика по периоди и на експертната оценка на автора, са определени етапите на туристическото развитие и

на жизнения цикъл на дестинация община Самоков, нейните туристически субпродукти и териториални образувания, представени като отделни графики. Отчитайки резултатите от проучването е са формулирани изводи, направено е обобщение на проблемите и са очертани насоките за тяхното разрешаване.

1.2.3. Използвани методи в научното изследване

Изследователският процес е основан на широк набор от методи за набиране на първична и вторична информация. Използвани са традиционни методи за обработката и анализа на съществуващи публикации и документи – анализ на литературни източници и ведомствени документи, анализ на статистически данни, научен анализ и синтез. За определяне нагласите на ключови заинтересовани страни е използвано полуструктурирано интервю с цел набиране на специфична информация за проучването (Дограмаджиева, 2003, 2011, 2018).

1.2.4. Използвани източници на информация

1.2.4.1. Вторична информация

1.2.4.2. Първична информация (собствени проучвания)

Ограниченията на изследването произтичат най-вече от липсата на достатъчно и адекватна вторични информационни и статистически източници за достатъчно дълъг период от време и нежеланието на част от представителите на туристическата индустрия, (най-вече дребните собственици на места за настаняване) да се включват в емпиричното проучване и да предоставят информация за своята дейност.

II. ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ И ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ

В тази глава са анализирани различни аспекти на жизнения цикъл на туристическия продукт (ЖЦТП) и на жизнения цикъл на туристическата дестинация (ЖЦТД). Направен е опит за установяване на паралелни сходства между тях и за установяване на тяхната съподчиненост.

II.1. Жизнен цикъл на туристически продукт (ЖЦТП)

Идеята за сходството между жизнения цикъл на човека (а и на биологичните системи въобще) и развитието на продажбите на някаква стока (продукт) датира от втората половина на 60-те години на XX век. Като изследват много емпирични данни Т. Levitt, по-късно и други автори, установяват, че класовете продукти, отделните стоки и дори конкретните търговски марки преминават през четири фази: въвеждане, растеж, зрялост (насищане) и спад. Levitt (1965) предлага концепция за сходство между стоките

на пазара и жизнения цикъл на биологичните системи и на човека.

По-нататък в глава Втора са разгледани в детайли особеностите на различните етапи от ЖЦП, като се акцентира върху следните негови особености, имащи пряко отношение и до жизнения цикъл на туристическия продукт - *определянето на началото и края на всеки от четирите етапа е малко произволно и няма точно определена дължина на ЖЦП.*

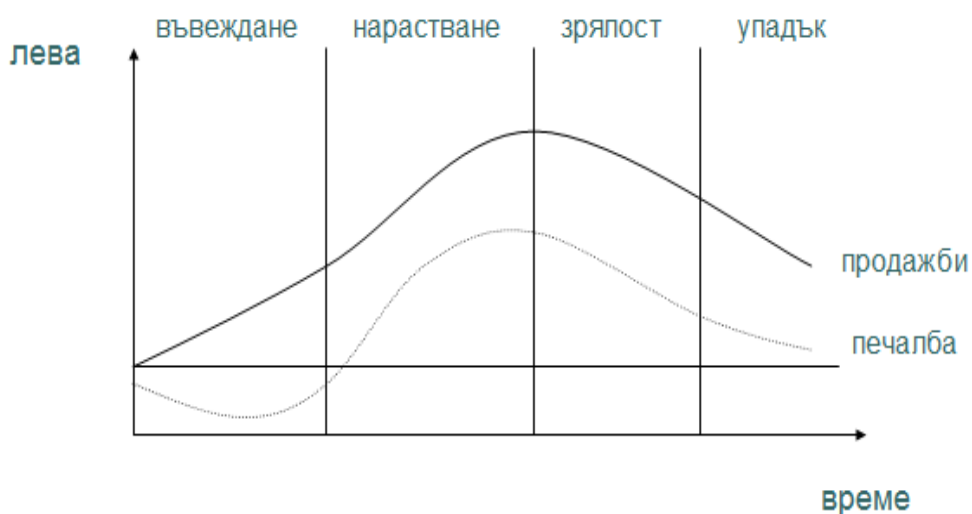
II.1.1. Конкретни криви на ЖЦП

Конкретните криви на ЖЦП изразяват етапите (фазите) в развитието на конкретни продукти.

II.1.2. Модификации (разновидности) на класическата крива

Класическата крива показва най-общата схема за жизнения цикъл на продукта (включително и на туристическия). По различни причини обаче някои продукти се отклоняват повече или по-малко от този образец. Разгледани са различни примерни модели.

II.2. Жизнен цикъл на туристическия продукт и портфолио-матрица



Фиг. 11. Жизнен цикъл на продукта (Levitt, 1965)

Разработването на продуктови програми е известно като *портфолио-анализ* (Portfolio analysis). Той е разработен и приложен за пръв път от Бостънската консултантска група, създадена от Брус Хендерсън през 1970 г. Всеки туристически продукт се пласира (разполага) върху матрицата на Бостънската консултантска група, съобразно два критерия – годишно нарастване на пазара и пазарния дал на фирмата. В тази матрица отделните продукти се обозначават като стратегически бизнес зони. Така

се очертават четири вида туристически продукти – звезди, дойни крави, проблемни деца и кучета.

Анализите на явлението жизнен цикъл на туристическия продукт и кривите, чрез които се изразява неговата позиция на пазара, водят до следните заключения:

1. Жизненият цикъл на туристическия продукт има същите етапи, присъщи на жизнения цикъл на продуктите въобще. Това може да се илюстрира чрез класическата крива на ЖЦТП.
2. Възможни са варианти на класическата крива при някои туристически продукти.
3. Туристическите продукти могат да се квалифицират и според портфолио-матрицата на Бостънската консултативна група като: „продукти-звезди”; „проблемни деца”; „дойни крави” и „кучета”.

Познаването на жизнения цикъл на продукта е тясно свързано с управлението и маркетинга на организациите и служи за анализ и въвеждане на модификации, и нови продукти на пазара. Това се отнася в пълна сила за туристическия продукт, който е сложен, комплексен, хетерогенен и зависи от бързо променящото се потребителско търсене. Слабата еластичност на продукта и еластичното туристическо търсене особено на международните пазари поставя предизвикателства пред развитието на туризма особено на дестинационно ниво.

III.3. Жизнен цикъл на туристическата дестинация (ЖЦТД)

Идеята за жизнения цикъл на туристическата дестинация по своята същност е развитие на идеята за ЖЦТП. Тя използва класическата „S“ крива и е базирана на капацитета на ресурсите.

Всеизвестен създател на ЖЦТД и неговата крива е Butler (1980). Самият той признава, обаче, че пръв Christaller (1963) описва непрекъснатия процес на еволюция на туристическите зони.

Butler (1980) описва развитието на дестинацията като серия от етапи, определени от броя на посетителите и развитата инфраструктура. Той пръв предлага концепция за изследване на Жизнения цикъл на туристическата дестинация (Tourism Area Life Cycle - TALC) чрез линейно измерване на броя на туристите. Туристическите територии са динамични, непрекъснато променящи се и еволюират. Те преминават през 6 фази (някъде са 7):

- Етап на Проучване
- Етап на Включване
- Етап на Развитие

- Етап на Укрепване (Консолидация)
- Етап на Застой (Стагнация)
- Етап на Упадък / Обновяване

Оригиналният модел няма фиксирана времева скала, прието е, че на някои дестинации може да отнеме век или повече, за да преминат през цикъла (Butler, 2011).

Целта на модела е да привлече вниманието към динамичния характер на дестинациите и да предложи обобщен процес на развитие и потенциален упадък, който може да бъде избегнат чрез подходящи интервенции (на планиране, управление и развитие), или управлението на ресурсите.

По-нататък в главата са анализирани и други модели на ЖЦТД.

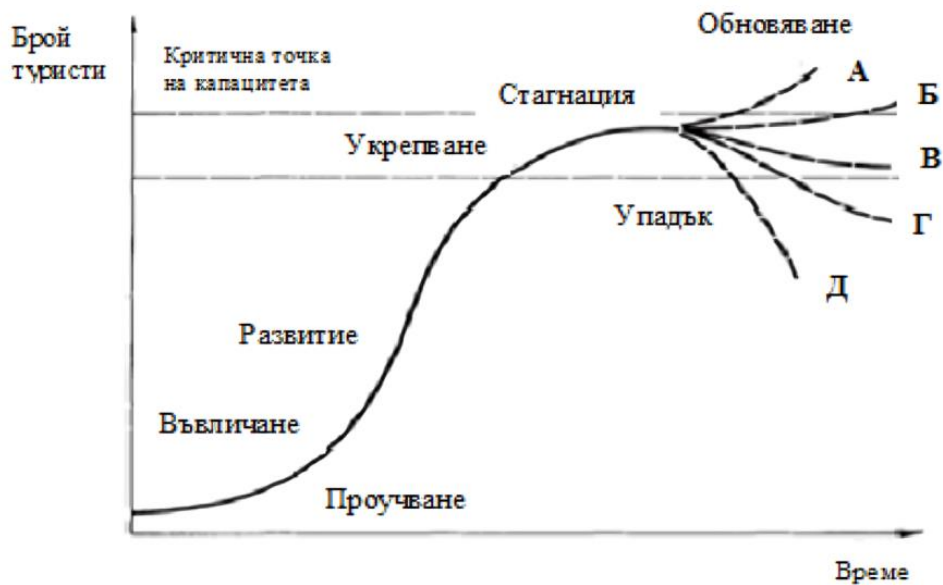
Пионерната концепция за ЖЦТД на Butler (1980) е прилагана, доразработвана, допълвана и критикувана от самия автор и много световни и български учени. Независимо от всички критики ЖЦТД се използва и надгражда като теория и инструмент не само във всички географски (териториални) проучвания, но и в икономическите, социологически и други анализи от академично до практико-приложно ниво.

II.3.1. Критики и допълнения към модела за ЖЦТД на Butler (no Lagiewski, 2006)

Тук са представени някои критики и допълнения към класическия модел за ЖЦТД на Butler. Основните критики към Butler са свързани с броя на етапите, определяне на преминаването от един етап в друг, показателите, използвани за определяне на етапа, кога настъпва Упадък, може ли една дестинация да се намира едновременно в повече от един етап и пр.

Има редица критики относно невалидността или недостатъците на модела и алтернативни подходи. Твърди се, че моделът е по същество само теоретичен, въпреки че други (напр. Getz, 1992) подкрепят неговата уместност в планирането на туризма. Prosser (1995) отбелязва редица критики към модела, свързани с ограниченията по въпросите на капацитета, ограниченията на самия модел на жизнения цикъл, липсата на емпирични доказателства и ограничената практическа полезност.

Той обаче заключава (1995) „Обширната критика, отправена към концепцията за жизнения цикъл на курорта, не показва никакви признаци, че разубеждава изследователите да приемат модела като рамка за своите изследвания... оригиналният модел оцелява до голяма степен непокътнат и според някои предлага перспектива за по-нататъшно развитие”.



Фиг. 22. Жизнен цикъл на туристическата дестинация (Butler, 1980)

Въпреки че не всички произведения, цитирани в литературата, са обсъдени подробно, направен е опит да се включат всички, отнасящи се до статията на Butler (1980). Както бе споменато във въведението, произведенията, които се отнасят до създаването на оригиналната работа на Butler, са изброени, тъй като те са важни за генерирането на концепцията на Butler, но само публикувани произведения, специално използващи модела на Butler, са обсъдени подробно. Трудове, свързани с общата теория на жизнения цикъл на продукта, са пропуснати.

Prideaux (2000) обобщава 7 основни критики към ЖЦТД на Butler: скептицизъм, че развитието на дестинацията може да бъде описано само чрез един, единствен модел; критика на модела за ЖЦТП; критика на капацитета на натоварване; липса на емпирични доказателства, подкрепящи модела; проблеми с неговото прилагане за бъдещо туристическо планиране и точната форма на кривата и определяне на преходните точки от един етап към друг. Също така авторът отправя критика към факта, че само един показател е използван, за да позиционира дестинацията в определен етап.

Друг аспект е значителната дискусия относно точността на ЖЦТД при илюстрирането на зрелите етапи на развитие на дестинацията и дали има нужда от добавяне на допълнителни етапи към модела.

Независимо от тези критики, отправени от различни изследователи, моделът на ЖЦТД на Butler е използван често в туристическата научна литература.

II.3.2. Стратегии за избягване на етапа на упадък и евентуално смърт на дестинацията

Повечето изследователи са съгласни, че в края на краищата, в жизнения цикъл на всяка дестинация идва известна стагнация или упадък. За съжаление няма широк консенсус относно индикаторите, които служат за идентификация на етапа, на който дестинациите се намират. За сметка на това съществува консенсус за това, че обновяването може да бъде успешно, само ако има пълна промяна на туристическите атракции в дестинацията (Cooper, 1990, 1992). Затова е много важно знаците на стагнация да бъдат разпознати навреме. Също така се подчертава, че стагнацията и упадъкът могат да бъдат избегнати само когато е налице разбиране, че подходите от миналото няма да проработят в бъдеще (Faulkner, 2003).

Butler (2005) също посочва, че за успешно обновяване на дестинацията е необходима пълна промяна на нейните туристически атракции. Засега само две стратегии се оказват печеливши: 1) добавянето на антропогенни атракции и 2) включването на нови природни ресурси (Butler, 2005). Понякога пълната преориентация на дестинацията, както Butler предлага, може да е невъзможна поради финансови или политически причини. Затова Agarwal (1994, 2002) предлага допълнителен алтернативен етап след стагнацията, т.нар. „пренасочващ“ етап, в който се прилагат усилия за обновяване на дестинацията. Този етап е от особена важност за дестинации, в които не може да бъде идентифициран ясно етапът на стагнацията (Butler, 2005).

II.3.3. Приложимост на модела на ЖЦТД

Относно методиката на приложение на ЖЦТД като научно-изследователски метод Naywood (1986) смята, че моделът на жизнения цикъл е приложим както към големи географски региони, така и към малки селища, и дори към отделни туристически съоръжения, стига това да е целесъобразно и да има достъп до необходимата информация. Основно изискване е обхватът на дестинацията да бъде изрично посочен, защото от него зависи подбора и интерпретацията на необходимата информация. Към това трябва да се добави, че в рамките на една дестинация могат да съществуват ареали и продукти в различна фаза на развитие, чието отчитане или пренебрегване зависи от нивото на генерализация.

Вторият въпрос опира до избора на показатели за измерване и оценка на туристическото развитие, въз основа на които дестинацията да се отнесе към един или друг етап от жизнения цикъл. Авторитетните автори са единодушни, че е необходимо да се използва широк набор от количествени и качествени показатели за състоянието и

тенденциите на търсенето и предлагането, да се отчита конкуренцията, както и външните за дестинацията икономически, политически и други фактори, влияещи пряко или косвено върху развитието на туризма. Това извежда на дневен ред проблема за набирането на туристическа информация и боравенето с нея (в т.ч. събиране на разнообразни данни, тяхното удачно комбиниране и интерпретиране за целите на надеждния анализ).

Както посочва Дограмаджиева (2004) полезен ориентир при подбора, подреждането и оценяването на данните е разработената от Cooper (1997) матрица за определяне етапа на развитие на дестинациите. В нея са включени ориентировъчни количествени и качествени параметри за състоянието на търсенето, предлагането и туристическия маркетинг в отделните фази. Тя е относително проста и е адаптивна към различни дестинации, тъй като не съдържа абсолютни стойности и фиксирани прагови нива на количествените показатели. Етапите на жизнения цикъл в матрицата са сведени до четири, чрез логичното им групиране, с оглед на подходящите за тях стратегии на развитие.

D.Buhalis в своя труд „Маркетинг на конкурентната дестинация на бъдещето“ (2000), базирайки се на концепцията на Butler от 1980 г., и на по-късни теоретични разработки по въпросите, свързани с маркетинга и управлението на дестинациите, разработва теоретичен модел, синтезиращ няколко академични модела. Той предлага Матрица, основана на синтеза на няколко академични модела за етапите, през които преминава дестинацията и как това влияе върху туризма. В основата на матрицата са шестте етапа на жизнения цикъл, „s” кривата на жизнения цикъл на дестинацията, която е функция на разликите между търсенето и предлагането.

Концепцията на Buhalis (2000) и разработената от него Матрица дава възможност за определяне на етапа на развитие на дестинацията, което рефлектира върху развитието на туризма - влиянията на туризма, маркетинговият отговор и като цяло може да се използва като инструмент за стратегическото планиране, която я прави изключително ценна за академични и практико приложни цели.

Малко автори са оспорили модела от гледна точка на наличието на етапи или, че те могат да бъдат идентифицирани. Първоначалните критики на Науууд (1986) са все още валидни и въпреки че той преразглежда темата (Науууд, 2006), първоначалните му резерви, по-специално по отношение на трудността при идентифициране на етапите, остават почти неразгледани. Според него каквито и обективни индикатори да се използват, няма вероятност да бъдат предприети никакви действия, освен ако

отговорните за развитието на дестинацията не са съгласни с местоположението на дестинацията на нейната „крива“.

Необходимостта или обосновката на допълнителни етапи в цикъла може да бъде проучена много по-подробно, отколкото е правено досега, и може да илюстрира по-добре аргументите за реструктуриране в контекста на туризма. Gale (2007) отбелязва, че проблемът с еднолинейните модели е, че те не се занимават със структурни промени като икономическо реструктуриране и културни промени в обществата, които ясно влияят на значението на курортите в постмодерния свят, повтаряйки някои от по-ранните аргументи на Gordon и Goodall (2000).

Дали моделът ЖЦТД ще продължи да се използва и в бъдеще, предстои да видим. Той вече е имал живот по-дълъг, отколкото може разумно да се очаква, като причините за това не са напълно ясни.

III. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА САМОКОВ

III.1. Географско положение и природоресурсен потенциал

Тук е направено кратко и най-общо описание на *първичното предлагане* на туристически услуги според концепцията за „ядрения модел” на ЖЦТП. Това са природни, антропогенни (културни) фактори и обща инфраструктура. Без тях е невъзможно разбирането на туристическия продукт, както и цялостното изживяване на общуването с него.

Последователно са разгледани географското положение на община Самоков, релефът и климатът на територията, наличието на водни ресурси, растителност и животински свят. Включени са и защитените територии в общината – НП Рила и ПП Витоша.

III.2. Антропогенни туристически ресурси

III.2.1. Културно-исторически и религиозни обекти

Средища на културното развитие и духовното обогатяване на населението в община Самоков са читалищата, библиотеките, художествената галерия, историческият музей, манастирите, църквите, културно-историческите паметници и др. В Самоковска община са декларирани и обявени 126 паметника на културата, от които 71 в град Самоков, 36 в Боровец и 19 в селата. От всички тях тринадесет са с национално значение – 11 в Самоков и два в Боровец. От 2013 г. историческата зона „Старият Боровец”, която е част от курортния комплекс, е със статут на групова архитектурно-строителна културна ценност с национално значение. Като приоритетни с най-голямо културно-историческо

наследство се определят следните обекти: комплекс „Бельова черква” (църква „Рождество Богородично”), църква „Въведение Богородично” („Долномахаленската църква”), Девически метох с църква „Покров Богородичен”, църква „Успение Богородично” („Митрополитска църква”), църква „Свети Никола”, църква „Преображение Господне” – к. к. Боровец, Синагога, „Сарафска къща”, Исторически музей, читалище-паметник Отец Паисий, Байракли джамия, Голямата чешма (чешмата с обичаята), професионална гимназия „Константин Фотинов”, училище „Св. св. Кирил и Методий”, графична база – „Есова къща”, „Босева къща”, „Кокошкова къща”, „Образописова къща”, средновековна крепост „Шишманово кале”, исторически паметник „Кръста”, историческа местност „Карагьол” (Радев, 2000).

III.2.2. Културни събития и прояви

Важно значение за развитието на туризма оказва изготвяният от общината **„Културен календар за годината”**, който обединява предложенията на културните институции и гражданските организации. Освен национални и местни празници, в културния календар са фиксирани още и различни научни форуми, фестивали и др. Възможност за туристическо експониране предлагат традиционните празници в региона. Такива са празникът на град Самоков – Успение на Св. Симеон Самоковски (21 август), празникът на Рила, който е с почти 80-годишна традиция, празникът на рилския зелник в с. Бели Искър, рок-фестивалът „Рок в Рила”, Джаз фестивалът в к.к. Боровец, традиционният пленер с участието на известни художници и празникът на боба (Боб Фест) в с. Радуил и др.

III.2.3. Спортни събития и прояви

Към антропогенните туристически ресурси трябва да добавим и добре изградената **спортно-развлекателна инфраструктура**, която дава възможност за развитие на масов и елитен спорт. Тя е предпоставка не само за активния и здравословен живот на местните жители, но и за развитието на спортен туризъм. Открояват се многофункционална спортна зала „Арена Самоков”, стадион „Искър”, мотополигон „Ридо”, зимен курорт Боровец, новопостроеното пълно голф игрище Окол Лейк.

Можем да направим извода, че община Самоков разполага със съхранено богато културно-историческо наследство, традиции и обичаи, което допринася за развитието на културния туризъм. Все още обаче, местните традиции и обичаи не са достатъчно добре популяризирани – на международно и национално ниво. Има известни резерви и в процеса на интегриране на културното наследство в икономическата сфера. Необходимо е въвеждането на нови технологии и нови форми на популяризиране на културата,

насочени към възпитаване и приобщаване на младите хора. Належащо е създаването на различни форми на взаимодействие между общината, бизнеса и обществените организации, насочени към развитие на целогодишен туризъм.

Благодарение на красивата природа, уникалното местоположение и богатото културно наследство, Самоков и районът са привлекателно място за посещение и почивка. Подходящо е целогодишното развитие на разнообразни форми на туризъм.

III.3. Основни туристически териториални образувания в община Самоков

III.3.1. Национален курорт Боровец

Националният курорт Боровец се определя като „ядро“ официално по смисъла на Туристическото райониране на България (2015).

Боровец е разположен по северните склонове на Рила планина в подножието на връх Мусала (2925 m) на надморска височина от 1300 m. Той е първият български планински зимен и ски курорт. Отстои само на 10 km от Самоков, 70 km от София, 110 km от Пловдив и е лесно достъпен от цялата страна.

Проследена е хронологията на развитието на Боровец като курорт. Дадени са основни негови характеристики, които го правят един от националните курорти на България. Допълнително с Решение № 45 на МС от 25 януари 2005 г. (ДВ, бр. 11 от 01.02.2005 г.) Боровец е обявен за селищно образувание с национално значение, чиито общи и подробни устройствени планове се одобряват от Министъра на регионалното развитие и благоустройството.

III.3.2. Село Белчин – Белчин бани и Цари Мали град

Тук е налице уникално и привлекателно съчетание на изобилие от водни ресурси и най-вече на минерални води в района на с. Белчин бани и богатото културно-историческо наследство на територията. Реставрираната и доизградена крепост „Цари Мали град“ целогодишно привлича хиляди посетители. Селището включва още етнографски музей, филиал на историческия музей в гр. Самоков, църквите „Света Петка“ и „Свети Петър и Павел“. В района на крепостта е обособен атракционен парк с детска площадка и различни развлекателни съоръжения.

III.3.3. Курорт Мальовица

Курортът Мальовица (1730 м.н.в.) се намира в северозападната част на Рила, на 27 km от общинския център Самоков. Трайната снежна покривка гарантира ски-спорт през целия зимен сезон. Мальовица е един от символите на българския алпинизъм и планинарство. В близост се намира и едно от най-красивите високопланински езера на

Балканския полуостров – Страшното. В полите на връх Мальовица е разположена едноименната хижа, която се явява изходна точка за излети към върха.

През 50-те години на миналия век е организирана единствената по рода си на Балканския полуостров Централна планинска школа за подготовка на кадри за планинарските спортове – алпинисти, инструктори по алпинизъм, туризъм, ориентиране, ски туризъм, ски учители, планински водачи и др.

III.3.4. Селата Бели Искър, Говедарци, Маджаре, Мала Църква – „Искровете“

С. Бели Искър е разположено в подножието на връх Мусала и се отличава с невероятно красива природа, способстваща за развитието на екотуризма и селския туризъм. От селото тръгват атрактивни маршрути към Мусала, Мальовица, хижа Вада, Седемте рилски езера, Чакър войвода, Ястребец, хижа Грънчар, двореца Царска Бистрица и Боровец. Всяка година местното туристическо сдружение организира Празника на рилския зелник. Само на един километър от селото започва „Централният Рилски резерват” – един от четирите резервата в НП „Рила”, включен в Списъка на представителните защитени територии на ООН.

Изключително красивата природа около останалите села привлича все повече туристи, във връзка с което тук са построени хотели, къщи за гости и ресторанти.

III.3.5. Град Самоков

Град Самоков е център и единствен град в общината, който има своята притегателна сила за туристите с икономическите, транспортните и търговските си функции, през последните десетилетия градът се развива в посока на културно-историческия, събитийния, поклоннически, спортен, градски и природно ориентиран туризъм.

III.4. Социално-икономическо развитие

В тази точка последователно са разгледани състоянията на транспортната достъпност, ВиК и електросистемите на община Самоков, динамиката, структурата и териториалното разпределение на населението на общината, икономическото развитие – индустриален и аграрен сектор, както и горския фонд, който има и голямо значение за туристическото развитие.

III.5. SWOT анализ на туризма в община Самоков

Синтезираното представяне на развитието на туристическия сектор в община Самоков, с неговите силни и слаби страни, възможности и заплахи (SWOT анализ), се базира на разглеждането на туризма в единство и интеграция с всички други сфери на жизнената дейност и на социално-икономическото развитие. Този обобщен анализ дава

възможност за по-добро ориентиране в общинската политика за развитие на туризма с оглед преодоляване на слабостите, избягване на заплахите, използването на силните страни и реализирането на добрите възможности.

III.6. Управление на туризма в община Самоков

Организацията и управлението на туризма в община Самоков се осъществява от кмета на община Самоков, общинския съвет, консултативния съвет по въпросите на туризма и общинското предприятие „Маркетинг, туризъм и туристически дейности”. Представени са техните основни функции и задължения.

Организацията на туристическата дейност в общината се осъществява също от туристическото дружество „Рилски турист”, сдружението за екотуризъм „Рила” и местното туристическо сдружение в с. „Бели Искър”.

За създаването на регионални туристически дестинации общината си сътрудничи и със съседните общини, като за целта е създадена „Концепция за развитие на регионален туристически продукт за туристическия район Самоков – Сапарева баня – Долна баня”.

IV. СЪВРЕМЕННО СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА САМОКОВ

IV.1. Туристическо развитие на община Самоков

Туристическото развитие на общината се обуславя от наличието на благоприятни туристически ресурси за различни видове туризъм, функционираща туристическа материално-техническа база и по-голям или по-малък постоянен туристопоток. В нея са съсредоточени 1,4% от легловата база в страната и 2,2% от разкритите легладенонощия (НСИ, 2024). Тук са регистрирани 1,9% от всички реализирани нощувки през 2023 г. и са пренощували 2,1% от всички туристи в страната. 1,9% от всички реализирани приходи от нощувки и 1,6% от приходите, реализирани от нощувки на чужденци, се падат на община Самоков.

Туристическата характеристика на разглежданата община е на базата на анализа на абсолютните и относителни показатели (Маринов, 1997), както и на етапа на тяхното туристическо развитие. Данните се основават на официалната статистика у нас (НСИ, 2024).

IV.1.1. Абсолютни показатели за туристическо развитие

Необходимо е да се подчертае, че данните за тези показатели са твърде условни - те до голяма степен зависят от информационната осигуреност на туризма в общините и в страната като цяло, наличието все още на "сенчести" туристически предприятия и др.

От тях са разгледани и анализирани самите показатели, както и тяхната динамика от 1998 г. насам, тъй като тя има много важно значение за определяне еволюцията на туристическото развитие на общината и на етапа от жизнения цикъл, на който тя се намира.

В анализа са обхванати: брой легла и легладенонощия, брой реализирани нощувки и пренощували лица (общо, българи и чужденци), и приходите от нощувки (общо, българи и чужденци).

IV.1.2. Показатели за интензивността на туристическото развитие

Интензивността на туристическото развитие и усвояване и влиянието на туризма могат да бъдат оценени обобщено чрез три основни показателя - туристическа функция, гъстота на легловата база и туристически интензитет. Разгледани са и други близки до тях показатели - брой нощувки на кв. км и брой легла на хиляда души население.

Един от най-важните показатели за интензитета на туристическото развитие е туристическата функция. Туристическата функция на община Самоков се е променяла незначително през годините с изключение на 2008 г., когато е нейната най-висока стойност – 0,169. От тази година нататък туристическата функция на общината се класифицира като **изявена**, а преди това тя е била допълнителна.

IV.1.3. Показатели за структурата и типа на туризма

Наличната информация позволява да се анализират редица показатели, приемани като основни в литературата за характеристика на структурните особености и типа на туризма: среден престой на посетителите (общо и чужденци), относителен дял на нощувките на чуждестранни посетители, относителен дял на хотелите в настанителната база, заетост на легловата база, сезонни колебания, приходи на 1 легло, 1 леглоденонощие (лоджинг-индекс), 1 посетител, 1 нощувка и 1 жител от населението.

Много важен показател е **средният престой** на туристите, тъй като той до голяма степен определя вида туризъм, който се развива в дестинацията, както и крайния обем разходи, които туристът прави в нея. Очевидно е, че средният престой на туристите в общината е сравнително нисък – 2,8 дни през 2023 г., като средният престой на чуждестранните туристи превишава този на българите през целия период на изследване. Темповете на прираст на трите вида среден престой през разглеждания период са по-скоро отрицателни – общо (-22,2%), българи (-8,3%), чужденци (-35,9%), като особено обезпокоителна е силната тенденция за намаляване средния престой на чуждестранните посетители.

Специално внимание е обърнато на *сезонността* на туризма в община Самоков. Анализът на сезонността на туризма е направен въз основа на Отчета на общината за изпълнение на Програмата за развитие на туризма в община Самоков за 2022 година. Видно е, че туризмът в община Самоков е двусезонен – силен зимен сезон (декември, януари, февруари и март) и по-слаб летен сезон (юли и август).

Направеният анализ на туризма в община Самоков може да бъде обобщен по следния начин:

- Община Самоков има добре развит туризъм, като се има предвид, че в нея се намира националният курорт Боровец и сравнително високата туристическа функция – 0,133 (Табл. 6)
- Развитието на туризма в общината през последните 25 години е със значително забавени темпове. Това говори за известно насищане на туристическия потенциал на дестинацията и за етапа на жизнения си цикъл, в който се намира, а именно бавно и неголямо развитие с преход към застой. За това говорят и отрицателните темпове на прираст при средния престой на туристите (Прил.1).
- Значителен спад в туристическото развитие на община Самоков се отбелязва по време на корона вирусната пандемия - особено през 2020 г. Той се забелязва при всички показатели за структурата и типа на туристическо развитие и при всички абсолютни показатели с изключение броя на леглата в местата за настаняване. Изключение правят и някои показатели за интензитета на туристическото развитие в общината – туристическа функция, гъстотата на леглата на кв. км и на 100 жители, (Фиг. 31 и 33).
- Отчита се тенденция към намаляване продължителността на престоя и ръст на уикенд посещенията, което се обяснява с близостта до столицата и предпочитанието на жителите ѝ за уикенд сред природата и на ски, спа без излишна загуба на време за път. Увеличил се е броят на почивките през годината за сметка на тяхната продължителност, която е друга тенденция, характерна за новото поколение Милениълс. Друг фактор, който е допринесъл за тази линия на развитие са и нискотарифните авиокомпаниии, които създадоха допълнително удобство и възможност за пътуващите.
- Условно можем да разделим анализа на стойностите на туристическите показатели преди 2019 г. и след нея, тъй като появата на пандемията промени начина на пътуване и почивка за хората в целия свят. До 2019 г. се отбелязва

устойчив растеж както на туристите, така и на нощувките. След резкия спад през 2020 г. можем да отчетем ръст през 2021 г., 2022 и 2023 г.

- Продължава по-големият интерес към селския и алтернативен туризъм с фокус върху местата за настаняване в селата на община Самоков. Особено осезаем е интересът към по-малките места за настаняване и тези, разположени в по-малките населени места от общината, което отново е резултат от нагласата и отношението към пътуване и почивка в условията на общи ограничения. Именно в селата на община Самоков към момента се наблюдава липсата на достатъчни на брой и вид допълнителни услуги, които да изпълнят със съдържание престоя на гостите. Има голям потенциал, но същият следва да бъде структуриран и предложен по подходящ начин.
- Прави впечатление, че абсолютните и изчислените показатели за приходите от нощувки в община Самоков нарастват най-много и със стабилни темпове, но това по всяка вероятност се дължи преди всичко на повишаването на цените на нощувките в местата за настаняване и на инфлацията.
- Общината продължава да е с ярко изразен двусезонен туризъм – силен зимен ски туризъм и по-слаб летен планински туризъм, като основната част от нощувките (с преобладаващ процент на чужденците) се реализират в националния курорт Боровец, докато в селата преобладават посещенията от българи. Броят на нощувките, реализирани в град Самоков, е незначителен.
- Може да се очаква продължаващо бавно развитие на туризма в община Самоков, като основна предпоставка за това ще бъдат новите форми и видове туризъм, които ще бъдат внедрени и ще привличат туристи без допълнително увеличаване на туристическата супер и инфраструктура с оглед бъдещото устойчиво туристическо развитие в нея.

IV.2. Емпирично изследване

Главната цел на методиката, свързана с емпиричното изследване на жизнения цикъл на туристически продукти в община Самоков, е да осигури конкретна информация, получена чрез извършването на анкетно проучване на местата за настаняване на нейна територия. Тя касае състоянието на тези заведения, техните туристи, както и отношението на хотелиерите към бъдещото туристическо развитие – ограничителите и дейностите за подобряване на средата за развитие на туризма. Първите проведени анкетни проучвания обхващат периода между 2013 и 2015 г. и имат за цел да идентифицират реалните проблеми, с които са се сблъскали хотелиерите през

предходните календарни години (2012 г. и 2014 г.), а също и да се съберат мнения за тяхното решаване (Прил.2)

Ново актуално анкетно проучване сред заведенията за настаняване, с актуализирана анкета е проведено през пролетта на 2024 г. (Прил.3) По-голяма част от въпросите са релевантни, като са добавени, където е възможно въпроси за сравнение на изследваната 2023 г. с предпандемичната 2019 г. с цел да се установи до каква степен има възстановяване на предлагането.

Териториалната рамка на проучените средства за настаняване обхващат пространствения ареал на община Самоков, като анкетните проучвания са направени в заведенията за настаняване от автора или от студенти IV курс, специалност Туризъм. Периодът на анкетиране за 2013 г. е април с. г. за к. к. Боровец и гр. Самоков и август 2013 г. за с. Бели Искър, с. Говедарци и к. к. Мальовица. Анкетирането за 2014 г. и 2015 г. е проведено съответно през май 2014 г. в к. к. Боровец и за гр. Самоков – август 2014 г. и май 2015 г.

Проучването 2024 г. е извършено на два етапа, началото на месец май в Боровец и Самоков и края на месец май в селата Бели Искър, Говедарци и к.к. Мальовица, Белчин и Белчински бани и Окол Лейк Парк.

Изходна основа на проучването беше анализът на информацията от регистъра на община Самоков на заведенията за настаняване. Проведените анкети са с общ брой 80, разпределени както следва: 2012 г. – 22, 2014 г. – 48. От проучването са изключени хижите, които са с трудна достъпност, но в статистиката на НСИ те са представени. Степента на обхващане на съществуващите заведения за настаняване е по-висока в к. к. Боровец, тъй като там са и представителите на най-големите и целогодишно работещи заведения. В селата основен проблем бе обхващането на частните квартири, които не работят в случай, че няма туристи.

Проучването 2024 г. е базирано на информацията от регистъра на местата за настаняване на община Самоков, като са проведени анкети пропорционално на леглата за настаняване в отделните локации. Брой на анкетите е 38, като проучването не е представително, но служи за сравнение с проведеното анкетиране относно 2014 г.

Анкетиранни са всички нови места за настаняване в курорта Мальовица, Белчин и Окол Лейк Парк.

Не са анкетиранни хижите и частните квартири в селата. Затруднения при анкетирането имаше при къщите за гости в селата, които са били подложени на изключително много проверки по време на Covid-19, от различни институции през

последните години и предпочитат да не споделят мнението си особено за информация, касаеща организациите им. Апартаментните хотели в Боровец и Самоков са обхванати в малка степен, те също отказваха да отговарят на анкетите с довода, че са частна собственост на отделни физически лица и се занимават само с поддръжката на общите пространства и не могат да предоставят вярна информация.

Интервюирани през 2012 и 2014 г. са и ключови субекти, чието мнение е от особена важност. Общият брой на анкетите е 12. През 2024 г. са проведени неструктурирани интервюта с 10 ключови субекта в общината.

Установените общи проблеми и изводи са:

1. Климатичните промени и адаптацията на туристическия продукт на общината. Не всички субекти на предлагането са се адаптирали, не знаят как и нямат ресурси, и капиталови и човешки. Масовият ски туризъм е „дойната крава“, „Спа и уелнес, Балнео са звездите“, „екотуризмът“ набира скорост в „Искровете“, продуктът на к.к. Боровец се диверсифицира в посока летен туризъм – конгресен, спортен, културни прояви, спа и уелнес и др. Има резултати, но не навсякъде, Ковид-19 им е дал време за реновации в хотелите и местата за настаняване. Повечето са с нова, модерна визия и отговарят на променените туристически потребности.

2. Обща инфраструктура

- а. Пътната мрежа – състояние и поддръжка, необходима е рехабилитация на пътя София-Самоков-Костенец. Пътят е опасен с много автопроизшествия и е в лошо състояние, а е единствения начин за достъп до селищата в общината. Важно е да се снепочиства пътя Бели Искър-Боровец, за да се скъси времето на туристите до ски зоната, и да се свържат ски зоните Мальовица и Боровец.
- б. Общата инфраструктура – пречиствателни станции за вода, има риск от замърсяване на водите на река Черни Искър, селата нямат канализация, необходими са капиталови ресурси - държавно и европейско финансиране.
- в. Паркинги и вътрешна достъпност с обществен транспорт – Мальовица – „шатъли“ през сезона, за да се намали натиска на частните автомобили, сини и зелени зони в Боровец и „Искровете“. Паркира се по тротоарите и единствения път Самоков - Мальовица. Общината би следвало да помисли за някакви общи цени за паркиране и обществен транспорт в к.к. Боровец и „Искровете“ и к.к. Мальовица. Да се помисли за обща цена на ски

съоръжения и обществен транспорт – туристите отдавна дават за примери известни курорти в Алпите (Община Самоков-Бороспорт-Мальовица ски).

3. Заплаха за НП Рила от ски зоните, особено на Мальовица. Има желание за развиване на ски зоната, подкрепено от общината. Не трябва да се допуска. Паркът от няколко години няма нов план за развитие, последният 10-годишен е изтекъл. Мальовица трябва да остане център на алтернативния, еко туризъм, алпинизмът не да се превръща в масов ски туризъм, да се презастрои и да няма достъп до парка за всички туристи.

4. Има корупция, населението е недоволно, директивите от държавата и европейските изисквания не са приложими на практика и не отразяват общественото мнение, от тук и сивият сектор в „Искровете“ и малките частни места за настаняване, които няма да оцелеят, ако спазват всички регламенти. Особено страшно е било положението по време на пандемията, но войната в Украйна, инфлацията и политическата криза у нас са не по-малко опасни. Традиционно туризмът е поминък на населението в общината още след освобождението на България от Османско владичество. Рила планина е основният природен ресурс за развитието на туризма в дестинацията и е подчинен на природните закономерности. Всички външни фактори за развитието на планинския туризъм се отразяват неблагоприятно, особено войни и пандемии. Трябва това да се отчита особено в управлението на регионално, национално и европейско ниво, защото всички планови документи и стратегии могат за един миг да се окажат неадекватни за развитието на целия туристически продукт на дестинация Самоков.

5. Възстановяването след Ковид-19 е трудно, нееднозначно, общината за сега не вижда перспектива, знае обаче посоката и има стратегия и планови документи с разписани мерки за развитие ((ПИРО, 2020-2028), Програма за управление на културното наследство и туризма на община Самоков за периода 2021-2030). Трудно е публично-частното партньорство, местното население не винаги е включено в процесите на туристическо планиране, частната инициатива е по-гъвкава и ефективна от общинските власти, има корупция, но има частични успехи и добри практики. След Ковид-19 има положителни промени, макар че периодът е бил труден за общината, населението ѝ и туризма в частност – фалити, инфлация, войната в Украйна, реструктуриране на собствеността, реструктуриране на пазарите, нови инвестиции и проекти, по които се работи, субпродукти, които са целогодишни и отговарят на новите потребителски изисквания и т.н. Разработването на нови туристически субпродукти с визия, екоориентирани, целогодишни дават възможност за оптимизъм, както и да се направи

изводът, че в общината се работи в правилна посока – за устойчив, природосъобразен, високоефективен туристически продукт, отговарящ на новите потребности на туристите.

V. ЖИЗНЕН ЦИКЪЛ НА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ ОБЩИНА САМОКОВ

V.1. Изследвания на жизнения цикъл на туристически дестинации в България

Въпреки че от създаването му досега моделът за ЖЦТД е използван широко по света за различни регионални проучвания на туристическото развитие, както посочва Дограмаджиева (2004) въпреки своята популярност, концепцията за жизнения цикъл на дестинациите и възможностите за неговото „операционализиране“ почти не се дискутират в българската научна литература и не се прилагат в практиката на туристическото планиране у нас. Съществуващите в чуждата литература разработки не дават отговор на всички въпроси, свързани с приложението на модела, но представляват добра основа за доразвиване и творческа интерпретация.

Известно раздвижване в българската научна литература в тази област се наблюдава в периода 2003-2013 г., като по-известните публикации са следните: *Дограмаджиева (2003)* - използвана е матрицата на Соорег (1997) за определяне ЖЦ на 12 туристически центъра в България; *Маринов (2004)* разглежда жизнения цикъл на дестинация България през призмата на основните видове туристически продукти. Авторът идентифицира съвременния им етап на развитие и очертава стратегическите насоки за тяхното подобряване, чрез което може се постигне и “подмладяване” на дестинацията като цяло; *Дограмаджиева (2004)* продължава своя анализ, като посочва, че моделът на жизнения цикъл реално подпомага интегралното туристическо планиране и значително улеснява вътрешната пространствена диференциация на дестинациите; *Воденска (2006)* публикува изследване на жизнения цикъл на туристическите дестинации и влиянията на туризма в тях. Разработката е базирана на концепцията на Butler от 1980 г. и Соорег от 1997 г. и е направена чрез използването на 22 показателя, които описват жизнения цикъл в 15 общини в България; *Стамболски (2009)* също засяга въпроса за жизнения цикъл на дестинациите в публикацията си за развитие на планинския туризъм в България на примера на общините Банско, Берковица и Чепеларе. Моделът на Buchalis е използван също, за да се определи етапа на туристическо развитие на селата Долен, Лещен и Ковачевица (*Дограмаджиева и др., 2013*); *Асенова (2013)* публикува статия, посветена специално на жизнения цикъл на община Царево, разгледан

на базата на подробен анализ на динамиката в броя на леглата, туристопотока и нощувките в общината.

Асенова (Assenova, 2013) прилага същия модел при изследване развитието на селския туризъм в планинските селища на България. Подобен подход е използван от *Дограмаджиева* (Dogramadjieva, 2013) за теренното проучване на туристическото търсене и предлагане в планинските селища, архитектурни резервати в Западните Родопи. Също така моделът е приложен за определяне етапа на жизнения цикъл на община Благоевград (*Далева*, 2015).

Планинският туризъм в малките селища в България се оказва особено подходящ за прилагане модела на Butler за ЖЦТД и през 2016 г. той отново е използван от *Маринов, Асенова и Дограмаджиева* (Marinov, V., M. Assenova and E. Dogramadjieva, 2016) за по-обобщено и генерализирано изследване на моделите на развитие и аспектите на устойчивост в дребномащабния планински туризъм в България. Изследвани са 30 показателя и са очертани 3 модела на туристическо развитие на дестинациите. *Yankov and Nekova* (2017) анализират новия етап в туристическото развитие на туристическата локализация Трявна-Дряново, без да дискутират цялостния жизнен цикъл на дестинацията. *Митова Р.* (2020) също използва модела на Butler за определяне етапа на жизнения цикъл на отделни туристически центрове, разположени около планината Витоша.

Според *Коцаков* (2024) изследването на Butler (1980) за жизнения цикъл на туристическата дестинация е полезно за разглеждането на еволюцията на туризма в конкретни дестинации, тъй като „концептуализира развитието“ като ясно определен непрекъснат процес. Много рядко се вижда една дестинация в изчистен вид и по-често се наблюдава комбинация от етапите. Моделът е приложен към община Девин, която авторът определя като съчетание на два от етапите, а именно: „участие“ (в по-малка степен) и „развитие“ (в по-значителна степен).

V.2. Жизнен цикъл на туристическата дестинация община Самоков

Както вече бе посочено по-горе, за първи път етапът от жизнения цикъл на община Самоков е разгледан от *Воденска* (2006) и тя го определя като етап на консолидация.

Анализирано е туристическото развитие на общината след тази година, за да се опитаме да определим как се е развивал ЖЦТД и на какъв етап се намира тя сега. За начална година приемаме 2008 г. – тя е особено важна, защото от нея започва цялостното развитие на страната ни като член на Европейския съюз. Друга опорна година е 2014 г. –

тогава е проведено първото теренно проучване и са събрани първични данни от автора. Важна е също 2019 г., която е последната преди началото на пандемията КОВИД-19 и свързаната с нея криза в туризма и последните години, участващи в анализа са 2021 и 2023 г. В основата на анализа стои посоката на наблюдаваните промени през четирите периода, както по отношение на първичната, така и на вторичната информация (Табл. 21). Трябва също така да се упомене, че абсолютните данни за приходите от туризма и техните промени във времето не се анализират, въпреки че са налице и са направени съответните изчисления, тъй като, независимо от тяхното непрекъснато нарастване, приемаме, че това се дължи преди всичко на инфлацията и промяната в цените, а не на туристическото развитие. Внимание, обаче, заслужават изчислените показатели като приходи /1 нощувка/1 турист/1 легло/1 жител.

Анализът на информацията за *първия разглеждан период* ни дава основание да заключим, че туристическа дестинация община Самоков продължава да се намира в етапа на консолидация до 2014 г.

През *втория период 2014-2019 г.* се наблюдава известно оживление в туристическото развитие на дестинацията. На фона на намаляващите легла и легладенонощия, броят на нощувките и на нощувалите лица се увеличава, както и гъстотата на нощувките/кв. км, туристическият интензитет и отново заетостта на настанителната база и броя на нощувките на 1 легло. Независимо от това, средният престой на туристите продължава да намалява, и то главно за сметка на чуждестранните посетители. Резултатите от проведените през 2014 г. интервюта също така показват положителните тенденции в туристическото развитие в общината (Табл. 21). Потвърждава се увеличението на заетостта, и то предимно през седмицата, докато през почивните дни тя остава същата. Сравнението с предходната година показва, че има подобрене в общата ситуация, като очакванията за следващите години са още по-добри.

Горният анализ ни позволява да приемем, че има промяна в етапа на ЖЦ на туристическа дестинация община Самоков и тя отново навлиза в етап на развитие. Трябва да се подчертае, обаче, че отбелязаното нарастване на някои от показателите е твърде бавно и липсва промяна или съществено подобрене в продукта на дестинацията. Продуктът в Боровец се диверсифицира в посока СПА и уелнес и летен спортен туризъм.

Третият разглеждан и анализиран от нас период е периодът на Ковид-19 пандемията, който продължи около 2 години. Той се характеризира с общо намаляване на обема на туристическите пътувания в света и в отделните държави, като за някои дестинации той имаше катастрофални последици. Оказва се, че в община Самоков не

всички показатели намалиха своите стойности, а някои даже се увеличиха (Табл.21). Очаквано намалиха своите стойности следните показатели: нощувки общо и чужденци, брой нощували (всички), гъстота на нощувките на кв. км, брой нощувки на едно легло, туристически интензитет и заетост на легловата база. До голяма степен без промяна останаха показатели като брой легла и брой легладенонощия, гъстота на леглата и туристическата функция.

Учудващо средният престой на туристите запазва своите стойности, като дори отбелязва известно слабо увеличение. Увеличава се броят на нощувките, реализирани от българи, както и гъстотата на нощувките на 100 души население.

Този анализ позволява да определим двете години на Ковид-19 пандемията в община Самоков като частично завръщане към етапа на консолидация - настанителната база е запазена, нивото на туристическата функция и средният престой също. Следователно трябва да допуснем, че не броят туристи или нощувки следва да бъде водещ при определянето етапа на ЖЦТД. Моделът на Butler следва да се видоизмени, като включи нови показатели – напр. среден престой на туристите, туристическа функция, брой легла. Броят на туристите несъмнено има своето значение, но то е по-голямо в първоначалните етапи на ЖЦТД.

Второто теренно проучване (анкети и интервюта) за 2023 г. всъщност показва, че в този период, досега най-тежък за туризма като цяло, е имало проблеми, които не са отразени от НСИ. Все още не е достигнато пълно възстановяване на сектора. Пътуванията с цел туризъм не са били разрешени, редица места за настаняване са затворили или фалирали, била е наложена карантина на някои етажи в големите хотели.

В същото време инвестициите се увеличават по време на пандемията (и след нея), има реструктуриране на собствеността, ползите изтичат към големите инвеститори, населението не е доволно, едрият бизнес просперира, страда средният и малък бизнес.

Четвъртият период (2023-2024 г.) е обособен, за да подчертае процесът на съживяване на туризма в дестинацията след пандемията. Данните сочат, че броят на нощувалите и нощувките действително се увеличава, както по отношение на 2021 г., така и на 2008 г. Изключение правят нощувките от чужденци, които, макар че се увеличават в сравнение с 2021 г., все още не могат да достигнат нивото на 2008 г. Броят на нощувалите българи се задържа, а броят на нощувките им намалява. Положителен признак е също, че средният престой нараства, макар и бавно, но за българите той все още задържа по-ниската си стойност. Увеличават се също заетостта на легловата база и броят на нощувките на 1 легло.

Като цяло можем да определим този четвърти период като начало на ново развитие или съживяване на дестинацията. За съжаление той е много кратък, за да можем със сигурност да твърдим, че такава тенденция е налице, но промените през последните години в дестинацията подсказват, че има значително подобряване на туристическия продукт на дестинацията – обновяване на съществуващата и построяване на нова настанителна база, въвеждане на нови оферти и продукти – голф игрище, балнео и СПА туризъм и други.

Интересна тенденция е, че броят и процентът на леглата в хотели намалява за сметка на алтернативни места за настаняване в селата, а така също се увеличават леглата в хотелите с 1-2 звезди за сметка на тризвездните хотели.

Според интервюираните ключови информатори, обаче, заетостта като цяло намалява и сравнението с предходната година е негативно. Налице е известно увеличение на събрания туристически данък, но нагласите на хората за взаимодействие и сътрудничество с общинските власти не са се променили.

Независимо от наблюдаваните, отбелязани и дискутирани промени в туристическите показатели на дестинация община Самоков през разглеждания общ период 2008-2023 г., не може да се отчетат никакви значими промени в нейното туристическо развитие. Всички промени, независимо дали положителни или негативни, протичат много бавно и постепенно и не допринасят за някакъв положителен растеж или значително съживяване на туризма в дестинацията.

Можем да се съгласим с някои автори, че една туристическа дестинация може едновременно да се намира на повече от един етап на своя жизнен цикъл.

Според нас два са етапите, на които се намира дестинация Самоков – развитие и консолидация. По-късно ще видим, че тези етапи се диференцират по видове туристически субпродукти и туристически териториални образувания.

Някои показатели показват непрекъснатата тенденция на намаляване като броят на населението, посочен от Strapp (1988) като важен фактор за туристическото развитие, броят легла и броят легладенонощия. Само приходите и техните производни показват непрекъснато нарастване, но както вече беше споменато, това не се дължи на туристическото развитие в дестинацията, а на външни фактори.

Haywood (1986) обръща внимание на темповете на прираста, най-вече на броя нощувки и броя туристи. В община Самоков тези показатели имат средни стойности, като два пъти по-висок темп на прираст показват нощувките.

На фона на, общо взето, положителният темп на прираст на отделните показатели, се открояват няколко показателя с отрицателен темп на прираст. Освен броя на населението, това са трите вида среден престой на туристите – общо, на българи и на чужденци. Най-голямо намаление има средният престой на чужденците (-35.9%) – от 5 дни през 2008 г. той е достигнал 4.1 дни през 2023 г. В същото време средния престой на българите е паднал само от 2.4 дни на 2.2 дни (-8.3%). Като цяло средният престой на туристите в община Самоков е нисък.

Освен по отношение на продуктовото развитие, можем да твърдим, че отделните туристически териториални образувания в дестинацията също се развиват с различна скорост и се намират на различни етапи от своя жизнен цикъл.

V.2.1. Жизнен цикъл на национален курорт Боровец

Националният курорт Боровец определено се намира в етап на застой, що се отнася до всички показатели, които не са свързани с приходите. По нито един от показателите не е постигнато равнището отпреди пандемията. Прави впечатление, че най-големият спад в стойностите на повечето показатели не се отбелязва през годините 2019-2020, а е изтеглен малко назад – през 2021 г.

Тъй като за другите териториални образувания в дестинацията (град Самоков и селата) няма такива подробни данни, само по лични наблюдения и информация от ключови информатори на територията на общината можем да твърдим, че град Самоков отбелязва известен растеж през последните 2-3 години, а селата се развиват много по-добре и по-бързо. Голяма част от дейностите в селата не могат да бъдат обхванати, тъй като голям процент от настанителната база в тях не е регистрирана и категоризирана, а друг процент е с легла под 10 бр. и доскоро не е била отчитана от статистиката.

V.2.2. Общи изводи за ЖЦТД Самоков

При прилагането на матрицата на Соопер (1997) също се установява, че етапът от ЖЦТД Самоков е застой.

Таблица 23. Качествена характеристика на някои туристически показатели в дестинация община Самоков – авторова оценка (по Асенова, 2013, Соопер, 1997)

Брой туристи	Значителен (Бавно нарастващ)
Темп на нарастване	Умерен
Капацитет на настанителната база	Значителен
Заетост на базата	Ниска
Цени на услугите	Високи
Разходи на един турист	Средни
Видове туристи	Последователи (масов пазар)
Имидж и атракции	Значителен
Туристите се приемат като	Клиенти

Продукт	Диференциран
Дистрибуция	Посредници
Насоченост на маркетинга	Запазване на лоялността/ търсене на нови пазари

Авторава оценка

Авторът е приложил моделът на Buchalis (2000) към дестинация община Самоков (Табл.24).

Видно е, че община Самоков попада изцяло в етапите на зрялост и на насищане.

Според класификацията, касаеща туристическото развитие относно броя на нощувките (табл. 25), дадена от Birkenhauer (цит. по Маринов, 1997), община Самоков попада към напълно развито ниво, а през годините, предшестващи пандемията (2016, 2017, 2018 и 2019), както и през 2022 -2023 г. тя е вече на зряло ниво на развитие.

Таблица 24. Жизненият цикъл на дестинация Самоков и въздействието на туризма – авторава оценка (по Бухалис, 2000)

Анализ на въздействията	Въвеждане	Растеж	Зрялост	Насищане	Спад
СИТУАЦИЯ	Нова модерна дестинация	Повече хора се интересуват от инвестиции в настаняване и удобства	Максимално посещение Увеличаване на удобствата	Свърхпредлагане, първоначално то търсене се раздвижва	Намаляване на търсенето Специални поощрителни оферти
ХАРАКТЕРИСТИКИ НА ДЕСТИНАЦИЯТА					
Брой на посетилите туристи	Малък	Голям	Твърде голям	Много голям	Много голям
Скорост на растежа	Ниска	Бърз растеж	Бърз растеж	Бавен растеж	Спад
Капацитет за настаняване	Много нисък	Нисък	Висок	Много висок	Много висок
Нива на заетост	Ниски	Много високи	Много високи	Високи	Ниски
Цени на услугите	Високи	Много високи	Високи	Ниски	Много ниски
Разход на глава от населението	Висок	Много нисък	Много висок	Нисък	Много нисък
Видове посетители	Дрифтърри	Новатори	Новатори	Последователи	Евтин-масов пазар
Имидж на атракциите	Слаб	Много висок	Висок	Нисък	Много нисък

Туристите се възприемат като	Гости	Гости	Клиенти	Клиенти	Чужденци
МАРКЕТИНГОВ ОТГОВОР					
Маркетингова цел	Осъзнатост	Да информира	Да убеждава	Да убеждава	Лоялност/нов пазар
Стратегически фокус	Разширяване	Навлизване	Защита	Защита	Повторно въвеждане
Маркетингови разходи	Растеж	Високи	Високи	Спадащи	Консолидации
Продукт	Основен	Подобрен	Добър	Влошаващ се	Разпадащ се
Промоция	Въвеждане	Реклама	Търговия	Търговия	Търговия
Цена		Висока	Висока	Пониска	Ниска
Разпределение	Независимо	Независимо	Търговия	Търговия	Ниско разходна
ИКОНОМИЧЕСКИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ					
Наемане на работници	Ниска	Висока	Много висока	Много ниска	Ниско
Чуждестранен обмен	Малко	Много голямо	Много голямо	Високо	Ниско
Рентабилност на частния сектор	Негативна	Растяща	Много висока	Висока	Спад
Доходи на жителите	Ниски	Много високи	Много високи	Ниски	Много ниски
Инвестиции	Ниски	Много високи	Много високи	Ниски	Много ниски
Държавни приходи и данъци	Ниски	Много високи	Много високи	Ниски	Много ниски
Икономическа структура	Балансирана	Ориентирана към туризма	Ориентирана към туризма	Зависима от туризма	Неуравновесена и не самостоятелна
Зависимост от посредници	Незначителна	Ниска	Висока	Свърх зависима	Свърх зависима
Внос	Малък	Много голям	Много голям	Много голям	Голям
Инфлация	Ниска	Много висока	Много висока	Висока	Ниска
СОЦИАЛНИ ВЪЗДЕЙСТВИЯ					
Видове туристи	Алоцентрици	Алоцентрици	Средноцентрици	Психоцентрици	Психоцентрици
Отношенията между местните и туристи	Еуфория	Апатия	Раздразнение	Антагонизъм	Прекратяване
Демография на дестинацията	Имиграция по-възрастни жители	Младите остават да работят в	Балансирано	Балансирано	Имиграция като липса

		туризма по-балансирано			на работни места и по-възрастни жители
Миграция до дестинацията	Ниска	Висока	Много висока	Ниска	Ниска
Престъпност на дестинацията	Ниска	Висока	Висока	Много висока	Много висока
Семейна структура	Традиционна	Повлияна	Модерна	Модерна	Модерна
ВЪЗДЕЙСТВИЯ ВЪРХУ ОКОЛНАТА СРЕДА					
Околна среда и пейзаж	Непокътнати	Подобрени	Никакво уважение	Замърсени	Увредени
Опазване и наследство	Непокътнати	Подобрени	Никакво уважение	Упадък	Увредени
Екологични смущения	Непокътната	Подобрени	Никакво уважение	Упадък	Увредени
Замърсяване, свързано с туризма	Незначително	Слабо	Силно	Много силно	Много силно
Замърсяване на водите	Незначително	Слабо	Силно	Много силно	Много силно
Задръствания и трафик	Ниски	Ниски	Много големи	Много големи	Слабо
Ерозия	Слаба	Голяма	Много голяма	Много голяма	Много голяма

Авторова оценка

Таблица 1. Ниво на туристическо развитие – авторова оценка по Birkenhauer (цит. по Маринов, 1997)

Ниво на развитие	Брой нощувки
Ембрионално незначително	До 10 000
Ембрионално ограничено	10 000-50 000
Ембрионално значително	50 000-100 000
Развито	100 000-300 000
Напълно развито	300 000-500 000
Зряло	Над 500 000

Авторова оценка

Всички направени дотук анализи водят до заключението, че туристическа дестинация община Самоков се намира като цяло в етапа на консолидация от 2006 до 2019 г. След пандемията, при която се отбелязва спад на почти всички показатели, започва етап на възстановяване, който все още не е завършен и не може да се определи, дали ще продължи като растеж (съживяване), или ще остане в етапа на стагнация (Фиг. 61).

Някои нови туристически продукти и някои туристически териториални образувания в дестинацията и сега показват признаци на растеж (Фиг. 59 и Фиг. 60)

Друг извод, който се налага, е, че двугодишният период на Ковид-19 пандемията (2020-2021) не може да бъде разглеждан като някакво прекъсване в туристическото развитие на дестинацията или като начало на нов етап в него. Според информацията от НСИ етапът на стагнация продължава и през този период с малко по-занижени данни в някои показатели.

Интерес представлява жизненият цикъл на отделните туристически субпродукти в дестинацията и етапът, на който се намира всеки от тях. Тооман (1997) счита, че всяка промяна на продукта на дестинацията води до ново начало на нейния жизнен цикъл, твърдение, с което не можем да се съгласим.

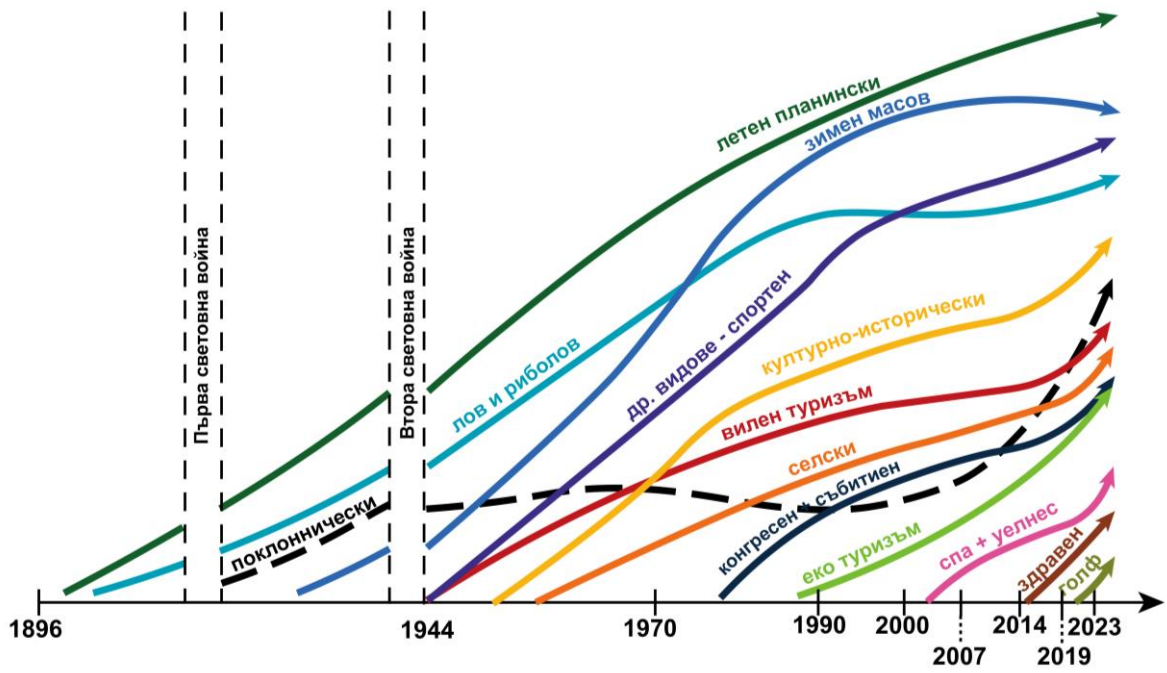
V.2.2. Туристически субпродукти в дестинация община Самоков

В туристическа дестинация община Самоков понастоящем се развиват следните видове туризъм: *зимен планински туризъм, летен планински туризъм, ловен и риболовен туризъм, вилен, спортен и селски туризъм.*

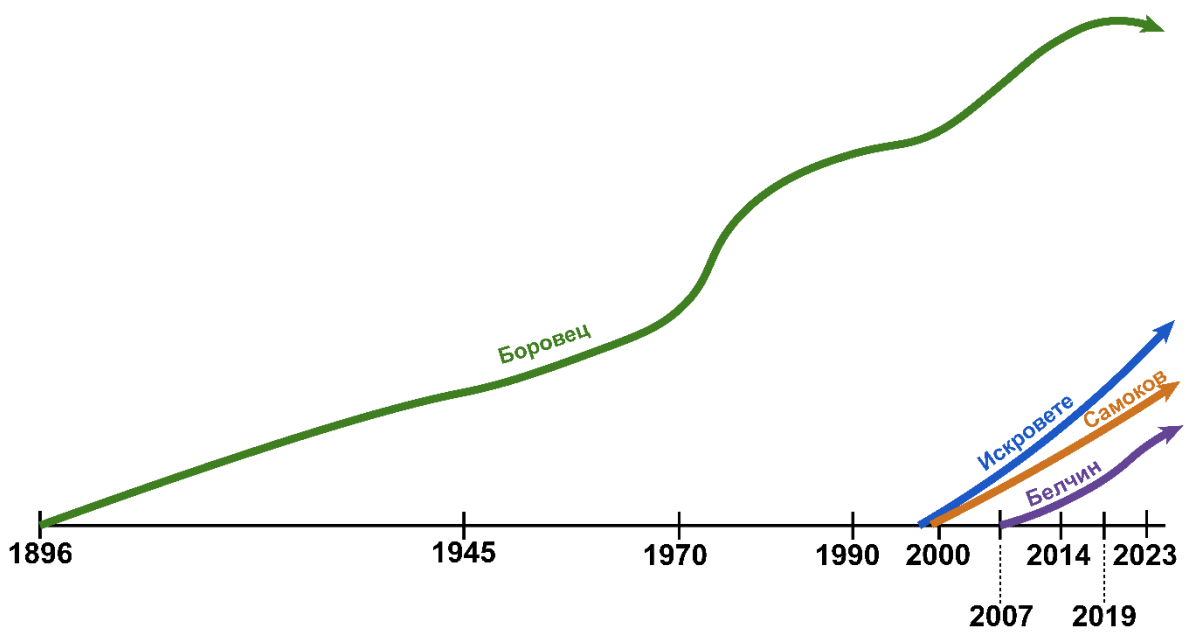
Освен тези традиционни видове туризъм в туристическа дестинация община Самоков в последните години се създават условия за някои нови видове, които бързо набират популярност. Те се развиват в стремежа на общината и на частните инвеститори да диверсифицират туристическото предлагане и туристическия продукт на дестинацията чрез нови субпродукти. Целта е от една страна, дестинацията да се превърне в целогодишна и от друга, да се реагира на климатичните промени, които има опасност да застрашат хегемона на туризма в нея – зимния ски туризъм.

Такива нови, или малко позабравени туристически видове са: *екотуризм, културно-исторически, спортен, медицински (здравен) и балнеоложки туризъм, конгресен и конферентен туризъм, поклоннически туризъм, СПА и уелнес.*

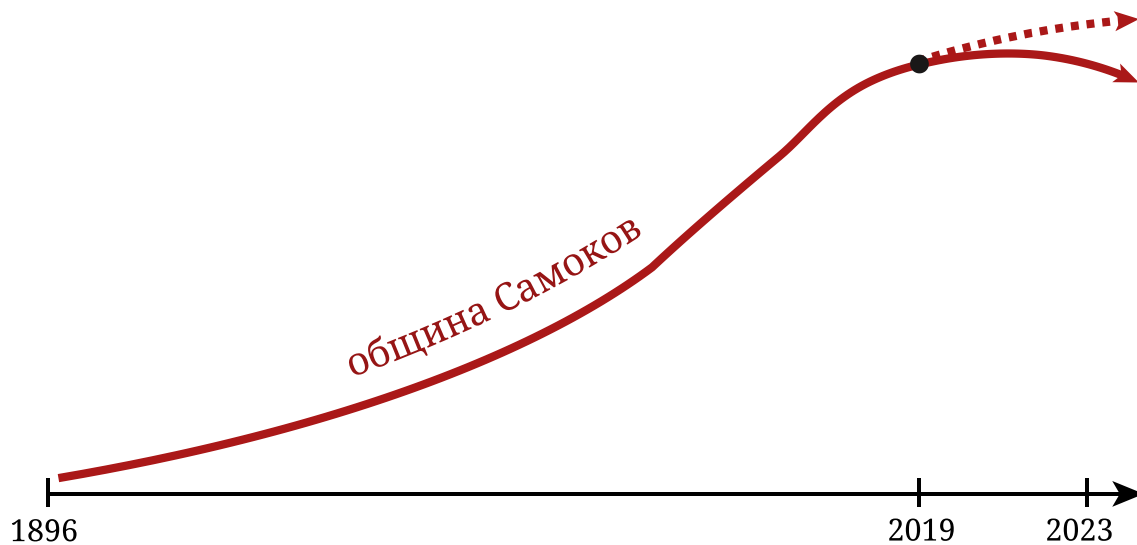
Тъй като липсва вторична информация по всеки отделен продукт (не се води такава статистика), и също така е невъзможно провеждането на целенасочени конкретни теренни наблюдения по различните видове туризъм и по отделните териториални образувания, авторът си е позволил да използва модела на Zimmermann (1997), за да изрази своето виждане за съвременното състояние на развитието на отделни туристическите субпродукти в община Самоков на базата на свои лични наблюдения и изказвания на ключови информатори.



Фиг. 1 Жизнен цикъл на туристическите субпродукти в дестинация община Самоков (по Zimmermann, 1997)



Фиг. 2 Жизнен цикъл на териториалните туристически образувания в дестинация община Самоков



Фиг. 3 Жизнен цикъл на туристическа дестинация община Самоков

В същото време, използвайки матрицата на Бостънската консултантска група за стратегически анализ и планиране, във фаза на развитие на територията на община Самоков се намират спа- и балнеоложкият туризъм, селският и културният туризъм, екотуризмът, а във фаза на въвеждане са приключенският, събитийният и голф туризмът.

V.2.3. Изводи и обобщения

В резултат можем да направим следните обобщения и заключения:

1. Моделът на ЖЦТД на Butler (1980) е добра основа за изследване туристическото развитие на дадена туристическа дестинация.
2. Той, обаче, не може да стъпва само на показателя брой туристи и само чрез него да отразява развитието на дестинацията.
3. Както са предложили редица чужди и български изследователи, в нашето изследване са включени голям брой други показатели с цел определяне ЖЦТД община Самоков – 28 на брой.
4. Особено внимание, според нас, следва да се обърне на показателите среден престой, брой легла, брой туристи и нощувки, заетост на легловата база, туристическа функция и туристически интензитет.
5. Сравнително дългият период на застой (Фиг. 61), в който се намира дестинацията, трябва да послужи като стимул към управляващите органи, туристическите организации и отделните предприемачи да потърсят начини за преминаване към съживяване на дестинацията, за да не се стигне до нейния упадък. Не трябва да се

забравя, че докато при ЖЦТД има възможност за следващ етап на съживяване след зрелостта или консолидацията, то при ЖЦТП такава възможност липсва. Това означава, че или трябва да се въведат нови продукти, или коренно да се промени качеството и насочеността на съществуващите вече продукти с всичките им осезаеми и неосезаеми компоненти. Подробни предложения в този смисъл са изброени в Табл. 4 във Втора глава (Dwyer, & Kim, 2003).

6. Отделните туристически териториални образувания в дестинация Самоков също така се намират на различни етапи от своя жизнен цикъл – национален курорт Боровец (застой) с някои елементи на обновяване (обновена леглова база, и нови дейности, напр. Театър в планината, СПА и уелнес), с. Белчин – Белчин бани (ново формиране с ускорено развитие), селата (ускорен растеж) и град Самоков (умерен растеж). Фиг. 60
7. Наблюдава се значителен период (до 2015-2019 г.) , по време на който дестинацията е разчитала само на няколко видове туризъм – летен, зимен, спортен, ловен и риболовен, селски (Фиг. 59). От 2019 насам започва силно динамично развитие на алтернативните видове туристически субпродукти, като най-новите показват значителен темп на растеж (Фиг. 59). Същевременно се наблюдава застой и упадък на масовия туризъм.

V.4. Насоки за по-нататъшно устойчиво развитие на туризма в туристическа дестинация община Самоков

Необходимо е да бъдат разработени и приложени незабавно някои специфични мерки за устойчиво туристическо развитие, включително ***разработване на нови продукти, нови пакети с по-високо качество, нова сегментация на пазара и нови маркетингови политики.***

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящия труд жизненият цикъл на туристическата дестинация е разгледан като съставен от жизнения цикъл (жизнените цикли) на предлаганите на нейната територия туристически продукти. Това схващане се подкрепя също от редица чуждестранни автори.

Най-важните резултати от изследването са:

- Установени са различните тенденции и виждания в научната литература по отношение ЖЦТД.;

- Необходима е ревизия на първоначалния модел на ЖЦТД, като се помисли за броя на етапите, тяхното наименование, последователност и т.н.
- Установено е, че при различни изследвания се използват различни показатели и параметри за определяне етапа на ЖЦТД;
- При настоящето изследване са използвани всички налични показатели, получени като вторична или първична информация, както и няколко модела и схеми на различни автори за определяне етапа на жизнения цикъл на туристическа дестинация община Самоков – 28 на брой.
- Някои туристически продукти на територията на община Самоков се намират в етапа на растеж или дори въвеждане;
- Установено е, че различни обособени територии в туристическа дестинация община Самоков (наречени тук туристически териториални образувания) се намират на различни етапи от своя жизнен цикъл – някои са в застой, а други в растеж, като скоростта на растежа им е различна;
- Трудно е да се установи общия етап на жизнения цикъл на туристическия продукт на дестинация Самоков поради различията в развитието на отделните туристически субпродукти и териториални образувания. Можем да твърдим, че като цяло продуктът и дестинацията се намират в повече от един етап, а именно растеж (развитие) и застой, като растежът е различен за различните субпродукти и териториални образувания.
- Независимо, че няма определени срокове за продължителност на отделните етапи, считаме, че община Самоков се намира твърде дълго време в застой или зрялост (най-малко от 20 години) и ако не настъпят никакви изменения отвън, то това може да се превърне в постоянно състояние. В този смисъл, местното управление и планиране трябва да оцени ситуацията и да вземе мерки за някакво по-нататъшно развитие.
- Освен показателите, посочени от някои автори, които следва да бъдат използвани при определяне етапа на ЖЦТД съвместно с абсолютния брой на туристите (напр. среден престой, темп на прираста на показателите, динамика на населението) са установени някои допълнителни показатели, които също могат да допринесат за изясняване на цялостната картина – ниво на туристическата функция, брой легла, заетост на легловата база и др.
- Установено е, че двугодишният период на Ковид-19 пандемията у нас не е довела до пълно прекратяване на еволюцията на дестинация община Самоков, която още

следващата година е успяла да възстанови, макар и не в пълна степен, нивото на своето развитие и отново се намира в етапа на застой.

- Местното население и предприемачите и управляващите в сектора на туризма не са големи оптимисти по отношение на туристическото развитие на дестинацията. Независимо от това, някои частни инвеститори правят опити да преориентират до известна степен това развитие и да включат в ЖЦТД нови продукти, които евентуално да доведат до етап на съживяване.

Може да се твърди, че направеното изследване е постигнало своята цел, поставените задачи са изпълнени и изследователските въпроси са получили своите отговори.

Формулираната в Увода хипотеза е потвърдена чрез емпиричното изследване на туристическа дестинация община Самоков и териториалните образувания в нея, както и нейния туристически продукт, съставен от редица традиционни и нови субпродукти.

Под въпрос е доколко резултатите от изследванията на ЖЦТД могат да послужат за планиране и управление на туризма. Те могат да бъдат основа за разработване на стратегии и насоки за по-нататъшното развитие на туризма в дадена дестинация, но фрагментираната частна туристическа индустрия сама решава как и какви туристически продукти да внедрява и развива. Частният сектор и инвеститор, който е преобладаващ в дестинация община Самоков е много по-гъвкав, реагира бързо и не се съобразява с държавните и общински планови и други документи.

Може да се твърди, че пандемията КОВИД-19 освен криза, е дала възможност за реструктуриране на продукти, пазари и за развитие на териториални образувания, специализирани в нови и модерни видове туризъм – к.к. Мальовица, Белчин и Белчински бани и Окол Лейк Парк и други нови проекти.

От друга страна устойчивото развитие на туризма изисква целенасочени и постоянни усилия, както от страна на местните власти, в партньорство с останалите заинтересовани страни, така и на национално ниво чрез провеждане на последователна държавна политика, която да включва от една страна ясна стратегическа и законодателна рамка, а от друга – добре таргетирана маркетингова и рекламна политика, съобразена със съвременните тенденции на туристическото търсене и динамично променящото се потребителско поведение. Прилагането на централизираната система гарантира по-добро управление. По този начин, в контекста на устойчивото развитие, могат да се постигнат максималните параметри на организационната, икономическата и социалната ефективност.

Източници

- Александрова, М. (2019) Значение на слоганите като бранд, комуникационен инструмент на туристическите дестинации. *Известия на съюза на учените – Варна, Серия икономически науки* 8(3), 154-162
- Асенова, М., В. Маринов, Е. Дограмаджиева, Д. Семерджиев (2010) *Наръчник на туристическия бизнес*, МИЕТ, София
- Воденска, М. (2006) *Туризм и общество*, Международно висше бизнес училище, София
- Доганов, Д. (2000) *Маркетинг в туризма*. Варна, Prinseps
- Дограмаджиева, Е. (2003) *Концепция за устойчиво туристическо развитие на общините Тетевен, Троян и Априлци* (дис.) С.
- Дограмаджиева, Е. (2006) Интегрално планиране и пространствена диференциация на туристическите дестинации: приложение на модела на жизнения цикъл. – В: *География и регионално развитие (научни конференции Созопол, 2005–2006 г.)*, Фондация „ЛОПС“
- Дограмаджиева Е., М.Асенова, В.Маринов, М.Воденска, М.Пунева (2013) Модел за изследване на туристическото развитие и управление на местно ниво: Сравнителен анализ на селата Долен, Лещен и Ковачевица, в *Год. на СУ, ГГФ, Книга 2-География, т.105, 317-350*
- Коцаков В. (2024) Управление на човешките ресурси на туризма в България – национални предизвикателства и местни особености (на примера на община Девин), (дис.) С.
- Кръстева, Н., С. Милева, Е. Александрова (2005) *Теория на маркетинга в туризма*. Avangard prima, София
- Маринов, В. (1997). Ландшафтът като ядро на туристическия продукт – следствия за туристическата политика и планиране. *Околна среда – ландшафт и екология. Теоретични приложни аспекти, Бюлетин '97*. София: Съюз на архитектите в България, 33-38.
- Митова, Р. (2020) *Концепция за устойчиво развитие на туризма на Витоша*. УИ "Св. Климент Охридски", С., ISBN: 978-954-07-5065-1
- НСИ (2024) *Туризм*, С.
- Радев, И. (2000) *История на Самоков и Самоковско*. София: Академично издателство „Проф. Марин Дринов“.
- Рибов, М. (1997) *Конкуренция и конкурентноспособност на туристическия продукт*, С.
- Славейков, П., Кл. Найденов (2009) Икономика на туризма, С.
- Стамболски, В. (2009). Развитие на планинския туризъм в България (на примера на общини Банско, Берковица и Чепеларе) *Годишник на СУ “Св. Климент Охридски”, ГГФ, кн. 2 – География, том 101 [за 2008] София, 2009, с. 271-288*.
- Хоукинс, Д., Кр. Ламороу (2001) Разработване на конкурентно-способни туристически продукти в пилотните райони Рила и Централен Балкан. Ръководство за малкия частен бизнес. Проект “Опазване на биологичното разнообразие и икономически растеж” на ARD. Вашингтон, САЩ България, юни, 2001. В: pdf.usaid.gov/pdf_docs/Pnacs390.pdf
- Agarwal, S. (1994) The Resort Cycle Revisited: Implications for Resorts. In *Progress in Tourism, Recreation and Hospitality Management*, С. Р. Cooper and A. Lockwood, Wiley: Chichester, 5, 194-208
- Agarwal, S. (1997). The resort cycle and seaside tourism: an assessment of its applicability and validity. *Tourism Management*, 18 (2), 65-73.
- BCG (1996) *The Boston Consulting Groupe on Strategy*. Wiley

- Buhalis D. (2000) Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, Vol.21 (1), pp.97-116, https://www.academia.edu/164837/Marketing_the_competitive_destination_of_the_futu_re
- Butler, R.W. (1980) The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer* 24 (1), 5-12, <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x/abstract>
- Butler, R.W. (2005) The Conceptual Context and Evolution of the TALC. In R. Butler (Ed.), *The Tourism Area Life Cycle: Conceptual and Theoretical Issues* Vol. 2. (pp. 1-6). Clevedon: Channel View Publications.
- Butler R. W. (2011) *Tourism Area Life Cycle*, Contemporary Tourism Reviews, Published by Goodfellow Publishers Limited, Woodeaton, Oxford, OX3 9TJ <http://www.goodfellowpublishers.com>
- Cooper, C. (1990a) *The life cycle concept and tourism*. Conference. Paper presented at Tourism Research into 1990s. Durham: University of Durham.
- Cooper, C.P. (1992) "The life cycle concept and strategic planning for coastal resorts" *Built Environment*, 18 (1), 57-66.
- Dogramadjieva, E. (2013). Field Research of Tourism Supply and Demand in Mountain Villages: The Case of West Rhodope Architecture Reserves. *Ankara University Journal of Environmental Sciences*. Vol. 5, Issue 5, pp. 61-74, DOI:[10.1501/Csaum_0000000074](https://doi.org/10.1501/Csaum_0000000074)
- Faulkner, B. (2003) Rejuvenating a Maturing Tourist Destination: The Case of the Gold Coast, forthcoming in Fredline, E, Jago, L and Cooper, C (eds) *Progressing Tourism Research: Bill Faulkner* Clevedon, Channelview
- Frechtling, D.C. (2002) *Forecasting tourism demand: Methods and strategies*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Gale, T. (2005) Modernism, postmodernism and the decline of British seaside resorts as long holiday destinations: a case study of Rhyl, North Wales. *Tourism Geographies* 7: 1, 86-112. <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a716084493~frm=titlelink>
- Getz, D. (1992) Tourism planning and destination life-cycle. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 757-770. <http://www3.tjcu.edu.cn/wangshangketang/lyxgl/yuedu/24.pdf>
- Gordon, I. and Goodall, B. (2000) Localities and tourism. *Tourism Geographies*, 2 (3), 290-311. <http://www.informaworld.com/smpp/content~db=all~content=a713781226~frm=titlelink>
- Haywood, K. M. (1998) Economic business cycles and the tourism life-cycle concept. In Ioniddes, D. and Debbage, K (eds) *The Economic Geography of the Tourist Industry*, 273-84, London: Routledge
- Haywood, K.M. (2006) Legitimising the TALC as a Theory of Development in Butler, R.W. (ed.) *The Tourism Area Life Cycle Volume 2 Conceptual and Theoretical Issues* 29-44 Clevedon: Channelview Publications.
- Levitt, T. (1965). Exploit the Product Life Cycle. *Harvard Business Review*, 43(Nov.-Dec.), 81- 94.
- Prideaux, B. (2000). The resort development spectrum (a new approach to modeling resort development). *Tourism Management*, 21, 225-240. Prosser, G. (1995) "Tourism destination life cycles: Progress, problems and prospects" Paper to *National Tourism Research Conference*, Melbourne.
- Ritchie, J.R.B., and Crouch, G.I. (2003) *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective* CABI: Wallingford
- Strapp, J.D. (1988) The Resort Cycle and Second Homes. *Annals of Tourism Research*, 15 (4), 504-516

- Tooman, L.A. (1997) 'Applications of the life-cycle model in tourism.' *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 214-234
- World Tourism Organization (2007). *A Practical Guide To Tourism Destination Management*, Madrid, Spain
- Zimmermann, F. (1997) Future Perspectives of Tourism: Traditional versus New Destinations in Oppermann, M. (ed) *Pacific Rim Tourism* p. 231-239 CAB International: Wallingford

НАУЧНИ И ПРИЛОЖНИ ПРИНОСИ

Като резултат на извършената изследователска работа могат да се очертаят следните научни и научно-приложни приноси:

1. Извършен е обширен и задълбочен анализ на наличните в научната литература концепции за жизнения цикъл на туристическия продукт и туристическата дестинация на примера на община Самоков, като по този начин е обогатено съществуващото познание за жизнения цикъл на планинските дестинации.
2. Чрез конструктивен и критичен анализ на класическия модел на Butler за ЖЦТД (1980) са предложени допълнителни показатели, които да бъдат използвани при неговото определяне.
3. Установено е по емпиричен път, че отделните туристически субпродукти и туристическите териториални образувания в дадена дестинация могат и почти винаги се намират на различни етапи от своя жизнен цикъл и е потвърдена тезата на редица автори, че туристическата дестинация и нейният продукт могат да се намират на повече от един етап на жизнения си цикъл.

СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Янева В. (2024) „Антропогенни туристически ресурси в община Самоков и възможности за развитие на алтернативен туризъм“ - XIX Международна научна конференция на МВБУ „Икономически растеж, бизнес перспективи, пазарно позициониране в условията на криза“ 12-13 април 2024 г., София.
2. Yaneva V. (2024) “The Impact of COVID-19 on Destination’s Life Cycle (the case of Samokov municipality, Bulgaria), 10th ERAZ Conference on *Knowledge Based Sustainable Development*, Lisbon, Portugal (под печат)
3. Янева В. (2024) Възможности за развитие на алтернативни видове туризъм в дестинация община Самоков - В: *География и регионално развитие (научна конференция Созопол)*, Фондация „ЛОПС“, ISSN 1313-4689