

# СТРАТЕГИИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА ПОСЛЕДИЦИТЕ, ПРОИЗТИЧАЩИ ОТ СЕЗОННОСТТА В ТУРИЗМА

Стела Димитрова\*

## Увод

Туризмът е отрасъл, който има съществено значение за икономиката на страните, в които той заема приоритетно място и има основна роля за икономическия растеж и брутният вътрешен продукт. В резултат на налични благоприятни условия и високо туристическо търсене се формират приходи за държавата и частния сектор. Въпреки това в туристическото планиране има сериозни проблеми, които трябва да бъдат решени. Влиянието на сезонността е един от тях. Това е един от основните проблеми в туристическата индустрия, като задълбочаването и по-сериозното му разглеждане подпомага той да бъде максимално разрешен и да бъдат улеснени планиранията и прогнозирането на сезонността.

Множество са проблемите които се свързват със сезонността на туристическия продукт – те се определят от различни фактори, съществуват и редица стратегии за преодоляването на тези проблеми.

Природните дадености, уникалната комбинация от мека зима и достатъчна снежна покривка, която се задържа до края на пролетта, определят благоприятните възможности за планински туризъм и зимни спортове в България. През последното десетилетие се наблюдава бързо развитие на ски курортите по отношение на увеличаването на броя на местата за настаняване, както и на броя и качеството на ски пистите, оборудването и услугите.

Много хора предпочитат да посещават планинските райони извън зимния сезон. Възможностите за отдых през летните месеци са привлекателно условие за увеличаване на броя на туристите и съоръженията в планинските райони и възможността за организиране на различни мероприятия е предпоставка за привличане на туристи извън пиковия сезон и осигуряване на уникален опит.

**Целта** на статията е да се определят характеристиките на сезонността и да се идентифицират основните причини, поради които туристите могат да удължат престоя си в зимните курорти и следователно да бъдат предпоставка за преодоляване на сезонния туризъм в планинските райони. **Обект на**

---

\* Стела Димитрова, докторант, катедра "Икономика на туризма", УНСС, email: stella.unwe@gmail.com

**изследване** е сезонността в туризма, а **предмет** са възможните алтернативни начини за действие за нейното преодоляване.

**Значимостта** на темата се определя от голямото икономическо въздействие на активния сезон в туризма, поради същественото му влияние върху дейността и конкурентоспособността на туристическата дестинация. **Актуалността** на темата поражда необходимостта от вземането на адекватни решения за справянето със сезонността до степен, до която се увеличават положителните и се намаляват отрицателните въздействия върху дестинациите.

**Изследователската теза** е свързана с определянето на значението на сезонността в туризма. Това сложно понятие се изследва в различни аспекти, използвани са стандартизирани подходи в научното познание и е извършен задълбочен анализ. Чрез осигуряването на отправна точка, определянето на контекста дава основните изследвания на сезонността като явление в туризма, а самата теза се декомпозира на следните **изследователски задачи**:

- Да се изясни същността на сезонността като явление в туризма и ролята ѝ в туристическия пазар;
- Да се представят положителните аспекти и отрицателните последици от сезонността в туризма;
- Да се анализират възможните стратегии за преодоляване на сезонността в туризма;
- Да се очертаят алтернативни начини за действие.

Изборът на тема е свързан с изясняването на възможните причини, поради които нашите зимни курорти могат да се превърнат в целогодишна туристическа дестинация. Досегашният опит показва, че ефективните маркетингови стратегии за осведоменост за качеството и дестинацията, медийното внимание и информацията не са достатъчни, за да се изясни въздействието от организирането на събития за удължаване на туристическия сезон. В българската литература няма проучвания, посветени на зимния сезон, а статистиката показва, че в България се формира втори сезон, с изключение на зимния – през септември-ноември и март-април.

Планирането и провеждането на специални събития се оказва основен елемент на стратегиите за развитие на градовете и регионите. Целта е да се привлекат посетители и инвестиции, да се осигури развитие на туризма и да се превърне в основен фактор, който подобрява конкурентоспособността на дестинацията (Великова, 2016, с. 83).

## **Методологическа рамка на изследваните проблеми**

Считаме, че положителното въздействие на събитията и определянето на тяхната възвръщаемост могат да бъдат измерени преди всичко от общото присъствие и цената на потребителите на събитието. Особено внимание

следва да се обърне на макроикономическите ползи от приемащата област и на оценката на алтернативните разходи за реализиране на инвестициите. В краткосрочен и дългосрочен план трябва да се направи сравнение на материалните и нематериалните разходи.

Много организатори на събития и регионални и местни туристически организации смятат или желаят да разгледат "икономическото въздействие" или макроикономическите ползи от своето събитие чрез оценка на преките и вторични ползи от организацията. Този подход често се използва в бизнес или потребителски проучвания, както и в мултипликатора или иконометричния модел. Други видове се отнасят до определянето на макроикономическото въздействие на събитието на целевото равнище (не на ниво разходи и полза, печалба и загуба или възвръщаемост на инвестициите от събития). Смятаме, че редица сложни фактори като ползи за региона и местното население, привличане на туристи извън пиковия сезон, възвръщаемост на инвестициите от събитието трябва да се използват за успеха на дадено събитие.

Предимствата от организирането на събития служат като основа за по-нататъшен анализ и размисъл в това отношение. Сезонът на зимните курорти в България е свързан с редица проблеми. Това е най-чувствителният сектор по отношение на задълбочаването на изменението на климата, глобалното затопляне и опазването на околната среда. Планирането за управление на космическото пространство в туристическите райони е неадекватно (презастрояване, наличие на строителни дейности в пиковия сезон). Ето защо липсата на емпирична основа, въз основа на която да се определят възможностите за събития за удължаване на сезона или да се превърнат зимни курорти в целогодишни дестинации, ни стимулира да провеждаме специфични полеви проучвания.

Чрез анализирането на зимните курорти в България и възможностите им за привличане на туристи през летните месеци на годината можем да подчертаем редица силни страни, а именно: добро стратегическо местоположение, добра туристическа инфраструктура (за ски и планински туризъм, еко пътеки) запазена природа и климат, наличие на защитени територии, богато природно и културно наследство, популярен местен начин на живот и кулинарни продукти, стратегическо местоположение на страната, ниска гъстотата на населението и развитие на материалната и техническа база, която да поеме голям капацитет от туристи.

Наред със силните страни, които българските планински райони могат да предложат, съществуват и няколко слаби места, които трябва да се определят, а именно: закъснения в развитието на техническата инфраструктура в сравнение с темпа на строителство на новите туристически райони, недостатъчно развита транспортна инфраструктура, липса на единен марке-

тингов подход и сложен туристически продукт за популяризиране на цялата територия, липса на достъп до услуги в малките населени места - здравеопазване, социални услуги, информация, комуникация.

По-конкретно, в резултат на провеждането на изследвания в българските планински райони тази статия подчертава възможностите за превръщане на летния туризъм в планински райони в устойчива индустрия, основана на организиране на събития. Резултатите показват и потенциала на събитията, които страната ни може да предложи. Чрез развитието на съпътстващите туристически дейности и услуги и привличането на туристи в извънпиковия сезон, последиците от финансовата и икономическа криза за територията могат да бъдат преодолені. По този начин нашите зимни курорти могат да развият устойчив целогодишен туризъм.

Някои неща трябва да бъдат взети под внимание, когато говорим за устойчива индустрия въз основа на организиране на събития. Възприемаме заключението, че "държавната намеса трябва да бъде ограничена до това, което е необходимо за защита на обществения интерес и просперитет, устойчивото развитие, защитата на потребителите и икономическото и социално сближаване" (Димитров, Н., 2018).

### **Въздействия и последици от сезонността**

Съществуват редица въпроси, които правят сезонността трудно явление и които оказват въздействие върху дадена дестинация във всички аспекти – икономически, социални, културни и екологични. В ерата на устойчивостта, от съществено значение е да се помисли за това, когато се правят опити да се промени сезонният характер на туризма в дадена дестинация.

Преодоляването на сезонността е трудна задача и само няколко дестинации са успели да го направят ефективно в дългосрочен план. Рядко е възможно да се постигнат успешно такива промени самостоятелно, тъй като за успешната интервенция са нужни интегрирани усилия не само по отношение на авиокомпаниите и други форми на транспорт, а също така и пълната гама от възможности за настаняване през цялата година или извън сезона. А една дестинация няма да бъде привлекателна извън сезона, ако средствата за достъп се предлагат с ограничен набор от възможности или не са на разположение.

На второ място, една от главните задачи трябва да бъде да се промени отношението на хората към свободното време. Туризмът като част от свободното време се отнася към свободата в избора на дестинацията и дейностите и потенциалните туристи не биха приели промяна в тяхното поведение.

Промяната в поведението включва:

- Отстраняване или смекчаване на негативните ограничения върху поведението;

- Предоставяне на информация, което води до повишаване на информираността и знанието;
- Осигуряване на привлекателни възможности, подобро пътуване и достъпност;
- По възможност променени икономически отношения в цената и предлагането.

На трето място, не всички заинтересовани страни желаят целогодишен туризъм. "Почивният сезон" от туризма често се очаква от местните жители, особено от тези, които не са пряко свързани с туристическата индустрия. Пренебрегвайки този факт е вероятно това да доведе до противопоставяне на промените в туризма и дори да се създаде негативно отношение от страна на местното население или дори някои туристически оператори – тези, които предлагат специфичен продукт за един от сезоните, който може да бъде уязвим от прекомерната употреба.

На четвърто място, в някои дестинации, целогодишният туризъм може да представлява сериозен проблем за екологията по отношение на дивите животни и растителността. Без прекъсване посещението на туристите и техните действия могат да доведат до унищожаване на растителността, нейния повторен растеж и самовъзстановяване. Това от своя страна би могло да намали привлекателността на дестинацията, ако природната среда е основен фактор за нейното посещение.

Не на последно място, времето извън сезона може да представлява време за ремонт и възстановителни дейности, подмяна на съоръжения, инфраструктура и атракции. Ако това време не е налично, може да се наложи прекратяване на сезона за тези ремонтни дейности.

Сезонността е сериозен проблем за туризма, защото нейните въздействия пораждаат негативни последици за развитието му. Негативните ефекти са свързани с понижаване рентабилността на туристическите предприятия, ограничено използване на основните им фондове, намаляване качеството на потребителското обслужване и повишено текучество на работната сила. Сезонността в международния туризъм усложнява развитието на туристическата индустрия, изостря противоречията между еластичното търсене на туристически продукти и сравнително стабилното туристическо предлагане (Butler, R., 2014, p. 5-7).

### **Положителни аспекти и отрицателни последици**

Темата за сезонността е актуална тъй като от край време, един от най-големите фактори, влияещи негативно върху туризма е именно тя. Претърпяват се много финансови загуби и се нарушава равновесието между търсенето и предлагането. Макар сезонността да има и друга страна, чрез която може

да влияе и положително, отрицателните последствията от нея преобладават. Последиците от сезонността в туризма са както положителни, така и отрицателни, но отношението между първите и вторите е силно диференцирано.

Въздействието на сезонността влияе повече негативно върху развитието на туризма. Концентрацията на пътуванията само в определен период от годината причинява отрицателни последици като:

- Намаляване на периода за експлоатация на туристическата база;
- Удължаване на срока за възвръщане на инвестициите;
- Намаляване обема на приходите;
- Оскъпяване на издръжката и повишаване на ефективността от конкретната дейност;
- Влошаване на качеството при обслужване поради невъзможността да се намери и задържи за кратко време квалифициран персонал;
- Демотивация на персонала поради предстоящо напускане на работното място, невъзможност за израстване в кариерата, нестабилност и ниско равнище на доходите (Koenig, N., 2005).

Последиците от сезонността се отразяват на всички нива на туристическата индустрия, а именно на материално-техническата база, работната сила, управлението, конкурентоспособността и ценовата политика.

Вследствие на сезонността се получават значителни различия в използването на материално-техническата база – струпване на големи маси от хора в рамките на кратък период от време и пълна неизползваемост на заведените и съоръженията през останалата част на годината. В резултат на това се стига до силно износване на ресурсите. През главния сезон повишената употреба води до логичното остаряване на съоръженията. Но и през неактивния сезон има амортизация, което изисква непрекъснато влагане на средства за реновация, ремонти, поддръжка.

Последиците от сезонността върху транспортното обслужване почти се препокриват с тези върху материално-техническата база. И при транспортните средства повишеното използване през главния сезон силно се отразява върху амортизацията. Разходите за последната обаче трудно могат да бъдат покрити през неактивния сезон, когато средствата за транспорт се експлоатират по-рядко, някои изобщо не функционират (което носи допълнителни загуби) и почти не носят приходи. Недоброто състояние на транспортната инфраструктура от своя страна допълнително повишава негативното влияние на сезонността. Пътищата в тази част на страната са на ниво, доста далеч от европейските стандарти. Некачествената настилка, тесните платна, неравностите затрудняват значително свръхнатовареното движение през летните месеци. Средствата в бюджета на малките общини не са достатъчни за покриването на тези разходи, липсват и дотации от страна на държавата. В резултат на това се ремонтират само отделни участъци от мрежата, които

обаче през главния сезон отново се амортизират. Основният използван вид транспорт в повечето райони е автомобилният – леки автомобили и автобуси. През активния сезон е налице добра обезпеченост с превозни средства. През останалата част на годината обаче тази база не се експлоатира и носи допълнителни разходи на собствениците си. От друга страна, значително се затруднява транспортирането на жителите на по-отдалечените селища.

- Друг важен аспект в тази насока е и заетостта на работната сила, която е в правопрпорционална зависимост от заетостта на транспортните средства. Контрастите в експлоатацията на материално-техническата база са пряко свързани и с ангажираността на работещите в сферата на туризма. В повечето случаи при тях се говори за временна заетост, за висока интензивност на работния ден в рамките на няколко месеца годишно и безработица за останалия период. Обикновено работното време в туризма е ненормирано, натовареността през главния сезон е значителна, често дори се съвместяват различни професии. Все още битува схващането, че заетите в туризма и по-конкретно в сферата на обслужването, са нискоквалифицирани, хора със средно или полувишше образование, за които през неактивния сезон е по-трудно да си намерят работа. Те съответно получават и по-ниско заплащане. Голям процент от заетите в курортните селища през активния сезон са неместни жители. Предимството им често се крие в по-подходящата квалификация и в по-голямата им гъвкавост по отношение възможностите им да съвместяват различни задължения. У местното население все още (макар и постепенно отшумяваща) се усеща известна гордост, нежелание за изпълнение на всякакви длъжности и въпреки огромната безработица през неактивния период, не всички са готови да приемат определени места в сферата на туристическото обслужване (Koenig, N., 2005).

Съществуват и положителни аспекти от сезонността, които са от екологичен и социокултурен характер. Сезонността е предсказуемо явление, защото цикличният ред е добре установен. Поради това се допуска и предварителна подготовка за тях, като планиране и реализиране на мерки с цел противодействие. Създадени са редица стратегии за ограничаване на сезонността в туризма, например диференцирано ценообразуване, което включва съобразяване на цените в съответствие със сезона, диверсификация на атракции и развлечения, която е свързана с организирането на различни мероприятия, фестивали, достъп до интересни места, диверсификация на пазара относно маркетингови подходи, привличане на туроператори, определяне на оптимален пазарен микс, държавното участие и подпомагане.

Формираният алтернативен туристически продукт има възможност и е в състояние да стимулира стопанската активност на неусвоените досега за



туризъм територии и да развие предимствата на туристическия район чрез една нова атрактивна и печеливша стратегия.

Сезонността има своите *положителни ефекти*, върху туристическите дестинации:

- **В екологично отношение** – Дава се време на природата в туристическия район да се възстанови – въздухът, водата, растителността и животинският свят да се върнат към нормалният ритъм.
- **В социално отношение** – Местното население има възможност да "отпочине от тълпите туристи". Това е необходимо главно в районите, които не са чисто туристически, а се обитават и от местно население.
- **В икономическо отношение** – Развитието на туризма води и до икономически напредък в туристическите дестинации. Заетите в сферата на обслужването през сезона потребяват също услуги на местната индустрия, а "домакините" получават "шанс за допълнителни доходи".

Въпреки общоприетите принципи и схващания относно отрицателното въздействие на сезонността в туризма, сезонността може да има и положителни аспекти. Нарастващата тенденция в областта на туризма и свободното време е, че все по-голям брой хора са склонни да търсят повече екстремни преживявания, в които активно да взимат участие. Такива хора вече не са удовлетворени единствено от разглеждането на дестинациите и тяхното желание да бъдат въввлечени в туристическите атракции. Имайки предвид природните дадености на определена страна като туристическа дестинация, България е ярък пример за туризъм с двусезонен характер. Именно това е предпоставка за развитието на икономиката в сферата на туризма, което е положителна черта на сезонността. Природните дадености на нашата страна дават възможност за удовлетворяване на различните потребности и разнообразните предпочитания на туристите в наши дни.

Без съмнение сезонността се счита за основната трудност и се разглежда като проблем, който трябва да бъде решен на политическо, икономическо и оперативно ниво. Въпреки това освен ограничените изследвания върху сезонността в туристическите дестинации, съществуват някои предимства. Постава се акцент върху отношението към околната среда, тъй като само времето извън сезона е подходящо за намаляване на негативното влияние на околната среда и намиране на ресурс за нейното възстановяване. Другите ползи се откриват по отношение на заетостта. Сезонното търсене предвижда необходимост от работна ръка на непълно работно време, което от своя страна позволява на местното население да спечели допълнителни доходи.

Местната общност разглежда сезонността в положителен аспект, тъй като времето извън сезона предоставя на жителите време за почивка и това е от съществено значение за малките семейни фирми, където приносът на собственика по отношение на работата е най-голям. В допълнение, преко-



мерното използване на транспортната система в разгара на сезона се намалява, което позволява реконструкция на пътната инфраструктура, в случаите, когато е необходимо.

Наличието на природни богатства ни дава възможност за размисъл върху натоварването на околната среда по време на всеки туристически сезон. Като положителен аспект на сезонността можем да отчетем факта, че околната среда не се натоварва и замърсява целогодишно, като има възможност за възстановяване през периода на "почивка" (когато туристопотокът е по-малък). Най-голямото натоварване на зимните курорти е през зимните месеци. Ски пистите и придружаващите ги места за настаняване работят с пълен капацитет. В следствие на това се наблюдава амортизация на природните ресурси и техническата база. Държавата и предприемачите в частния сектор, като собственици и уредници на различните места за настаняване, ски пистите, лифтовете, ресторанти и други съоръжения за развлечение и рекреация, имат възможност да подобрят състоянието на околната среда и материално-техническата база след тяхното използване, с цел подобряване на качеството на услугите в сферата на туризма за бъдещия туристопоток. Респективно същото важи и за летните курорти през лятото (Pisteur No LLP-LdV, 2008).

## Стратегии за преодоляване

Усилията на автори и изследователи да намерят стратегия за смекчаване на последиците, произтичащи от сезонността са очевидни, но все още не е намерено универсално решение.

Както сезонността се занимава с моделите, които са стабилни и добре установени, а не случайни и съществува елемент на предсказуемост, свързан със сезонността, за мениджърите е възможно да очакват много от последиците и да приложат стратегии за приспособяване към всеки негативен ефект (Getz, D., Nilsson, D. P., 2004, p. 17-30). Бътлър подчертава, че сезонността е труден за преодоляване проблем и въпреки усилията за намаляване на сезонните пикове, сезонният диапазон в действителност се увеличава с бързия растеж на туризма, което пренебрегва всички усилия за пренасочване на посещенията извън сезона (Butler, R., 1994).

В опита да се намалят отрицателните въздействия, вниманието трябва да бъде насочено към извънпиковия сезон и методите за практикуване на туризъм през цялата година, когато общите туристически номера са относително стабилни. За да се намали сезонността, добре е да се проектират стратегии за улавяне на диференциацията в търсенето на туристически услуги (на база на културния, религиозния, спортния и конферентния туризъм) (Higham, J., Hinch, T., 2002, pp. 175-185). Най-успешните опити за намаляване на се-

зонността може да бъдат открити в дестинации с утвърдени туристически индустрии, а най-добрата стратегия трябва да бъде избрана въз основа на редица изменения на динамиката по отношение на предлагането.

Дестинациите със силно изразен зимен туризъм например страдат от високо търсене в пиковия сезон и ниско или никакво търсене в слабия сезон, а усилията трябва да бъдат насочени в нарастване на търсенето извън пиковия сезон и преразпределение на търсенето от силния сезон към слабия сезон. Това би изградило основата за устойчивото развитие на туристическата дестинация. Една от стратегиите за изменение и диверсификация на туристическия продукт за привличане на нови посетители, когато нивата на търсене са намалени е развитието на алтернативен туризъм.

Основните характеристики на световните туристически тенденции като глобализацията, стандартизацията, сегментацията, компютъризацията и промяната на потребителската система на начина на живот, утвърждаване на нови нужди, мобилност и свободно време, променят поведението на туристическото търсене и оставят възможност за туристическата индустрия да приложи тези промени в съвременната туристическа индустрия. Промените в поведението на търсенето трябва да бъдат адаптирани от туристическите дестинации чрез предлагане на разнообразни туристически продукти, с цел намаляване на негативните последици, причинени от масовия зимен туризъм.

Диверсификацията на предлагането от страна на туризма, използвайки всичките потенциални целогодишни ресурси и съоръжения, създават удовлетворение за по-образованите, високотелни и мобилни туристи чрез разработването на алтернативни форми на туризъм (Geić, S., 2011). Алтернативният турист се интересува от стимулиране на устойчивото развитие на приемния пазар, тъй като той основава своите политики и стратегии за развитие на продукти в областта на туризма. В рамките на устойчивата концепция за развитие, алтернативните видове туризъм стимулират растежа, като е необходима цялостна защита на природните ресурси, а безопасността на туристите в местоназначението е от изключителна важност (Luković, T., 2008, pp. 51-74).

Формираният алтернативен туристически продукт има възможност и е в състояние да стимулира стопанската активност на неусвоените досега за туризъм територии. Да развие предимствата на туристическия район чрез една нова атрактивна и печеливша стратегия. **Основните стратегии** за борба със сезонността на търсенето на туристическия продукт са:

*Диференцирано ценообразуване.* Провежданата ценова политика на туристическата дестинация или обект трябва да бъде гъвкава и в съобразена с интензитета на търсене за конкретния сезон. Могат да се предлагат без-

платни допълнителни услуги, промоционални пакети, както и да се създава "допълнителна стойност" към услугата.

**Диверсификация на атракции и развлечения.** Организирането и провеждането на празници, фестивали, тематични семинари и спортни прояви дава една добра основа за масово привличане на туристически интерес към дадена дестинация извън *високия сезон*. Достъпът до интересни места, които не са възможни за посещение през зимния сезон – пещери, водопади, езера, екстремни маршрути и др., също би дал положително отражение върху потребителския интерес.

Продуктовата диверсификация е свързана обаче с допълнителни "рискови" разходи по време на сезон, който е със сравнително по-ниски приходи.

**Диверсификация на пазара (мултипазарен подход).** Този модел изисква допълнителни средства за рекламна кампания и маркетингови разработки за изграждане на подходящи канали за реализация, които разходи са по-ниски в сравнение с тези за финансирането на продуктови модификации. Подобен подход е свързан с висок имидж на продуктовата марка или хотела.

Освен определянето на оптимален пазарен микс (продукт, цена, дистрибуция и промоция) е от изключителна важност да се привлекат туроператори и агенти, да се осъществяват участия в туристически изложения и в браншови организации.

**Държавно подпомагане.** Държавата също има роля в преодоляването на сезонността в търсенето на туристическия продукт в българските ски курорти. Освен чрез данъчни облекчения и подобряване и поддържане на инфраструктурата, които имат отношение към туристическия бизнес като цяло, държавата може да осигурява субсидии за бранша, дотации за опазване на културно-историческите паметници, средства за грижа за природните паркове и детски площадки и др.

От казаното следва, че сезонността в туризма може да се определи като равнище на месечна концентрация на туристическите пътувания в конкретно място (дестинация) в резултат на климатични, институционални, социални, технологично-производствени и организационни фактори. Неин изразител са сезонните колебания. В абсолютна и относителна стойност, те изразяват разликата между месечната концентрация на туристическите пътувания и равномерното им месечно разпределение в рамките на една година.

## Алтернативни форми на туризъм

Модерният туризъм напоследък се определя с алтернативните форми на туризъм. В противовес на термина масов туризъм се разработва другият термин алтернативен туризъм като нещо противоположно на масовия туризъм.

Алтернативният туризъм възниква в отговор на негативните последици от масовия туризъм. Съзнанието на неустойчивата форма на този туризъм и необходимостта от търсенето на отделни туристически услуги е довело до промяна в туристическите потоци.

Най-важната характеристика на алтернативния туризъм е тази, която поставя туристите в центъра на оформянето на туристическия продукт. Чрез дисперсия и разнообразяване на предлагането, туристическият продукт е адаптиран към по-малки групи от туристи, стимулирайки концепции за регионално развитие. Концентрацията на туристическото търсене гарантира устойчиво регионално развитие, което е от полза за местната общност, но и става все по-взискателно към разнообразното предлагане. Алтернативният туризъм се определя с организирането на различни видове туризъм, съобразени с естествените и социалните ценности на местните общности, което позволява на домакините и гостите да се насладят на положителен и ценен опит чрез взаимно взаимодействие.

Благодарение на своята универсалност, съществуват множество класификации на различните форми на алтернативен туризъм. Една от най-подходящите е тази според съдържанието на дейностите (спорт и отдих, здравен туризъм и културен туризъм) и се дължи на пространствените характеристики (селски туризъм, екотуризъм) (Geić, S., 2011).

С намерението да се изследва въздействието на алтернативните форми на туризъм за възможността за удължаване на зимния сезон ще разгледаме три форми на туризъм, които доминират в туристопотоците. Това са културен туризъм, екотуризъм и СПА и уелнес туризъм.

Културният туризъм може да се определи като пътуване, мотивирано от културата, което включва фестивали и други организирани събития, посещения на исторически обекти и паметници, както и изследване на природата, фолклора или изкуството. Културната мотивация отразява специфичните особености на културните туристи, които имат повече средства и като цяло имат по-висок среден доход, те често не харчат за масовите продукти, а са по-заинтересовани от качествените местни стоки и културните събития (предавания, концерти, изложби) с висока добавена стойност. Предимството при тях е, че техните доходи е по-вероятно да бъдат разпределени в местната икономика (Figini, P., Vici, L., 2012, pp. 825 – 839). Културната мотивация на пътуване отличава културния туризъм от другите видове туризъм. Статистически данни за Европа показват, че повече от 50% от туризмът в Европа се задвижва от културни услуги, където потреблението може да изглежда като първична мотивация или потребление по време на пътуването (Cuccia, T., Rizzo, I., 2011, pp. 589 – 595). Фактът, че културният туризъм е увеличаващ се сегмент на туристическото търсене на услуги, които могат да намалят сезонността е всеизвестен, но все още труден за доказване.

Екотуризмът е туризъм, базиран на природните дадености, който е екологично устойчив и се основава на относително незасегнати природни зони, осигурява принос към защитата и управлението на защитени територии и принадлежи към адекватен и подходящ режим за управление (Valentine, P., 1993, pp. 107 – 115). Екотуризмът включва всички форми на туризъм, свързани с природата, отговорното поведение към природната и културна среда. Той се основава на принципите на управление чрез планирането на туристически продукти, чиито услуги са представени от малки местни специализирани фирми, които осигуряват посещението на малки групи посетители.

Спа и уелнес туризмът се считат за един от най-стимулиращите видове рекреационен туризъм. Това е туристически феномен, който се развива с бързи темпове на регионално и местно ниво. Този вид туризъм набира скорост и се превръща в една от водещите форми на туризъм с високи икономически последици. Неговият растеж допринася за общото развитие на икономиката на страната и главно планинските региони и дейностите, които той предлага допринасят за нарастването на заетостта на местните жители, което е особено важно за икономиката.

## Изводи

Алтернативните форми на туризъм благоприятстват развитието на цялостните туристически посещения и разширяването на туристическите райони, които включват по-малко познати части от страната.

От изложената проблематика можем да направим следните няколко извода и препоръки:

- Най-често срещаното действие за преодоляване на сезонността в туризма е да се направи опит да се удължи основния туристически сезон в дестинацията;
- Друго действие, което може да бъде предприето се отнася до предлагане на различни атракции извън сезона, или т.нар. диверсификация на атракции и развлечения;
- Следващата стъпка по отношение на алтернативните начини за справяне със сезонността е обновяване на дестинацията и превръщането и в уникална и престижна
- Един алтернативен подход е да се допълни или да се промени съществуващото предлагане с това, което би привлякло традиционалистите и туристите от висшата класа;
- Под внимание трябва да бъде взето и организирането на събития чрез създаване на един или повече бизнес центрове и свързаните с тях съоръжения.

## Заклучение

Сезонността е проблем, който може да бъде преодолян изключително трудно. Много малко дестинации са успели да преодолеят сезонния характер и да осигуряват дейности през цялата година. Опитите да се удължи пиковият сезон или да се добави втори такъв могат да бъдат успешни, но изискват много инвестиции и успехът не може да бъде гарантиран. Много по-добре е да се приеме политика на приспособяване или смекчаване на сезонността в туризма, отколкото да се правят опити да се преодолее този феномен. Други икономически дейности се допълват успешно с преодоляването на сезонността, дори и да не постигат пълна икономическа ефективност на работа. Мерките за изменение и смекчаване на сезонността трябва да включват дейности, свързани с търсенето в туризма, както и промяна от страна на предлагането. С правилната визия и план това може да донесе големи ползи на местните жители, включително иновации, нови и по-ефективни съоръжения, повече забавления и възможности и обществена гордост.

### *Референци:*

Парушева, Т., Сборник 9<sup>ти</sup> национален симпозиум "Качество, конкурентоспособност, устойчиво развитие", Глава "Динамика в отношенията между туристите и местните жители", с. 71.

(Parusheva, T., Sbornik 9<sup>ti</sup> natsionalen simpozium "Kachestvo, konkurentosposobnost, ustoychivo razvitie", Glava "Dinamika v otnosheniyata mezhdu turistite i mestnite zhiteli", s. 71)

Проучване на състоянието, проблемите и перспективите, свързани с организацията на функциите поддръжка и спасяване върху пистите в България, ноември 2008, Pisteur No LLP-LdV/Tol/2008/RO/026.

(Prouchvane na sustoyaniето, problemite i perspektivite, svurzani s organizatsiyata na funktsiite poddrzhka i spasyavane varhu pistite v Bulgariya, noemvri 2008, Pisteur No LLP-LdV/Tol/2008/RO/026)

Butler, R., (1994), Seasonality in Tourism: Issues and Problems, Seaton, A.V. (ed), Tourism: The state of Art.

Butler, R., 2014, Addressing Seasonality in Tourism: The Development of a Prototype, report for UNWTO, pp. 5-7.

Cuccia, T., Rizzo, I. (2011), Tourism seasonality in cultural destinations: Empirical evidence from Sicily, Tourism Management, Vol. 32, pp. 589-595.

Figini, P., Vici, L., (2012) Off-season tourists and the cultural offer of a mass-tourism destination: The case of Rimini, Tourism Management, Vol. 33, pp. 825-839.

- 
- Geić, S., (2011) Menadžment selektivnih oblika turizma, Sveučilište u Splitu, Split, Croatia.
- Getz, D., Nilsson, D. P. (2004), Response of family businesses to extend seasonality in Demand: the case of Barnhol, Denmak, *Tourism Management*, Vol. 25 (2004), pp. 17-30.
- Higham, J., Hinch, T., (2002) Tourism, sport and season: the challenges and potential for overcoming seasonality in the sport and tourism sector, *Tourism Management*, Vol. 23, pp. 175 – 185.
- Koenig, N., Bischoff, E. E., (2005) Seasonality Research: The State of the Art, *European Business*
- Luković, T. (2008), Selective tourism, fast fading fad or a scientific-research necessity, *Acta Turistica Nova*, Vol. 2, No. 1, pp. 51-74.  
Management School, University of Wales Swansea, Swansea, United Kingdom.
- Valentine, P., (1993) Ecotourism and nature conservation. A definition with some recent developments in Micronesia, *Tourism Management*, Vol. 14, No. 2, pp. 107-115.
- Velikova, E., The Influence of the Events in Tourism, *Journal of Science and Research*, Volume 1, 9/ 2016, pp. 83-91.



## **СТРАТЕГИИ ЗА НАМАЛЯВАНЕ НА ПОСЛЕДИЦИТЕ, ПРОИЗТИЧАЩИ ОТ СЕЗОННОСТТА В ТУРИЗМА**

### **Резюме**

Сезонността е универсален фактор в областта на туризма и често се разглежда като проблем, особено в икономически аспект. Настоящата статия определя характеристиките ѝ и предлага различни начини за справянето с нея, като цели да даде ясна представа за възможностите за привличане на клиентите и повишаване на привлекателността на туристическия продукт. Всичко това обуславя актуалността и значимостта на изследваната проблематика, които пораждаат необходимостта от търсене на адекватни решения на проблема със сезонността в туризма, както и произтичащите от него предизвикателства, пред които е изправен туристическият бранш.

**Ключови думи:** активен сезон, стратегии, организиране на събития, уникалност на дестинацията.

**JEL:** Z320

---

## STRATEGIES FOR REDUCING THE CONSEQUENCES OF THE SEASONALITY IN TOURISM

Stela Dimitrova\*

### **Abstract:**

Seasonality is a universal factor in tourism and is often seen as a problem, especially in economic terms. This article sets out its features and offers different ways to deal with it, aiming at giving a clear idea of the possibilities of attracting customers and increasing the attractiveness of the tourist product. All this determines the topicality and significance of the studied issues, which give rise to the need to seek adequate solutions to the problem of tourism seasonality as well as the resulting challenges facing the tourism industry.

**Key words:** active season, strategies, organizing events, destination uniqueness.

**JEL:** Z320

---

\* Stela Dimitrova, PhD student, Department of Real Estate, University of National and World Economy, Sofia, email: stella.unwe@gmail.com