СОФИЙСКИ УНИВЕРСИТЕТ „КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ”

СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ

Повишаване на конкурентоспособността на туристическите фирми чрез участието им в клъстъри

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на

ДИСЕРТАЦИОНЕН ТРУД
ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА ОБРАЗОВАТЕЛНАТА И НАУЧНА СТЕПЕН ДОКТОР

Ирина Руменова Щонова

Научен консултант

Доц. д-р Соня Милева

София, Ноември 2011

Научно жури:

Вътрешни членове:

- Проф. д-р Невяна Кръстева – председател и рецензент
- Доц. д-р Соня Милева

Външни членове:

- Проф. д.ик.н. Манол Рибов – рецензент
- Проф. д.ик.н. Румен Георгиев
- Доц. д-р Преслав Димитров

Публичната защитата на дисертационния труд ще се проведе на .....от ..... часа в Зала ..... на Стопанския факултет на Софийския университет „Климент Охридски”, бул. Цариградско шосе 125, блок 3, София.

I. Обща характеристика на работата

Значимост на темата

Понастоящем туризмът е един от най-динамично развиващите се стопански отрасли у нас и в другите страни. На него се падат около 10% от брутната добавена стойност, създавана в света. В условията на постмодерното общество развитието на туризма позволява да се решат множество обществено-икономически задачи като разширеното възпроизводство на трудовите ресурси, увеличаването на заетостта, нарастването на благосъстоянието, качеството на живот и културното равнище на населението. Високите темпове на развитие на туризма предполагат, че търсенето на туристически услуги и през следващите години и десетилетия ще расте.

Независимо че в началото на 21-и век туризмът се превръща в един от най-важните стопански дейности в световен мащаб и в основно средство за устойчиво развитие и диверсификация, особено в по-неразвитите икономики, много страни и региони не получават големи ползи от развитието на туризма или ги получават само за ограничен период от време. Основната причина за това е ниската добавена стойност в отрасъла.

За да се превърне туризмът в печеливша дейност, неговото развитие трябва да бъде съобразено с новата парадигма на конкурентоспособността, основана на клъстърния подход. Актуалността на темата произтича от необходимостта от прилагането в практиката на съвременни методи и концепции в управлението на този динамичен и комплексен отрасъл. В същото време е необходимо да се изследва

икономическата и социална целесъобразност от взаимодействието на фирмите и институциите, включени в клъстъра, както и да се разработи научно-методическа основа за внедряването на клъстърни структурни модели с цел подобряването на териториалната организация на туризма.

Степен на научно разработване на проблема. Възможността за използването на клъстърния подход за развитието на туризма е предмет на изследване от редица чужди учени. Автори като Е. Майкъл, П. Лънч, Н. Джоунс, А. Морисън, П. Мърфи и др. са направили задълбочен анализ на особеностите на формирането и развитието на клъстърите в туризма. Броят на изследванията в нашата страна, свързани с използването на клъстърния подход изобщо и в частност в туризма, е все още твърде ограничен (Мл. Велев, Вл. Златев). Настоящият труд доразвива богатата чуждестранна и доста по-скромната българска научна литература в тази област, като:

1) прави обобщение на най-добрите световни практики на идентифициране и оценяване на регионалните туристически клъстъри;

2) адаптира общите принципи и подходи на клъстърната политика и инициативи към спецификата на отрасъла и

3) конкретизира направените изводи и препоръки към възможностите за формиране на регионален туристически клъстър в конкретна община (Велинград).

Въз основа на комплексен и задълбочен анализ на резултатите от различните научни изследвания, основан на системния подход, и на отчитането на особеностите на развитието на конкретна туристическа дестинация се прави опит да се потърсят и обосновят нови методи за управление на регионални туристически клъстъри. Това обуславя и избора на темата на дисертационния труд.

Цел, задачи и методи

Основната **теза** на автора в настоящия дисертационен труд е, че прилагането на клъстърния подход е особено подходяща форма за повишаване на конкурентоспособността на туристическата дейност както на цялата дестинация, така и на отделната фирма, тъй като води до увеличаване на мащаба на производството, спомага за общото използване на ресурсите и е фактор за бързото разпространение на иновациите сред малките и средни фирми, които определят облика на туристическия отрасъл в болшинството от българските региони.

Целта на разработката е да се изследва механизмът на образуването и функционирането на регионален туристически клъстър като конкурентноспособна форма на териториална организация на туристическата дейност.

За реализирането на целта авторът си е поставил следните изследователски **задачи**:

- Да се анализира понятието „регионален туристически клъстър" от гледна точка на неговата дефиниция, структура, видове, етапи на формиране, разграничаване от други видове териториални организации в областта на туризма;
- Да се изследват факторите и принципите на териториалната организация на туризма и ролята на клъстърите в нея;
- Да се разработи методика за идентифициране и оценка на регионален туристически клъстър;
- Да се направи критичен анализ на държавната политика (включително и на публично-частното партньорство) и на клъстърните инициативи в областта на туризма;

- Да се осъществи сравнителен анализ на степента на прилагане на концепцията за клъстъризация на няколко общини в страната;

- Да се разработи методика за идентифициране на стадия на развитие на регионален туристически клъстър и да се приложи в конкретни условия (на примера на община Велинград);

- Да се определи интензивността на връзките, факторите за възникване и начинът на организация на избрания туристически клъстър, да се оцени настоящето му състояние и потенциалът за бъдещо развитие.

Обектът на изследване са фирмите в областта на туризма и на другите свързани сектори, формиращи регионалния туристически клъстър.

Предмет на изследване на теоретичните и практически аспекти на процеса на формирането на регионални туристически клъстъри и по-специално системата на организационнно-икономически отношения между публичните власти и фирмите – доставчици на интегриран продукт в рамките на регионалния туристически клъстър.

Теоретична и методологична основа на изследването. Теоретична основа на дисертационния труд са научните резултати и изводи от страна на широк кръг чуждестранни и някои български учени в областта на управлението на туризма в национален и регионален аспект; в областта на формирането и развитието на клъстърни структури и в областта на теорията на регионалното развитие. Методологична основа на дисертацията са системният подход, методът на логическия и сравнителен анализ, математико-икономическото моделиране. Използвани са също описателният метод, методът на експертната оценка, математически (статистически анализ, построяване на матрици, бални скали) и социологически (анкетно проучване, дълбочинни интервюта,

фокус групи с представители на бизнеса, публичните институции, потребителите на туристически услуги) методи.

Като **информационна база** в процеса на подготовка на дисертационния труд са използвани както първични, така и вторични източници на информация: национални статистически данни, информация, предоставена от търговски и браншови организации, материали от социологически изследвания, статистически данни и експертни оценки от Министерство на икономиката, туризма и енергетиката и община Велинград, средствата за масова комуникация, както и електронни издания.

Теоретичната значимост на резултатите от проведеното в дисертацията изследване се състои в разработването на теоретични и методологически положения, които доразвиват теорията на икономиката и управлението в областта на туризма и туристическите клъстъри.

Практическата значимост на изследването се съдържа във възможността резултатите от него да бъдат използвани както в общинските стратегии и програми, така и от публичните органи на национално равнище при създаването на програми за насърчаване на регионалното развитие.

Клъстърната концепция може да се превърне в приоритетно направление за развитие на туризма в регионален аспект, което би довело до увеличаване на добавената стойност в сектора, до създаването на нови работни места, до по-лесната разпознаваемост на дестинацията на националния и на международните пазари. Предлаганата форма на териториална организация на туризма ще позволи отрасълът да допринесе за устойчивото развитие на региона, тъй като е тясно свързана с такива важни социално-икономически и етични проблеми като намаляването на безработицата, увеличаването на доходите, опазването на природните ресурси и нарастването на благосъстоянието на местното население.

Отразените в дисертацията научни резултати и постижения отговарят на **професионално направление 3.8.** Икономика (Икономика и управление по отрасли).

Структура и обем на дисертацията

Трудът се състои от увод, три глави, заключение, и библиографска справка със 128 източника. Текстът е изложен на 217 страници и съдържа 45 таблици и диаграми.

В **увода** се обосновава актуалността на темата на дисертацията, определя се основната теза, обектът и предметът на изследване, поставят се целите и научните задачи и се представя теоретичната и практическа значимост на получените резултати.

Предмет на изследване в **глава първа** са някои теоретични аспекти на клъстърите и мрежите и значението им за нарастването на конкурентоспособността на фирмите. Проследена е еволюцията на теоретичната мисъл за клъстърите и мрежите, обобщена е същността на концепцията за клъстъризация и е направена най-обща типология на клъстърите в икономиката. Във втората част на глава първа се анализират въпросите, свързани с прилагането на клъстърния подход в туризма. Акцентът е поставен върху връзката между клъстърната организация на производство и предлагане на туристическия продукт и повишаването на конкурентоспособността на отделната фирма и на цялата дестинация. Изследва се влиянието на клъстърите върху разпространението на иновациите, подобряването на комуникациите, изграждането на социален капитал и запазването на ценностната система на местната общност.

Анализът в **глава втора** е насочен към основните инструменти за насърчаване на клъстърите в икономиката и в частност в туризма от страна на публичните власти. Направено е сравнително изследване на

политиките за насърчаване на образуването на клъстърите в няколко страни. Изследвани са някои методологични аспекти при идентифицирането и оценяването на клъстърите в туризма. Предмет на анализ са подходите, методите и етапите при прилагането на клъстърния подход и основните елементи на механизма за подобряването на функционирането и на конкурентоспособността на туристическите клъстъри. Дискутира се ролята на публично-частните партньорства в туризма и се разглежда реализацията на някои клъстърни програми и инициативи в България.

Глава трета е с приложен характер и показва как клъстърният подход може да бъде използван за повишаването на конкурентоспособността на регионалните клъстъри. За тази цел е направен сравнителен анализ и оценка на наличието и степента на клъстъризация в туризма в няколко български общини. Разработен е модел за идентифицирането на степента на клъстъризация в регионален аспект, който е приложен към конкретна туристическа дестинация (община Велинград). Въз основа на резултатите от проучване на мненията на участниците в туристическия клъстър са очертани насоките за повишаването на конкурентоспособността на фирмите и на цялата дестинация.

В **заключението** са обобщени основните научни резултати и са направени изводи и препоръки, произтичащи от цялостното изследване.

II. Основни идеи и изводи

В основата на клъстърния подход стои разбирането, че клъстърите ускоряват развитието на участващите в тях фирми, тъй като формират допълнителни благоприятни външни условия. Клъстърите оказват положително влияние и върху вътрешните за фирмата фактори, от които зависят стопанските й резултати. Принципите на клъстърния анализ произтичат от традиционните теории за агломеративната икономика, възникнали преди около четиредесет години. В последното десетилетие те са значително ревизирани следствие на идеята да се анализират факторите за успеха на фирми, обединени в регионални сдружения, развита главно в трудовете на Портър[1].

Стимулирането на стопанските дейности чрез ефекта на географското съсредоточаване е описано обширно в литературата. Множество теоретични и емпирични изследвания доказват, че агломеративната концентрация играе решаваща роля за регионалното равнище на доходите (Бренер и Уейт)[2], за привличането на чужди инвестиции (Беръл и Пейн)[3] и за конкурентоспособността на съответния регион (Нортън)[4].

Общоприетата хипотеза при различните теории за клъстърите е, че географската концентрация на взаимно свързаните в тях участници носи допълнителни ползи на фирмите и местните общности поради възможността за задълбочаването на специализацията. Теорията и практиката доказват, че близкото разполагане на фирми и институции от

---

1 Porter, M., The competitive advantage of nations, New York, Free Pres, 1990.

2 Brenner, T. & Weigelt, N.. "The Evolution of Industrial Clusters - Simulating Spatial Dynamics", *Advances in Complex Systems*, 4, 127-147, 2001.

3 Barrell, R. & Pain, N. "Domestic Institutions, Agglomerations, and Foreign Direct Investment in Europe", *European Economic Review*, 43, 925-934, 1999.

4 Norton, R. D., "Agglomeration and Competitiveness: From Marshall to Chinitz", *Urban Studies*, 29(2), 155-170, 1992.

даден сектор е свързано с редица синергетични ефекти, които, ако бъдат оползотворени, може да доведат до нарастването на пазарния дял, увеличаването на заетостта и създаването на нови продукти. .

При анализирането на това явление на географско съсредоточаване на взаимно свързани фирми и институции се използват различни термини и определения - клъстъри, индустриални райони, иновативна среда и др. Всяко отделно понятие поставя различни акценти върху специфичните аспекти на това явление. Единодушно е мнението обаче, че взаимодействието между фирмите и другите местни институции подобрява конкурентоспособността на участниците в групата.

Схващането, че стопанският възход на една нация зависи, поне отчасти, от развитието на локализирани икономически дейности, може да се проследи още в трудовете на Алфред Маршал[5] отпреди повече от сто години. В края на деветнадесети век той поставя началото на теорията за индустриалните райони, като твърди, че икономическият растеж и лидерството на Великобритания през 19-и век се дължи на развитието на няколко локализирани индустрии като грънчарството, ножарството и производството на кошници.

В края на 70-те години концепцията за индустриалните райони предизвиква особен интерес в Италия поради възникването в следвоенния период на нов модел на производствената система с подчертано пространствено разпределение. Италианска научна литература се основава напълно на концепцията на Маршал за индустриалните райони.

В съвременната икономическа литература концепцията за индустриалните райони (industrial districts) обяснява икономическия успех на дадена област с фактори като географските и секторни концентрации на предимно малки фирми, силни междуфирмени отношения и наличието

[5]Marshall, A., *Principles of Economics*, London: Mcmillan, 1920.

на социални и професионални среди, както и високи нива на иновации. Стопанският възход на фирмите, локализирани в подобни райони, се дължи на наличието на силни взаимовръзки между тях.

След Втората световна война икономистите преоткриват идеите на Маршал в областта на промишлената локализация. В основата на това преоткриване стоят две теории: т. нар. "нова теория за търговията", както и теорията за "нарастващите ползи", свързана с производствената функция на Коб-Дъглас. Според новата теория за търговията икономиите от мащаба, нарастващите ползи и несъвършената конкуренция са емпирично по-важни от постоянната възвръщаемост, съвършената конкуренция и сравнителните предимства. Основният извод от научните изследвания е, че географски локализираната индустрия е по-конкурентна на националния и международния пазар.

При определянето на факторите за стопанския прогрес на нациите изследователите-неикономисти наблягат повече на ролята на "меките" външни фактори. Такива са местните социални, институционални и културни основи на клъстъра, както и другите "нетърговски зависимости" сред участниците в него. Разпространението на знания, било то негласно или формализирано, както и свързаното понятие за "колективно обучение", се определят като решаващи за насърчаването на иновациите и предприемаческата динамика в клъстърите (ОИРС[6], Кибъл и Уилкинсън[7]).

Традиционните подходи за анализиране на клъстърите дълго време се основават на схващането, че производственият процес е една верига от процеси и връзки; всяка връзка добавя стойност в поредица от стъпки, за да се произведе крайният продукт за потребителя. Клъстъри от фирми

[6]OECD, Boosting Innovation, The Cluster Approach, 1999.

[7]Keeble, D. and Wilkinson, F. (Eds), High-Technology Clusters, Networking and Collective *Learning in Europe*, Aldershot: Ahsgate, 2000.

могат да се формират около една връзка във веригата или да се струпат на едно място, за да улеснят поредицата от връзки в една и съща верига на добавена стойност. Съвместното ползване на различни ресурси може да увеличи пазарните ползи за участващите фирми чрез създаването на серия от оперативни синергии, които намаляват разходите и подобряват приходите чрез обединената клиентска база.

Диагоналният клъстъринг (или общото местонахождение на допълващи се фирми) и диагоналната интеграция (съвкупността от допълващи се дейности в определена фирма) са сравнително нови подходи както за туристическия бизнес, така и за стратезите по регионално развитие. Участниците в клъстъра добавят стойност, като интегрират или обвързват допълващи се услуги в един общ продукт за продажба. Това позволява на фирмите да разнообразяват предлаганите продукти и да задоволят по-добре нуждите на целевата група от потребители.

Когато допълващите се дейности, стоки или услуги могат да бъдат обвързани по някакъв начин, обхватът от атрибути се увеличава и удовлетвореността на потребителя нараства. При туризма този процес е от съществено значение, защото точно комбинацията от ценности, които могат да се спечелят от изживяването при посещението, е това, което туристът търси да закупи.

Конкуренцията в туристическия сектор нараства значително в резултат на глобализацията, вертикалната и хоризонтална интеграция на индустриите и отварянето на националните граници. Предприемачите съзнават, че за да се конкурират на вътрешния и международния пазар, е необходимо да си сътрудничат с другите фирми и институции. Така те могат да си осигурят квалифицирана работна ръка, да намалят разходите, да си набавят необходимите суровини. Фирмите трябва не само да се конкурират, но и да се адаптират към местните условия, в които

функционират. Мрежите и клъстърите могат да улеснят този процес, тъй като подпомагат достъпа до ресурси, ноу-хоу, технологии и пазари.

Най-ефективно обаче е създаването на клъстъри извън големите градове, където ефективността на дейността на отделните туристически фирми е свързана с броя на туристите, посетили дадената дестинация. Увеличаването на търсенето засилва нуждата от допълнителен растеж на подкрепящите сектори, които доставят услуги на посетителите. Това не означава, че други форми на индустриални клъстъри не насърчават икономическия растеж, а по-скоро, че туристическите клъстъри са предпоставка за създаване на пакет от допълнителни атрибути, които служат за задоволяване на нуждите на потребителите, създавайки повече възможности за фирмите, които избират да се разположат близо една до друга. Може да бъде направен следователно изводът, че туристическите клъстърни формации могат да добавят мултиплициращи и други външни ефекти и да служат за ускоряване на възможностите за нови форми на стопанско развитие, като създават търсене на множество допълнителни дейности, които от своя страна генерират свои собствени ефекти.

Друг аргумент за ползата от клъстъри в туризма е фактът, че повечето от основните ресурси в определена туристическа дестинация, която привлича туристите, са обществена собственост. Когато липсват ресурси и поддръжка от страна на публичните власти, се наблюдава повишено желание от страна на туристическите фирми за създаването на мрежа, която да подпомага действията им и да повиши конкурентоспособността им. Конкурентоспособността в туризма може да се представи като резултат от синергиите между природните и човешките фактори за постигането на привлекателност на определена туристическа дестинация. Тази привлекателност се определя главно от способността на туристическите фирми да привличат повече посетители и да получават повече приходи чрез предоставянето на качествени продукти и услуги, както и на ценни преживявания.

Повечето автори подчертават три основни ползи от клъстърите в селския туризъм – развитието на предприятията за селски туризъм, опазването и управлението на околната среда и местната култура и като резултат от предходните две - създаването на силен имидж на дестинацията. Чрез съвместното управление на ресурсите участниците в клъстъра могат да постигат целите си и да достигат до пазара по начин, който не е възможен, ако действат изолирано един от друг.

Клъстърите предоставят и чисто икономическа изгода за участниците, които си препращат клиенти и способстват за получаването на всеобхватно туристическо изживяване. Според Котлър[8] главната причина за интереса към сътрудничество и създаване на клъстъри в туризма е идеята, че туристическата дестинация може да получи конкурентно предимство, като събира на едно място знания, експертиза и други ресурси от заинтересованите страни.

Все повече туристически фирми, институции и публични власти осъзнават нуждата от възприемането на иновативни практики в туризма. Иновацията често е цитирана като главен фактор за създаването на устойчиви конкурентни позиции на фирмите и регионите, т.е. на микро и средно равнище.

Туристическите дестинации трябва да бъдат иновативни, за да останат конкурентоспособни във все по-глобалните условия. Туризмът е сектор на услугите и практиките за управление са силно фокусирани върху ефикасността и ефективността на обмяната на информация и знания между отделните фирми и институции, които трябва да си сътрудничат, за да предоставят интегрирани продукти. Предпоставка за иновацията е разбирането как туристическите дестинации черпят, споделят и използват информацията. Взаимоотношенията между

[8]Kotler, P., Haider, D.H. and Rein, I. Marketing Places: Attracting investments, Industry, and Tourism to Cities, States and Nations. New York: Free Pres, 1993.

участниците в клъстъра се явяват главен източник на знания и предпоставка за успешния маркетинг на даден регион в контекста на постоянно променящите се пазарни условия. Независимо че има много начини една фирма да постигне конкурентно предимство, два от най-важните инструменти за това в условията на динамично променящите се пазари са иновацията и стратегическата гъвкавост.

Много държави по света правят опити да създават копия на прочутата Силиконова долина в САЩ. Успехът на Силиконовата долина се оказва заразителен за много правителства, които се стремят да повторят опита на „силиконовото чудо" и да създадат регионални клъстъри в собствените си държави.

В научната литература съществуват многобройни и често противоречиви мнения относно намесата на държавата в процеса на образуването и функционирането на клъстъри. Поставя се въпросът защо е необходима подобна намеса, след като тези образования са изгодни за участниците и възникват в резултат на съществуването на обективни исторически, културни и обществени условия. Практиката показва, че в редица случаи са налице препятствия, които трудно може да бъдат преодолени единствено чрез пазара. Най-често става въпрос за следните случаи:

- Поради малкия брой местни играчи съществува организационна слабост, произтичаща от недостатъчната маса на потенциални участници в клъстъра или от липсата на необходимата инфраструктура на знанието, която да позволи взаимния обмен на знания. Такава ситуация се наблюдава предимно в периферни райони или райони, разположени далече от научно-изследователски и образователни центрове;

- В други случаи има достатъчно на брой потенциални участници в клъстъра, но те са твърде малки и разединени. Географската

близост е предпоставка, но не и достатъчно условие за сътрудничеството между отделните играчи;

- Третият тип бариери са свързани с така наречените „затворени" клъстъри. Те обикновено се намират в последната фаза на тяхното развитие и проникването на нови играчи в тях е доста трудно. Знанията и информацията между членовете на клъстъра се движат по доста формализиран път и външните потенциални играчи обикновено нямат достъп до тях. В този случай е необходимо да се надгради над създадената вече система за обмен на знанията и да се стимулира внедряването на нови продукти.

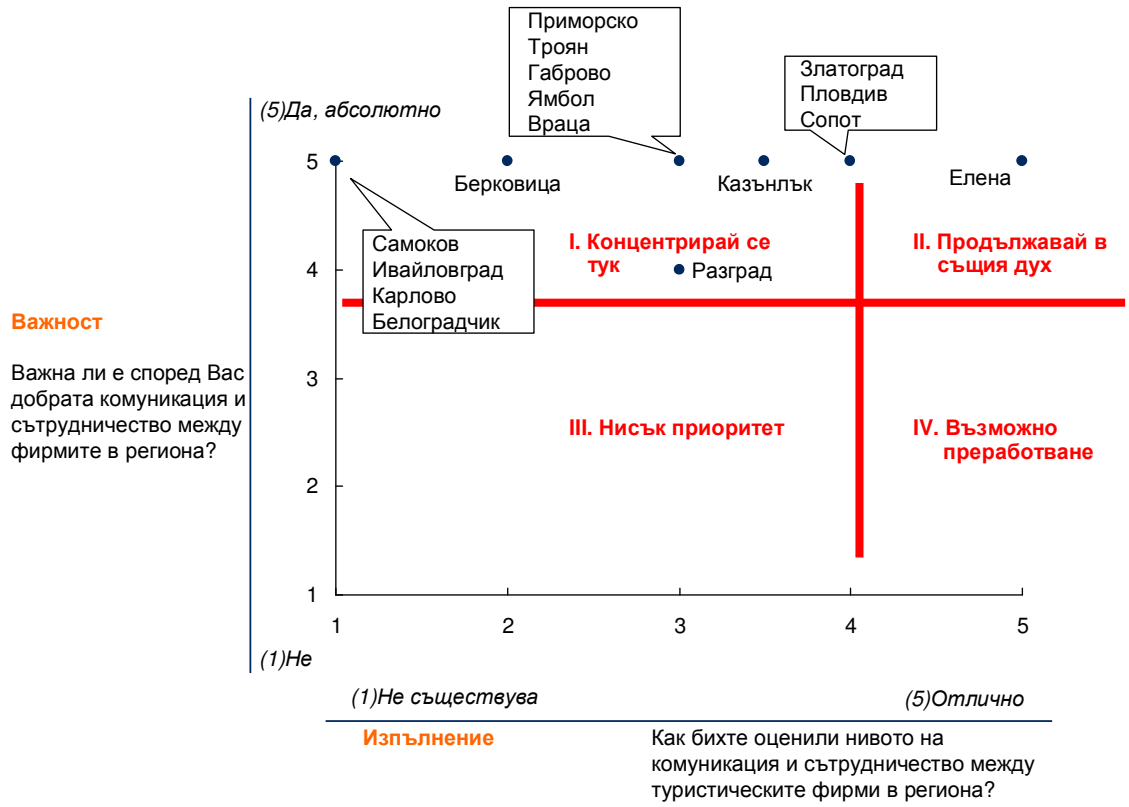
Много важен въпрос при формирането и провеждането на политиката за стимулиране на клъстърите е измерването на ефекта от различните инструменти и мерки, които се прилагат. Условно показателите за определянето на ефектите от клъстърната политика може да бъдат разделени на две големи групи: качествени и количествени.

Счита се, че при формирането или развитието на клъстърите нито публичните власти, нито бизнесът, взети сами за себе си, отговарят за процеса, а по-скоро зависимостта между тях е най-важна. Успешното управление обикновено се свързва с по-малко контрол, наличие на гъвкавост, липса на очевидно ръководство и на определена йерархия.

Един от основните методи за оценка на клъстърите е анализът на значимостта и изпълнението (АЗИ) на съвкупността от параметри, които са решаващи за доброто функциониране на клъстърите. Техниката на анализа е свързана с идентифицирането на силните и слаби страни въз основа на два критерия, които предопределят потребителските решения: относителната значимост на отделните характеристики на продукта и потребителската оценка относно тези характеристики. Резултатите от изследване, проведено в няколко български общини въз основа на метода

АЗИ, позволяват да се направи матрица на степента на клъстъризация на туризма в тях (Фиг. 1).

Фиг. 1 Оценка на степента на клъстъризация в някои български общини въз основа на метода АЗИ



За целите на настоящата дисертация беше изследвана конкурентоспособността на дестинация Велинград през призмата на клъстърния подход, като бяха използвани няколко метода за събиране на данни, включително провеждането на анкети и фокус групи, използването на статистически данни и други вторични източници на информация. Бяха проведени и над сто интервюта с представители бизнеса, общинските власти, неправителствените институции и туристи.

Бе създаден модел, с чиято помощ да се проучи дали съществуват предпоставки за клъстърна формация в региона на Велинград, как тя би

подобрила конкурентоспособността на отделните оператори и какъв е потенциалът за нейното развитие и усъвършенстване. Моделът е комбинация от фактори, които са решаващи за постигането на по-висока конкурентоспособност и е изграден по начин, съобразен с националните и местни условия. Моделът е съставен от ключови компетенции и благоприятни фактори .

Ключовите компетенции се отнасят до привлекателността на дестинацията; търсенето и структурата на фирмената конкуренция. В категорията на благоприятните фактори са включени поддържащите услуги; икономическата среда и регулаторна рамка, атракциите и управлението на дестинацията. В модела са обозначени и основните заинтересовани страни и участници в клъстърната формация. Такива са туристическите фирми, местната общност; туристите; учебните заведения; подкрепящи организации; публичният сектор.

От анализа на отделните компоненти на модела за конкуренто-способност, приложен към Велинград, може да се направят два основни извода:

- Велинград притежава добри ключови компетенции, тъй като привлекателността на дестинацията е висока, търсенето е сравнително равномерно през цялата година и се състои от български туристи и от увеличаващ се брой чуждестранни посетители; конкурентната среда също е благоприятна;

- В същото време нивото на благоприятните фактори, отразени в модела, е ниско, тъй като са налице съществени пропуски в поддържащите условия като инфраструктурата и работната сила, в контрола и прилагането на регулаторната рамка, в предлагането и рекламирането на допълнителни туристически атракции, както и в организационната и информационна структура на управлението на дестинацията като цяло.

Икономическата криза допълнително отслабва влиянието на благоприятните фактори. Взаимовръзката и сътрудничеството между заинтересованите страни на територията на Велинград е в съвсем начална и непостоянна фаза. Тъй като повишаването на конкурентоспособността на фирмите и дестинацията е комплексен процес, добрите показатели на ключовите компетенции не са в състояние да компенсират ниското ниво на благоприятните фактори и на сътрудничеството между заинтересованите страни.

Фиг. 1 Взаимосвързаност между участниците в туристическия клъстър във Велинград на база на връзките между отделните Интернет страници

Error! Objects cannot be created from editing field codes.

Доказателство за слабата взаимосвързаност между участниците в туристическия клъстър във Велинград са резултатите от изследването на връзките между интернет страниците на отделните оператори. Тези връзки може да се считат за представителни и на отношенията между тях и извън интернет пространството. Осъщественият анализ показва доста ниска информационна стойност и свързаност на Интернет страниците на фирмите във Велинград (Фиг. 2).

Клъстърният подход предоставя форум и структура за развитието на устойчив туризъм и следователно би бил добър стратегически избор за община Велинград. Главните пречки за повишаването на конкурентоспособността на туристическите фирми конкретно в община Велинград в условията на клъстъризация са свързани с:

- необходимост от осъзнаване на ползите, произлизащи от сътрудничеството между конкурентите в отрасъла;

- липса на диверсификация на туристическия продукт извън рамките на СПА услугите;
- липса на добра поддържаща инфраструктура;
- неудовлетвореност от страна на посетителите относно нивото на обслужване и на информационната дейност;
- неспазване на законовата рамка и недостатъчна реклама на туристическия продукт.

Предпоставките за развитие на СПА туризма в национален и регионален аспект са свързани с решаването на няколко групи въпроси и по-специално с:

- необходимостта от диверсификация на националния туристически продукт (извън рамките на морските и ски курорти);
- необходимостта от развитие на туризъм, базиран на недостатъчно използваните ресурси, като изобилието на лечебни минерални извори и еко пътеки;
- удовлетворяването на търсенето на специализирани туристическите дейности (както места за почивка през уикенда за гостите от София и Пловдив, така и места за рехабилитация и балнеолечение за туристи от далечни дестинации);
- необходимостта от диверсификация на икономическите дейности, включително и тези, които са свързани с развитието на туризма.

Въз основа на извършения анализ може да бъде направен изводът, че за повишаването на конкурентоспособността на туристическите фирми във Велинград чрез клъстърния подход са необходими усилия в следните по-главни насоки:

- Общо разбиране сред повечето участници, че има нужда да си сътрудничат, за да останат конкурентоспособни. В момента подобно разбиране се осъзнава от голяма част от фирмите, но на практика се прилага от много малка част от тях. Смята се, че ползотворното и честно сътрудничество е практически недостижимо и невъзможно. Голяма част от по-малките играчи смятат, че вадещи са интересите на големите хотели – или трябва да има съгласие с техните условия, или няма да има сътрудничество. Големите хотели от своя страна поддържат същото мнение за ролята на общината, която сама определя степента и формите на сътрудничество. За премахването на подобни схващания е нужна целенасочена кампания за информиране за ползите от сътрудничество на основата на клъстърния подход. Необходимо е да се натрупат сведения за успешни клъстърни формации в страната и в света, с които да се осъществи контакт и обмен на опит.

- Формиране на компетентна клъстърна администрация и управленско тяло, които да гарантират ефективното управление и координация на клъстърните дейности. В момента основни звена за защита на интересите на туристическия сектор във Велинград са Сдружението на хотелиерите и ресторантьорите, както и общинските подразделения, отговорни за сектора. Кадрите в тези организации имат натрупан значителен опит в организацията на сектора и са добре известни сред местната общност. Тъй като имиджът на някои от тях обаче не е положителен, а и споменатите организации отразяват интересите на сравнително малка част от заинтересованите страни в общината, би било добре да бъде създадена нова организация или да бъдат направени коренни промени в

структурата, членството и дейността на съществуващата организация.

- Осигуряване на представителство на всички слоеве на туристическия отрасъл и поддържащите го сектори в клъстъра. Членуването в организации на браншови принцип все още е твърде непопулярно в туризма на национално и регионално равнище и не е доказало своите предимства за голяма част от фирмите. Сдружението на хотелиерите и ресторантьорите е най-често споменаваната структура като пример за сътрудничество в община Велинград. По данни на сдружението към 2010 година обаче членовете му са едва 27. Преобладават големите хотели, независимо че някои от най-големите не са членове. Представителството на средния и малкия бизнес е символично. Участието дори и на най-малките играчи от сектора в клъстърната организация е важно изискване за формирането и изпълнението на стратегии, които представляват интересите за развитието на устойчив туризъм на възможно най-голяма част от бизнеса и обществеността в региона.

- Осъществяване на проекти с кратък период на изпълнение и бърз резултат. Нищо не укрепва доверието в една организация по-добре от постигането на реални положителни резултати. Неосъществяването или недовеждането докрай на планираните стратегии убива ентусиазма и желанието за сътрудничество и на най-амбициозните членове. Налице е незаинтересованост да се влагат собствени инвестиции в проекти, чиято реализация зависи от множество фирми и институции. Независимо че в туристическия сектор конкурентните предимства на фирмите се определят все повече от способността им да използват заедно общите налични ресурси, болшинството от операторите в община Велинград считат, ресурсите ще се използват най-добре,

когато всеки гледа единствено собствения интерес. Ето защо успешното реализиране на няколко проекта ще позволи да се видят ползите от вложените усилия и време и ще вдъхне увереност в общите сили и възможности. Прозрачността в действията, управлението и финансирането на клъстъра е важна предпоставка за набиране на възможно най-висок брой членове и симпатизанти.

- Осигуряване на по-добро сътрудничество между частния и публичния сектор. Хоризонталното партньорство, където пълният контрол на публичния сектор се замества от сътрудничеството между представителите на публичния, частен и неправителствен и сектор, се е превърнало вече в императив за успешното развитие на туризма. Това сътрудничество е и един от ключовите начини за посрещане на предизвикателствата, пред които са е изправена туристическа дестинация Велинград. Все по-очевидна става необходимостта да се комерсиализират функции, които преди са били изцяло отговорност на публичната власт (като инвестиции, стратегии и подготовка на кадри за туризма). Подходът на широкото участие на всички заинтересовани лица в управлението на туризма се нуждае от различни стилове на управление и политически инструменти. Представителите на общината следва да осъзнаят, че ролята им е да подкрепят частния сектор в развитието на туризма, а не да го ръководят.

●●●

Основните изводи, които произтичат от направеното в дисертацията изследване, може да бъдат сведени до следните пунктове:

Първо, очевидно е, че дейността на всички успешни клъстъри се основава на ясна визия относно бъдещето развитие на туризма в дадения регион. Изградената стратегия следва да отчита уникалния характер на

местните условия, да бъде подкрепяна от страна на всички участници в клъстъра, да бъде дългосрочна и стабилна, но едновременно и гъвкава (при коренни промени на обкръжаващата среда).

Второ, най-висока ефективност и най-добри резултатите се постигат не в региони, надарени с най-добри факторни условия и формални предпоставки за развитието на туризма, а в местата, където се намери ключовият елемент за сплотяване на усилията на всички участници. Без наличието на подобен ключов елемент и особено при отсъствието на силно лидерство клъстърният подход не може да бъде приложен и конкурентоспособността и на най-богатата откъм факторни условия дестинация е ниска.

Трето, успешните примери за реализирането на клъстърния подход са свързани с активното участие на цялата местна общност и с наличието на силна мотивация от страна на участниците в клъстъра. Проведеното емпирично изследване доказва необходимостта от активни действия за мобилизирането на водещите лица в региона, от разгръщането на неформалните мрежови структури и от обществената подкрепа на първоначално сформираната работна група или ядро на клъстъра.

Четвърто, доверието в клъстърния подход както сред участниците, така и сред местната общественост, нараства, ако се започне с реализирането на малки проекти с кратки времеви хоризонти. Завършването на подобни проекти поддържа мотивацията сред участниците и им дава увереност в ефективността от полагането на общи усилия.

Пето, предпоставка за развитието на регионални клъстъри е постоянното увеличаване на кръга от участници. В процеса на клъстъризация не следва да се допуска доминиращото представителство и влияние на някои членове за сметка на други, а да се осигури въвличането

на колкото се може повече участници и разширяване на мрежата от взаимосвързани фирми, институции и лица.

Шесто, успешното прилагане на клъстърния подход се свърза обикновено с наличието в региона на един или няколко популярни личности, които играят ролята на посредници между различните заинтересовани страни. Това са най-често неформални лидери с голяма квалификация и опит в съответната област и с високо обществено признание.

Седмо, голямо значение за успешното развитие на клъстъра е наличието на офис или на друго постоянно място за срещи и за организирането на оперативната дейност, както и на общ, макар и минимален бюджет. За да се осъществят, съвместните действия обикновено се предшестват от продължителна административна работа и разходи, които трябва да бъдат компенсирани. Наличието на бюджет и подробен график за изпълнението на различните дейности способства за устойчивостта на клъстъра.

III. Основни приноси

Дисертацията представлява завършен научен труд, в който е решена актуална научна задача, свързана с усъвършенстването на научно-теоретичните основи, организационно-икономическите подходи и инструменти и изработването на методически и приложни препоръки в областта на управлението на туристически клъстъри на примера на конкретна туристическа дестинация – Велинград. Приносните моменти на изследването може да бъдат обобщени в следните направления:

- Направено е задълбочено обобщение на научните резултати, съдържащи се в съществуващата чуждестранна и българска литература в областта на клъстърите изобщо и в частност клъстърите в туристическия сектор, като са анализирани силните и слаби страни на най-популярните икономически и социални теории в областта на регионалната икономика.

- Изграден е оригинален теоритико-приложен модел за проучване на възможностите за формиране и функциониране на регионален туристически клъстър. Моделът представлява система от елементи,, които са от решаващо значение за постигането на по-висока конкурентоспособност на дестинацията и е съставен от ключови компетенции и благоприятни фактори.

- На основата на изградения модел са изследвани възможностите за развитие на клъстърна формация в конкретен регион; анализирани са потенциалът и ограниченията за укрепване на взаимоотношенията между участниците и са направени препоръки за по-пълното използване на предимствата на клъстъринга за повишаването на конкурентоспособността на дестинацията.

- Аргументирано е доказана тезата за необходимостта от използването на клъстърния подход при управлението на туристическата дестинация; направени са обобщаващи изводи за определящото значение на вида дейност, типа конкуренция, динамиката на потребителското търсене, състоянието на публично-частното партньорство върху ефективността и жизнеността на регионалните туристически клъстъри.

- Направен е сравнителен анализ на състоянието и перспективите за растеж на регионалните туристически клъстъри в няколко български общини и е обосновано твърдението, че формирането на клъстъри позволява да се смекчат негативните последици, свързани с неравномерното развитие регионите и на местната икономика.

- Осъществено е сравнително проучване на политиката за насърчаване на формирането и функционирането на клъстъри в няколко държави въз основа на най-често използваните подходи и инструменти и е откроено мястото на България сред тях.

Апробация на получените резултати

Проектът за дисертационния труд беше разгледан на две заседания на разширения състав на Катедра „Икономика на отраслите” в Стопанския факултет на Софийския университет.

По темата на дисертацията има направени четири публикации, две от които са в чуждестранни списания (на английски език), а едната публикация е в резултат на проведена научна конференция в Университета за национално и световно стопанство.

Списък на научните трудове, свързани с дисертацията

- "Клъстърен модел за конкурентоспособност на туристическата дестинация": Предизвикателства пред туризма през XXI век (сборник с научни доклади, том I); С., Авангард Прима, 2011
- "Повишаването на конкурентоспособността на туристическата дейност в селските райони чрез прилагането на клъстърния подход", С., сп. Икономика и Управление на Селското Стопанство, бр.2/2011
- "Managing inter-firm cooperation to improve tourism destinations: a cluster approach", in Problems of Management in the 21st Century, Lithuania, Volume 1, 2001
- "Issues in Co-operative Marketing of Tourist Destinations in Bulgaria – a Cluster Approach", in Review of International Comparative Management, Bucharest, Vol.12 No. 3/ 2011