

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“
ГЕОЛОГО-ГЕОГРАФСКИ ФАКУЛТЕТ
Книга 2 – ГЕОГРАФИЯ
Том 108

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”
FACULTY OF GEOLOGY AND GEOGRAPHY
Book 2 – GEOGRAPHY
Volume 108

ДИНАМИКА НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ТЪРСЕНЕ И ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДЛАГАНЕ В ОБЩИНА РАЗЛОГ

МАРИЯ ВОДЕНСКА, ВЕРА НИКОЛОВА

Катедра География на туризма
e-mail: vera_nik@abv.bg; maria@gea.uni-sofia.bg

Maria Vodenska, Vera Nikolova. DYNAMICS OF TOURIST DEMAND AND TOURISM SUPPLY IN RAZLOG MUNICIPALITY

Razlog municipality's tourism potential has been neglected for a long time. The aim of the paper is to investigate recent trends in its tourism development through research and analysis of the main components of the tourist market – tourism supply and tourist demand.

The tourism supply analysis pays attention not only to the dynamics in the numbers of accommodation and catering facilities but makes a successful attempt to investigate the quality of the offered tourism products and services.

The tourist demand analysis is made for both domestic and international visitors and is focused on temporal changes and trends in seasonality, average stay, occupancy rates, etc. An analysis of prospective tourist segments is done.

Conclusions indicate a substantial positive tourism development in the municipality.

Key words: tourism, supply, demand, quality, catering, accommodation, trends.

УВОД

Туристическото развитие на община Разлог преминава през сложни, но сравнително не много продължителни етапи. В средата на 90-те години на ХХ в. се полагат основите за изграждане на съвременния облик на туризма в дестинацията, на базата на

обща решения, произтичащи от „Програмата за местно икономическо развитие, която действа до 1995 г.“¹

По-ранни проучвания на разглежданата дестинация (Маринов, Воденска, Асенова, 2000) установяват редица дефицити по отношение на изследването, оценката на потенциала и управленските практики, както и „наличие на значителен и сравнително слабо използван ресурсен потенциал на развитие на туризма в общината, изразяващ се главно в:

- живописното разположение на Разложката котловина по долината на р. Места между планините Рила, Пирин и Родопи, в непосредствена близост до два от трите национални парка в страната;
- сравнително малката отдалеченост от градове, в които се формира значително по обем туристическо търсене (София – 150 km, Пловдив – 135 km, Драма – 130 km, Солун – 300 km);
- близостта до Банско (5 km) и други центрове с динамично туристическо развитие в Югозападна България, обуславящи създаване и предлагането на атрактивен интегриран регионален туристически продукт;
- ресурсно разнообразие – минерални води, здравословен климат, красиви пейзажи, голямо растително и животинско многообразие многобройни антропогенни ресурси.“²

Част от тази констатация, касаеща туристическите ресурси и благоприятното туристико-географско и транспортно положение, спокойно може да се направи и към днешна дата. С оглед на точното установяване на туристическото развитие е необходимо регулярно да бъдат извършвани мониторингови проучвания, с цел установяване на актуалното състояние на туристическото търсене и предлагане в община Разлог.

Настоящата статия си поставя за цел да разкрие и анализира степента на развитие към настоящия момент за да бъдат установени съвременните тенденции в туристическото усвояване на дестинацията.

АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДЛАГАНЕ

Туристическите услуги на територията на община Разлог се предлагат от туристически фирми, които се характеризират с различна по вид и особености туристическа дейност и материална база, определена от изискванията на Закона за туризма и Наредбата за категоризиране на туристическите обекти.

ТУРОПЕРАТОРИ И ТУРИСТИЧЕСКИ АГЕНТИ В ОБЩИНА РАЗЛОГ

Според данните на Националния туристически регистър, регистрираните Туроператорски и турагентски фирми, в община Разлог са четири на брой. Това са:

¹ Маринов В., и др. 2000. Туристическо развитие на общини Банско и Разлог (Туристическо търсене и влияние на туризма върху местната икономика). – *Годишник на СУ, ГГФ, Кн. 2 – География*, т. 101, С.

² Дограмаджиева Е., М. Асенова. 2009. Разработване на екотуристически продукт на община Разлог. – *Год. На СУ, ГГФ, кн. 2 – География*, т. 101, С., с. 245.

1. България Холидейз ЕАД – регистрирана като туроператор и туристически агент. Тава е туристическа компания, която развива дейност от 2000 г. Тя е собственост на Балканстрой АД като е един от най-сериозните инвеститори със сериозни вложения в туризма не само в община Разлог, но и в съседната община Банско. Дейността на фирмата се развива в четири основни департамента – България Холидейз Хотелс & Ризорт; България Холидейз Спортни дейности; България Холидейз Пропъртиз мениджмънт; България Холидейз Туристически услуги и пътувания.

Основните туристически дейности на фирмата са следните: голф, ски и СПА почивки в района на Разлог и Банско; предлагане на голф пакети и голф ваканции; предлагане на ски пакети; предлагане на СПА пакети за Катарино Минерал СПА център.

Под марката на фирмата на територията на общината се намират няколко хотела и туристически комплекса, които заедно с двата хотела в община Банско, разполагат с капацитет от около 1000 легла. В община Разлог се намират следните обекти на България Холидейз ЕАД – хотел „Разлог“ с категория от 3 звезди; СПА комплекс „Катарино“ – 4 звезди, който е печелил няколко награди в страната, включително и за най-добър СПА център; Пирин Голф хотел & СПА – 5 звезди, с площ около 150 ha, естествени борови гори, две голф игрища, Голф академия, търговска зона и ваканционни имоти. Фирмата притежава и Пирин Голф & Кънтри клуб. Трябва да се отбележи, че България Холидейз ЕАД е член на най-голямата в света организация в сферата на голф индустрията – IAGTO от 2009 г.

2. Премиер Травел Турс ЕООД е по-малка туроператорска фирма в гр. Разлог.

3. ЕТ Веселина Златкова – Българка е туристически агент в гр. Разлог.

4. МАГС Травел ООД (туристически агент, единствен извън града). Седалище на фирмата е в с. Баня.

Изводите, които се налагат при така направения преглед са, че на територията на общината действат ограничен брой туроператорски и туристически агентски фирми. Единствената голяма фирма е България Холидейз ЕАД, която предлага най-голямо разнообразие от туристически продукти и притежава собствена материална база. Предлагането се концентрира главно в сферата на голф и СПА продукти за общината. Работи се и за изходящ туризъм. Малко е предлагането на продукти и отделни услуги, свързани със селски, културен, приключенски и др. видове алтернативен туризъм, за чието развитие общината има големи ресурси. Районът разполага с изключителни условия за още по-активно развитие на планински пешеходен туризъм и свързаните с него съпътстващи дейности. Предлагането на подобни продукти би могло да бъде основна дейност на създадени в бъдеще туроператорски фирми. На този етап и в тази сфера не се наблюдават местни фирми, които да създават продукти на основата на местните богати ресурси.

НАСТАНИТЕЛНА БАЗА НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА РАЗЛОГ

Анализът на настанителната база на туризма в община Разлог към настоящия момент е направен въз основа на данни от Националния туристически регистър на страната, данни от регистъра на БТС за стопанисваните от него хижи и информация от проведено анкетно проучване в разглежданата дестинация. Разминаването в броя на

Таблица 1

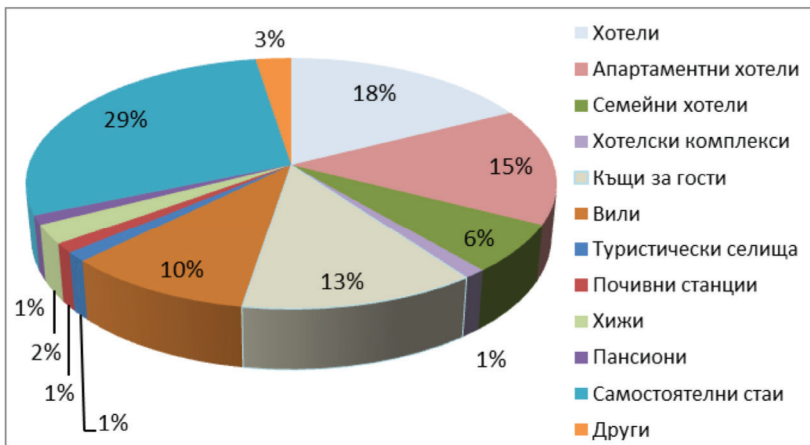
Брой и капацитет на настаняваната база на туризма в община Разлог
(Данни на Националния туристически регистър и регистър
на хижите на БТС – м. март 2014 г.)

№	Вид обекти от настанителната база	Брой	Категория					Брой легла	Среден капацитет
			1*	2*	3*	4*	5*		
1	Хотели	14	2	1	9	2	–	1762	125,9
2	Апартаментни хотели	12	4	4	2	2	–	1860	155
3	Семейни хотели	5	1	3	1	–	–	89	17,8
4	Хотелски комплекс	1	–	–	–	–	1	146	146
5	Къщи за гости	10	4	3	3	–	–	151	15,1
6	Вили	8	–	–	–	8	–	30	3,7
7	Туристически селища	1	–	–	1	–	–	153	153
8	Почивни станции	1	1	–	–	–	–	50	50
9	Хижи	2	1	1	–	–	–	110	55
10	Пансионни	1	–	–	1	–	–	11	11
11	Самостоятелни стаи	23	13	8	2	–	–	107	4,6
12	Други	2	1	1	–	–	–	46	23
	Общо	80	27	21	19	12	1	4515	56,4

обектите и леглата, което се отчита между НТР и статистиката на НСИ, се дължи на това, че НСИ не включва в своите база данни обектите с капацитет под 10 легла. В настоящия анализ тези обекти са отчетени и проучени, което дава значително по-пълна картина на настанителната база в общината.

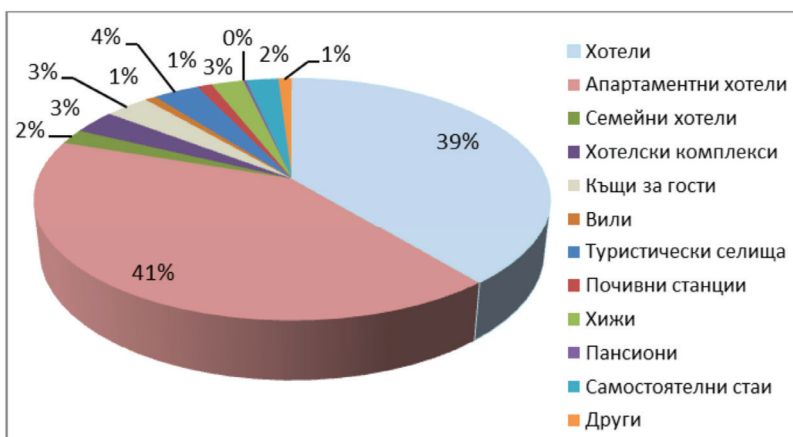
От таблица 1 става ясно, че в община Разлог са регистрирани общо 80 туристически обекта на настанителната база, разпределени в 12 вида, в зависимост от Наредбата за категоризация в страната. Тези обекти разполагат с база от 4515 легла. Това е близо два пъти повече от периода преди 20 години. За 1995 г. общината разполага с 2400 легла, разпределени по обекти както следва – хотели – 13,5%, частни квартири – 5,7%, почивни домове – 71,7% и хижи – 9,2% от леглата³. Прави впечатление високият дял на почивните домове, т. е. база предимно в социалния тип туризъм. Разпределението към настоящия момент по брой на обекти и брой на легла е показано във фиг. 1 и 2. Най-голям дял по брой на обекти заемат самостоятелните стаи. Те са 23 обекта – 29% от общия брой на обектите в общината. Следват хотелите – 14 броя – 18%, апартаментните хотели – 12 броя – 15% и къщите за гости – 10 броя – 13%. Останалите обекти имат по-малък дял, като някои от тях са с по един или два обекта, по-голямата част от които са и с по-ниска категория – 1 или 2 звезди. Прави впечатление, че хотелите, във всичките им разновидности – хотели, апартаментни хотели, семейни хотели и хотелски

³ Маринов В., и др. 2000. Туристическо развитие на общини Банско и Разлог (Туристическо търсене и влияние на туризма върху местната икономика). Годишник на СУ, ГГФ, Кн. 2 – География, т. 101 С.

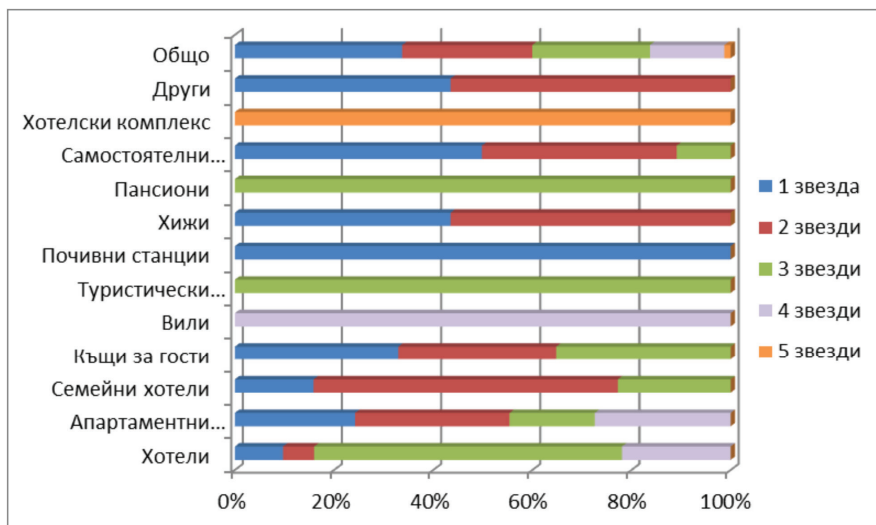


Фиг. 1. Брой обекти по вид на настанителната база на туризма в община Разлог (към месец март 2014 г.)

комплекс, преобладават над останалите обекти. Те наброяват общо 32 обекта – 40%, като в тях е съсредоточена 85,4% от легловата база на общината. С голямо предимство се открояват апартаментните хотели с 41% от леглата и хотелите с 39% (фиг. 2). За разлика от големия дял в общия брой на обектите, самостоятелните стаи имат само 2% от леглата – 107 броя. При тази ситуация, средният капацитет на настанителната база на община Разлог е 56,4 легла, което определя базата с предимство на средните



Фиг. 2. Брой легла по вид на настанителната база на туризма в община Разлог (към месец март 2014 г.)



Фиг. 3. Процентно разпределение на категориите в настанителната база на туризма в община Разлог по видове обекти (м. март 2014 г.)

по големина обекти. През 1995 година този капацитет е малко по-нисък. Преобладават обекти с капацитет между 26 и 50 легла⁴. Най-висок среден капацитет в момента имат апартаментните хотели – 155, следвани от хотелите – 125,9. Това са и най-големите обекти в разглежданата територията. Към групата на обектите с голям капацитет се отнасят и хотелският комплекс (146 легла) и туристическото селище (153 легла), които са единствени от този вид в общината. Семейните хотели и къщите за гости, които са в основата на малкия и среден бизнес на туризма в общината и са собственост на местни предприемачи, имат съответно 2 и 3,3% от настанителната база – твърде малък дял. Известен, макар и съвсем малък дял в настанителната база имат и обектите на социалния туризъм, и тези на БТС. Такива обекти са една почивна станция – 1,1% от леглата и двете хижи на територията на общината – „Яворов“ и „Добърско“ с 2,4% от леглата.

Категорийната структура на настанителната база в община Разлог (фиг. 3) показва предимство на обектите с по-ниска категория.

Шестдесет процента от базата е с категория 1–2 звезди. С категория от 3 звезди са 23,75% от средствата за подслон, а с 4 и 5 звезди – 16,25%. Прави впечатление, че при ниската категория с най-голям дял са самостоятелни стаи, 48,2%, от обектите с категория 1 звезда и 38% от обектите с 2 звезди. С висока категория са вилите – 66,7% от обектите в категория 4 звезди, хотелите и апартаментните комплекси. Единственият обект с 5 звезди е хотелски комплекс „Пирин голф“, който разполага със 146 легла.

⁴ Пак там.

Обектите, които разполагат с най-голям капацитет на настанителна база – хотели и апартаментни хотели заемат общо 46% от средствата за подслон с категория 1–2 звезди, 57,8% от обектите с 3 звезди и 33,4% от обектите с 4 звезди. Съотношението, което се наблюдава показва големия общ дял на обекти от настанителната база в туризма на община Разлог с категория две и три звезди.

Друга отличителна характеристика на настанителната база на туризма в община Разлог е нейното териториално разположение. Малко над 50% от броя на обектите се намират в град Разлог, но тук са едва 7,2% от леглата. Това е така, тъй като в града са съсредоточени предимно обектите от категория самостоятелни стаи, които са с малък капацитет. Тук са всички семейни хотели и по-голямата част от къщите за гости, но те също са с малка леглова база. Двете села в общината, които предлагат настанителна база са с. Баня и с. Добърско. Предвид на ресурсния потенциал от минерални води, с който разполага с. Баня и изключително изгодното и географско положение, тук се намират едни от големите за общината настанителни обекти – 5 хотел с 550 легла – 12,2% от общия брой легла в общината. Услугите, които те предлагат тук, са свързани предимно с балнеолечение и профилактика, СПА и рекреация. Село Добърско има потенциал за развитие на културен, селски, еко и пешеходен туризъм, но тук са разположени само два обекта с общо 35 легла – 0,8%.

Останалите обекти на настанителната база в общината се намират в извън селищни територии, като това са някои от атрактивните в района природни местности, каквито са Предела, местностите Реденка, Кукерово, Бетоловото, Църнако, Изворите. Те имат под 50% от обектите, но големият им капацитет определя 79,8% от легловата база.

КАЧЕСТВЕНА ОЦЕНКА НА УСЛУГИТЕ, ПРЕДЛАГАНИ В ОБЕКТИТЕ ОТ НАСТАНИТЕЛНАТА БАЗА НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА РАЗЛОГ

В заключение може да се каже, че настанителната база на туризма в община Разлог се отличава с разнообразие по вид, по капацитет и по категория на обектите. Това разнообразие е благоприятно за привличане на различен пазарен сегмент. Атрактивният потенциал от туристически ресурси в общината, наличието на съседни, силно конкурентни дестинации (Банско, Добринище и др.) и стремежът на местните хора и власти за активно и качествено предлагане на пазара, се отразяват изключително благоприятно върху инвестициите в нова материална база, реновиране и усъвършенстване на съществуващи обекти.

Независимо от наличието на различни категории обекти и сравнително високите приходи от нощувки, прави впечатление, че приходите от едно легло в общината за 2013 г. са 1636,5 лв., което е по-ниско от прихода от едно легло на област Благоевград, която има 2464 лв. от едно легло. Процентната заетост на базата обаче е по-висока от средната за областта (25,1% за област Благоевград и 30,4% за община Разлог). Това показва сравнително близка заетост до средната за страната, която за 2013 г. е 36,8%.

По отношение на предлаганите услуги обектите от настанителната база се характеризират с разнообразие в предлагането както на основни, така и на допълнителни услуги. Част от тези обекти създават допълнителна специализирана туристическа инфраструктура и продукти на алтернативни форми на туризъм (гольф, балнео, СПА,

селски и др.), които допълнително повишават имиджа на дестинацията. В общината липсват такива обекти като мотели, къмпинги, хотели и др., за които по наше мнение има добри условия за изграждане. Тяхното наличие би разнообразило предлагането в дестинацията и би провокирало интерес за посещения от различна категория туристи – предимно любители на пътешествията, на автентични преживявания сред природата и особено младежки пазарни сегменти. Необходимо е да се обърне и специално внимание на хижите, които са обекти на БТС, най-вече за подобряване и реновиране на базата, както и на селските райони, в които биха могли да се предлагат повече обекти за настаняване, най-вече къщи за гости.

ЗАВЕДЕНИЯ ЗА ХРАНЕНЕ И РАЗВЛЕЧЕНИЯ

Заведенията за хранене и развлечения са основна част от туристическото предлагане. Чрез тях се формират голяма част от приходите в туризма. В заведенията за хранене и развлечения са ангажирани най-голям дял от трудовите ресурси, заети в туристическия бизнес. Поради това тяхната роля е изключително важна за развитието на всяка туристическа дестинация. Статистически данни за заведенията за хранене и развлечения не се представят от официалната национална статистика. Липсата на проследяване на тези обекти, тяхното развитие и икономически показатели, се отразява върху пълнотата на анализите на общата картина на туризма в различните дестинации на страната. Най-подробни данни се получават от Националния туристически регистър, който е в основата и на настоящото изследване. Тези обекти не са изследвани в предишни проучвания. Смятаме, че в известна степен ролята им като обекти, предлагащи една от основните услуги в туризма – храненето, а и редица допълнителни услуги и атракции, в известна степен е подценявана. Тяхната инвентаризация, определяне на капацитета, вида на услугите, които предлагат и възможностите им за разнообразяване престоя на туристите, е от голямо значение при представяне на общата картина на туризма в дестинацията.

В табл. 2 са представени данни за броя и капацитета на категоризираните ЗХР в община Разлог по данни от Националния туристически регистър. В общината са регистрирани общо 124 обекта, с общ капацитет от 7911 места, 21,2% от които са на открито.

Те обхващат по-голяма част от видовете заведения за хранене и развлечения, определени от Наредбата за категоризация на туристическите обекти в страната. Вижда се, че най-много са ресторантите – 50 броя заведения – 40,3% от общия брой, с 58,5% от местата в ЗХР (фиг. 4 и 5). Сред тях преобладават класическите ресторанти, които са 74% от ресторантите в общината, следвани от ресторантите с българска национална кухня (в това число се включват и обектите механи) – 8 на брой, с 8,3% от местата в ЗХР. Прави впечатление и сравнително големия брой за такава малка територия на ресторанти с чуждестранна кухня – 4 на брой. Това разнообразие и капацитет на обектите от групата на ресторантите има голямо значение за изхранването на туристическия контингент, посещаващ община Разлог. Голяма част от тези заведения се намират в местата за настаняване на общината, но част от тях са самостоятелни обекти, които обслужват освен пребиваващите и транзитни туристи, и местното население на общи-

Таблица 2

Категоризирани заведения за хранене и развлечения
в община Разлог (към месец март 2014 г.)

Обекти	Брой	Категория					Брой места	
		1*	2*	3*	4*	5*	Общ капацитет	Места на открито
1. Ресторанти	50	18	14	15	3	–	4627	869
а) класически	37	14	12	10	1	–	3614	623
б) специализирани	1	–	–	–	1	–	50	–
в) ресторант с бълг. национална кухня	8	4	2	2	–	–	656	194
г) ресторант с чуждестранна кухня	4	–	–	3	1	–	307	52
2. Заведения за бързо хранене	10	9	–	1	–	–	486	131
а) Снек-бар	2	2	–	–	–	–	190	100
б) Бистро	1	–	–	1	–	–	50	15
в) Закусвалня	4	4	–	–	–	–	146	16
г) Неопределен вид	3	3	–	–	–	–	100	–
3. Питейни заведения	33	30	2	1	–	–	1401	283
а) Кафе-аперитив	32	30	1	1	–	–	1361	283
б) Пивница	1	–	1	–	–	–	40	–
4. Кафе-сладкарници	8	5	1	1	–	1	400	109
а) Кафене, кафетерия, кафе-сладкарница	7	4	1	1	–	1	380	109
б) Кафе-клуб	1	1	–	–	–	–	20	–
5. Барове	22	5	3	11	3	–	977	283
а) Коктейл-бар	1	1	–	–	–	–	97	80
б) Кафе-бар	2	–	1	–	1	–	40	–
в) Бар-спортен център	5	–	1	3	1	–	174	50
г) Лоби-бар	10	1	1	7	1	–	508	141
д) Пиано-бар	1	–	–	1	–	–	50	–
е) Бар	3	3	–	–	–	–	108	12
6. Други	1	1	–	–	–	–	20	–
а) Туристическа столова	1	1	–	–	–	–	20	–
Общо	124	68	20	29	6	1	7911	1675

ната. Особено са атрактивни заведенията, предлагащи българска национална кухня, където се приготвя и местна традиционна храна, характерна за кулинарните особености на този край. По-голямата част от ресторантите от всички видове са разкрити към обекти от настанителната база. Това дава възможност за изхранване на туристите в местата за нощувка и по-лесно предлагане на пакетни услуги. Категоризирани в големите настанителни обекти по няколко ресторанта, разнообразява предлагането и съответства на по-високата категория на тези бази.

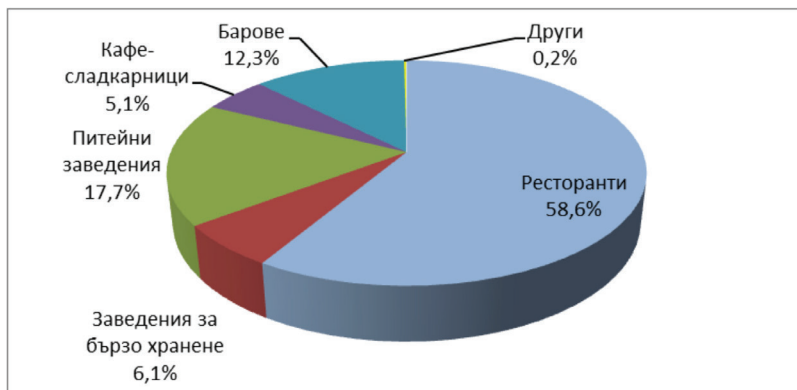


Фиг. 4. Разпределение на броя на ЗХР по вид на обектите (към месец март 2014 г.)

Много важен компонент са крайпътните ресторанти, които удовлетворяват потребностите на преминаващите туристи, особено тези, които са разположени в прохода Предела, където преминава един от най-натоварените пътища в региона. Тук броят на местата в трите ресторанта е 245 – 5,3% от общия брой места в ресторанти за общината.

На втора позиция по брой на обектите и местата в тях са *питейните заведения* – 33 броя – 26,6%. В тях се намират 17,7% от местата. В тази категория преобладават кафе-аперитивите, които са почти 100% от предлагането. Липсват атрактивни заведения като бирарии и винарни, които биха разнообразили пазара в общината.

Голям дял в предлагането на община Разлог заема категорията на *баровете*. Те са общо 22 – 17,8% от общия брой. Тези обекти имат 12,3% от местата в ЗХР. Най голям



Фиг. 5. Съотношение между броя места на ЗХР в община Разлог (м. март 2014 г.)

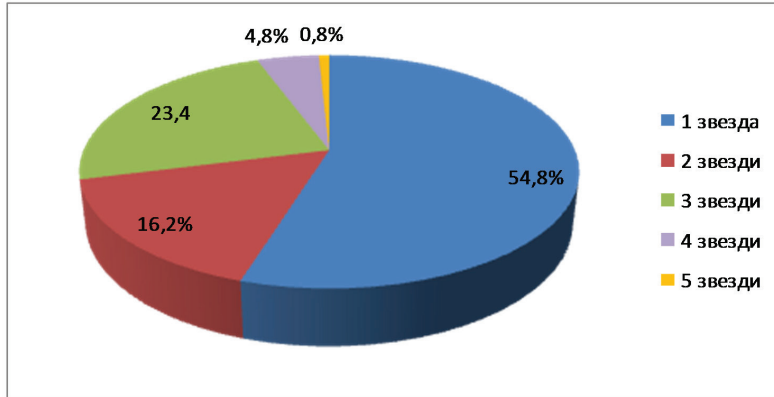
дял сред тях заемат лоби-баровете, което е естествено поради наличието на голям брой хотели в общината. В тях се намират и над 50% от местата в барове. Впечатляващо е разнообразието на видове барове. С особена стойност са баровете тип спортен център, които са част предлагането към спортните обекти на местата за настаняване и са важно звено в задоволяване потребностите на туристите в тези обекти. Това, което може да се отчете като липса и в известен смисъл – недостатък на територията, е липсата на *дискотека* или *бар-вариете*, които са важен компонент за разнообразяване на развлеченията в туристическите дестинации. Това са обекти, които привличат свой специфичен пазарен сегмент и тяхното разкриване би подобрило в голяма степен предлагането.

Таблица 2 и фиг. 4 и 5 показват мястото и на другите две категории от ЗХР в община Разлог – заведенията за бързо хранене и кафе-сладкарниците. Заведенията за бързо хранене имат 8,1% от обектите в общината и 6,1% от местата. Сред тях с най-голям дял са закувалните – 4 обекта със 146 места – 30% от местата в този вид заведения. Те имат голямо значение за изхранване предимно на неорганизиран туристи, които посещават дестинацията с цел пешеходни преходи, обиколни пътувания, посещение на културни прояви и др. С голям капацитет в тази група се открояват снек-баровете – 2 на брой, но с 39,1% от местата в тази категория, над 50% от които на открито. Големият процент места на открито предполага активното използване на тези обекти през топлото полугодие. Интересен факт е представянето на някои от обектите от този тип в Наредбата само като „заведения за бързо хранене“, без да е конкретизиран подвид. Такива са 3 обекта със 100 места – 20,6% от местата. На територията на общината не са категоризирани заведения за бързо хранене от специализиран тип, като например пицарии, баничарници, бистро, фаст-фууд и др. Наличието им би се отразило положително на разнообразяване предлагането на храна в специална атмосфера, която е предпочитана най-вече от младежкия туристически контингент.

Най-малък в общината е броят на кафе-сладкарниците. Те са само 8 броя с 400 места – 5,1% от местата, ¼ от които са на открито. В тази група преобладават обектите от категория кафене, кафетерия, кафе-сладкарница, които са 7 на брой. Има и един кафе- клуб. Не са регистрирани като вид сладкарници, нито чайни, които са изключително подходящи за студеното полугодие, особено като се има предвид природния планински характер на голяма част от територията и желанието за привличане на повече туристи през зимата.

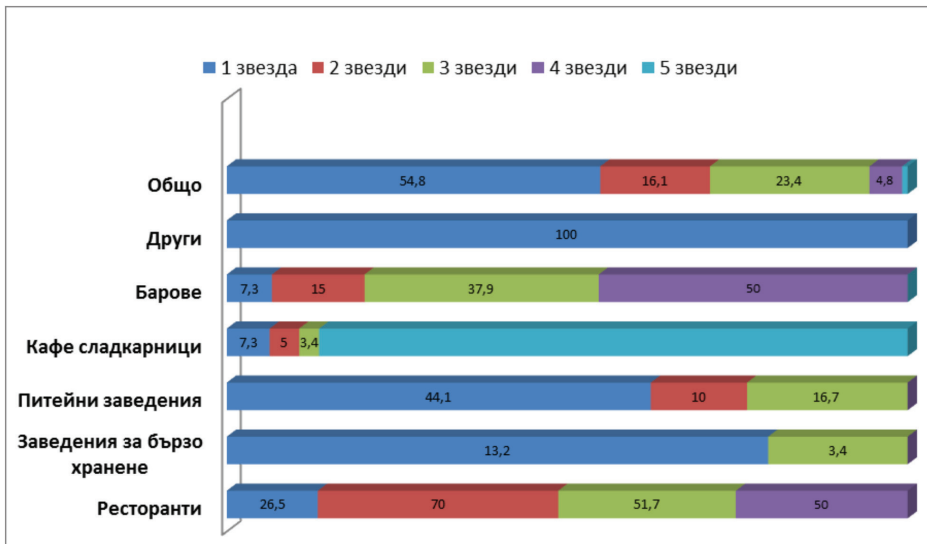
В общината е категоризиран и още един обект, определен в табл. 2 като вид „друг“. Това е туристическа столова „Предел“ в местността Предела, която има 20 места (0,2% от местата) и е подходящо място за изхранване предимно на пешеходни туристи, преминаващи през този район.

По отношение на категорията си, заведенията за хранене и развлечения в община Разлог се характеризират с някои особености. При цялостния преглед на базата от ЗХР по брой на обектите, се откроява доминиращата роля на заведенията с ниска категория. Обектите с 1 и 2 звезди наброяват 70% от общия брой (фиг. 6). В тези обекти са концентрирани 4768 места, което е 60,3% (43% с 1 звезда) от местата в ЗХР. Това преимущество на по-ниската категория се отразява върху цялостното ценово равнище на предлагането в общината. Само 23,4% от заведенията са с категория 3 звезди и едва 5,6% са с висока категория – 4 и 5 звезди.



Фиг. 6. Категорийна структура на ЗХР в община Разлог в зависимост от броя на обектите (м. март 2014 г.)

В тази връзка може да се направи заключение, че в община Разлог са категоризирани ЗХР, които са предназначени за различни пазарни сегменти в общината и задоволяват разнообразно туристическо търсене. Предвид на ресурсите и развитието на разнообразни видове туризъм, това разпределение на категориите по видове обекти отговаря на потребностите към настоящия момент



Фиг. 7. Категорийна структура по вид обекти на ЗХР (м. март 2014 г.)

Анализът на категорийната структура на ЗХР по вид на обектите (фиг. 7) показва, че с най-ниска категория 1 звезда са питейните заведения – 44,1% от заведенията в тази категория, следвани от ресторантите – 26,5% и заведенията за бързо хранене – 13,2%. При категорията 2 звезди с най-голям дял са ресторантите – 70% от обектите в тази категория, следвани от баровете – 15% и питейните заведения – 10%. По същия начин се разпределят и обектите в категория 3 звезди – ресторантите тук имат дял от 51,7%, баровете 37,9% и питейните заведения – 16,7%. Високата категория – 4 и 5 звезди са с много малко обекти. От общо шест обекта в категория 4 звезди, три са ресторантите и 3 баровете, съответно с по 50%. Съществува само един категоризиран обект с 5 звезди и това е кафе-сладкарница с 80 места.

КАЧЕСТВЕНА ОЦЕНКА НА УСЛУГИТЕ, ПРЕДЛАГАНИ В ЗХР В ОБЩИНА РАЗЛОГ

Изводите, които могат да бъдат направени, са, че базата от ЗХР в община Разлог е достатъчно голяма, за да бъдат удовлетворени изискванията на различни сегменти от туристическия пазар. Заведенията, които предлагат храна, най-вече ресторантите, са с достатъчен капацитет. Изискването към тях може да бъде по отношение на разнообразяване на подвидовата характеристика, както и разнообразяване на асортимента и допълнителните атракции, които се предлагат – програми, анимация – кулинарни вечери, вечери на виното, дни на различни чуждестранни кухни и др. В общината не се наблюдава дисбаланс между заведенията, предназначени за туристи и такива, посещавани предимно от местни хора, което не създава чувство за изкуствено поддържане (може би тук трябва да се отбележат като изключение някои от големите обекти на настанителната база, предимно извън Разлог, като например апартаментните хотели „Реденка Палас“, „Пирин голф и Кънтри клуб“, СПА хотел „Катарино“ и др.). Специално внимание следва да се обърне на заведенията, предлагащи местни автентични продукти от македонската традиционна кухня. На този етап те се предлагат основно в ресторантите за българска традиционна кухня, както и в малките обекти на семейните хотели и къщите за гости, където по традиция се предлага на гостите домашно приготвена и екологична храна.

Необходими са мерки за увеличаване на видовото разнообразяване на ЗХР, особено по отношение на някои видове заведения за бързо хранене и обекти за развлечения за по-младите пазарни сегменти.

Една от особеностите на общината е липсата на заведения на големите вериги, предимно за бързо хранене. Това обаче има своите положителни страни, тъй като се съхранява местната традиция за хранене, приготвяне и консумиране на храна, а населението на отделните селища не е толкова многобройно, за да осигури достатъчен оборот на подобни обекти.

Кръстопътното транспортно положение на община Разлог е провокирало създаването на традиция за обслужване на преминаващи туристи. Предимство на общината са достатъчните на брой крайпътни заведения с различна категория, които играят важна роля за задоволяване на потребностите основно на автотуристите в региона.

Традиционната кухня на населението в община Разлог е част от нематериалното културно наследство. Тя е самотитна и отразява спецификата и начина на живот на

местното население в планинската и котловинната територия. Това е една от най-убедителните причини усилията на местните общности и бизнеса да се насочат към популяризиране и предлагане на автентичното.

ОБЕМ И ДИНАМИКА НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ТЪРСЕНЕ В ОБЩИНА РАЗЛОГ

ОСНОВНИ ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ОБЕМА НА ТЪРСЕНЕТО НА НАСТАНИТЕЛНА БАЗА В ОБЩИНА РАЗЛОГ

По данни на официалната статистика (табл. 3) в настанителна база в община Разлог през 2013 г., са пренощували близо 74 хил. лица (в т. ч. около 19 хил. чужденци), които са реализирали малко над 189 хил. нощувки (в т. ч. около 61 хил. – от чужденци). На един посетител се падат средно 2,6 нощувки, като престоят на българите (2,3 нощ.) е значително по-кратък от този на чужденците (3,2 нощ.).

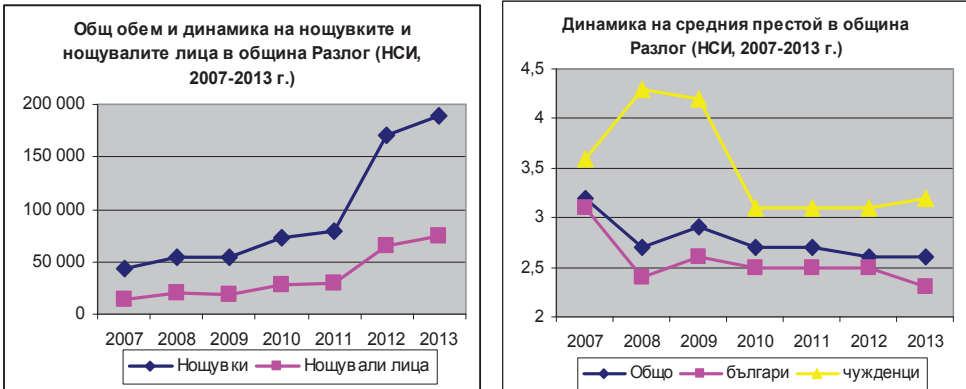
Община Разлог има скромнен дял в общия обем на туристическото търсене в страната – падат ѝ се 1,2% от всички пренощували лица и едва 0,9% от реализираните нощувки. И по двата показателя относителната ѝ тежест във вътрешния пазар е по-голяма (1,8%), отколкото в международния (0,7% и 0,4%).

Ако се разгледа мястото на общината в област Благоевград, делът ѝ чувствително нараства както по отношение на нощувките, така и на пренощувалите лица (17%). При това съпоставяне много силно нараства значението на общината по отношение на вътрешния туризъм – съответно 21 и 23% от посещенията и нощувките на българи

Таблица 3

Основни показатели за обема на търсенето на настанителна база
на община Разлог (НСИ, 2013 г.)

2013 г.	Пренощували лица			Реализирани нощувки			Среден престой		
	общо	в т.ч. българи	в т.ч. чужденци	общо	в т.ч. от българи	в т.ч. от чужденци	общо	в т.ч. на българи	в т.ч. на чужденци
ОБЩИНА РАЗЛОГ	73 985	54 940	19 045	189 068	128 047	61 021	2,6	2,3	3,2
България – общо	5 847 289	3 026 616	2 820 673	21 617 474	7 247 048	14 370 426	3,7	2,4	5,1
Югозападен район	1 479 160	769 140	710 020	3 113 154	1 469 016	1 644 138	2,1	1,9	2,3
Област Благоевград	433 983	261 680	172 303	1 092 589	553 133	539 456	2,5	2,1	3,1
Дял на общината от страната	1,2%	1,8%	0,7%	0,9%	1,8%	0,4%			
Дял на общината от ЮЗ район	5,0%	7,1%	2,7%	6,1%	8,7%	3,7%			
Дял на общината от областта	17,0%	21,0%	11,1%	17,3%	23,1%	11,3%			



Фиг. 8. Динамика на нощувките, ношувалите лица и средния престой на туристите в община Разлог 2007–2013 г. (НСИ)

в областта, но само малко над 11% от тези на чужденци. Община Разлог постепенно увеличава своето значение в туристическото развитие от ниво страна към ниво област при всички разглеждани показатели (табл. 3).

По различните показатели за търсенето община Разлог заема трето или четвърто място сред останалите общини в Благоевградска област, като се конкурира с най-развитите в туристическо отношение общини – Банско и Сандански, а в някои случаи отстъпва и на община Благоевград. Независимо, че по брой хотели и общо средства за подслон Разлог е на 4-то място в областта, по всички останали показатели, свързани с тяхното използване, общината е на 3-то място.

Според Дограмаджиева и Асенова (2009)⁵, за 2006 г. обемът на туристическото търсене в община Разлог е незначителен. В обектите за настаняване, следени от статистиката, са отчетени общо 9089 нощувки, от които само 436 от чужденци. Това представлява едва 2% от всички нощувки и едва 0,2% от нощувките от чужденци в област Благоевград през същата година. Търсенето е изключително от страна на българи (89% от посетителите и 95% от реализираните нощувки). Характерна е ниската продължителност на престоя – 2,4 дни за българите и 1,0 ден за чужденците. Годишната заетост на легловия капацитет е едва 8%.

През последните седем години обемът на търсенето се увеличава стабилно, като могат да бъдат разграничени два периода – до 2011 г. и след това. През първия период туристическият интерес към дестинацията нараства бавно и колебливо, с известен спад, по-силно изразен при посещенията през 2009 г., но през 2011 г. е отбелязано съществено увеличение, за да достигнат показателите съответни пикови стойности през 2013 г. (74 хил. посещения и 189 хил. нощувки) (фиг. 8, табл. 4).

⁵ Дограмаджиева Е., М. Асенова. 2009. Разработване на екотуристически продукт на община Разлог. – *Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 – География*, т. 101, С., с. 245.

Обем и динамика на туристическото търсене в община Разлог (НСИ, 2007–2013 г.)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Общо за периода
Обем на търсенето в абсолютни стойности – брой								
<i>Посетители</i>	13 273	20 456	19 185	27 322	29 397	64 595	73 985	+ 60 712
в т.ч. българи	10 598	17 209	15 942	20 086	21 123	48 224	54 940	+ 44 342
в т.ч. чужденци	2 675	3 247	3 243	7 236	8 274	16 371	19 045	+ 16 370
<i>Нощувки</i>	42 832	54 798	54 681	73 547	79 125	170 774	189 068	+ 146 236
в т.ч. на българи	33 220	40 763	41 002	50 830	53 229	120 815	128 047	+ 94 827
в т.ч. на чужденци	9 612	14 035	13 679	22 717	25 896	49 959	61 021	+ 51 409
<i>Среден престой</i>	3,2	2,7	2,9	2,7	2,7	2,6	2,6	- 0,6
в т.ч. на българи	3,1	2,4	2,6	2,5	2,5	2,5	2,3	- 0,8
в т.ч. на чужденци	3,6	4,3	4,2	3,1	3,1	3,1	3,2	- 0,4

Общата равностметка за периода е положителна, като стойностите на постигнатото увеличение на търсенето са значително по-високи в сравнение с ръста на предлагането. През 2013 г. пренощуващите лица са с около 61 хил. повече отколкото през 2007 г. (+457%), а реализираните нощувки нарастват с малко над 146 хил. (+341%).

Общата динамика на търсенето в голяма степен съвпада с тази на вътрешния пазар, а тенденциите на международния пазар в някои отношения се различават. Обемът на чуждите туристически потоци и нощувки през целия период нараства постепенно и достига пикови стойности през 2013 г. (над 19 хил. посетители и над 61 хил. нощувки). Над 25% от всички посетители са чужденци, което е изключително голямо увеличение в сравнение с 1995 г., когато техният дял е бил само 3% (Маринов и др., 2000).

В същото време се наблюдава значителен негативен скок в средния престой на чуждестранните туристи. Неговият пик е през 2008–2009 г. (съответно 4,3 и 4,2 дни), след което рязко пада на 3,1 ден и се запазва почти същият до края на разглеждания период (за 2013 г. е 3,2 дни). В същото време тези пикове съвпадат с известна стагнация и дори намаляване на броя на посетителите и нощувките в общината. Трудно е да бъде обяснен този феномен, още повече, че през тези години не се отбелязва драстичен ръст в обема на настанителната база на общината. Независимо от това, в сравнение с 1995 г. е постигнато значително увеличение на средния престой на чуждестранните туристи – тогава той е бил само 1,3 дни, докато при българите той показва постоянна тенденция на намаляване⁶.

За целия седемгодишен период относителният прираст на посетителите от чужбина е по-голям в сравнение с този на българите (съответно + 612 и + 418%). Ръстът в

⁶ Пак там.

нощувките както на чужденци, така и на българи обаче, е значително по-нисък (+535 спрямо +285%). Трябва да се отбележи също, че през всички години чужденците имат подчертано по-дълъг престой в сравнение с българите, но продължителността им на пребиваване в дестинацията е намалела незначително от 3,6 на 3,2 дни (-11%). Общото намаление на средния туристически престой в общината (-19%) се дължи преди всичко на значителното намаление на средния престой (почти с цял един ден) на българските посетители през разглеждания период от 3,1 на 2,3 дни (-26%).

Променливата динамика в обема на българските и чуждестранните туристически потоци се отразява в изменчиво съотношение между вътрешния и международния пазар – по-силно изразено при посещенията, отколкото при нощувките. През 2011 г. дялът на чужденците достига 28% от посетителите и 33% от нощувките. Все пак, общата картина не е претърпяла значителни промени и в края на периода е почти същата, както в началото – туризмът в община Разлог силно разчита на българската клиентела, която формира 74% от посещенията с нощувка и почти 68% от реализираните нощувки. Заслужава да се отбележи обаче, че относителният дял на чуждестранният туристически пазар е нараснал с по 6% както при посещенията, така и при нощувките.

РАЗПРЕДЕЛЕНИЕ НА ТЪРСЕНЕТО ПО КАТЕГОРИЯ НА НАСТАНИТЕЛНАТА БАЗА

Динамиката на търсенето по категория на средствата за подслон и местата за настаняване в периода 2008–2013 г. показва, че докато броят на пренощуващите лица в заведения с категория 3 звезди сочи над петкратно увеличение, то броят на нощувките в тази категория се увеличава едва малко над два пъти поради силното намаление на средния престой в тези места за настаняване (табл. 5). При нискокатегорийните обекти също не може да бъде установена някаква тенденция, тъй като търсенето силно варира – ту се увеличава, ту намалява. Единствено при базата с категория 4–5 звезди

Таблица 5

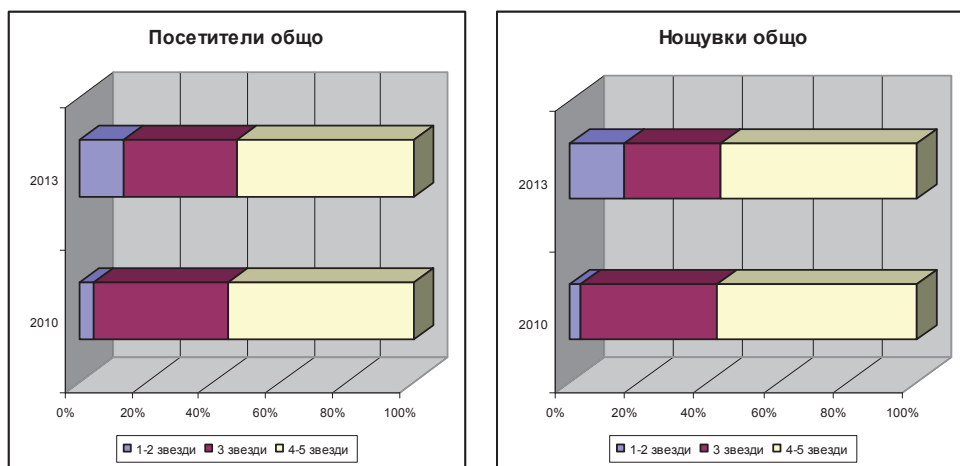
Промени в обема на търсенето по категория на настанителната база (НСИ, 2008–2013 г.)

	Пренощували лица				Нощувки				Среден престой			
	1–2 звезди	3 звезди	4–5 звезди	Всичко	1–2 звезди	3 звезди	4–5 звезди	Всичко	1–2 звезди	3 звезди	4–5 звезди	Всичко
Обем на търсенето в абсолютни стойности												
2007	–	4 040	–	13 273	–	16 033	–	42 832	–	4,0	–	3,2
2008	–	11 890	–	20 456	–	31 431	–	54 798	–	2,6	–	2,7
2009	–	9 542	–	19 185	–	26 069	–	54 681	–	2,7	–	2,8
2010	1 162	10 953	15 207	27 322	2 256	28 972	42 319	73 547	1,9	2,6	2,8	2,7
2011	–	9 564	–	29 397	–	24 712	–	79 125	–	2,6	–	2,7
2012	27 364	–	–	64 595	76 373	–	–	170 774	2,8	–	–	2,6
2013	9 809	25 064	39 112	73 985	29 806	52 571	106 691	189 068	3,0	2,1	2,7	2,5

през 2013 г. се наблюдава синхронно увеличение спрямо 2010 г. както на пренощуващите лица (прираст 157%), така и на нощувките (прираст 152%), като средният престой намалява незначително (с около 4%).

Продължителността на престоя през 2013 г. навсякъде е малка (под 3 дни), с лека тенденция на покачване в заведенията с ниска категория (3 дни), но със значително намаление в 3-звездните обекти (от 4 на 2,1 дни).

Като цяло туристическите потоци не са разпределени равномерно в настанителната база от различна категория (фиг. 9). Преобладават посетителите и реализираните нощувки във висококатегорийните средства за подслон независимо от незначителното намаление – 53% от пренощуващите лица през 2013 г. (с 3% по-малко от 2010 г.) и 56% от нощувките (с 2% по-малко от 2010 г.). В същото време отклоненията между двете години в търсенето на средна категория настанителна база (3 звезди) показва значително намаление (7% при пренощуващите лица и 11% при реализираните нощувки).

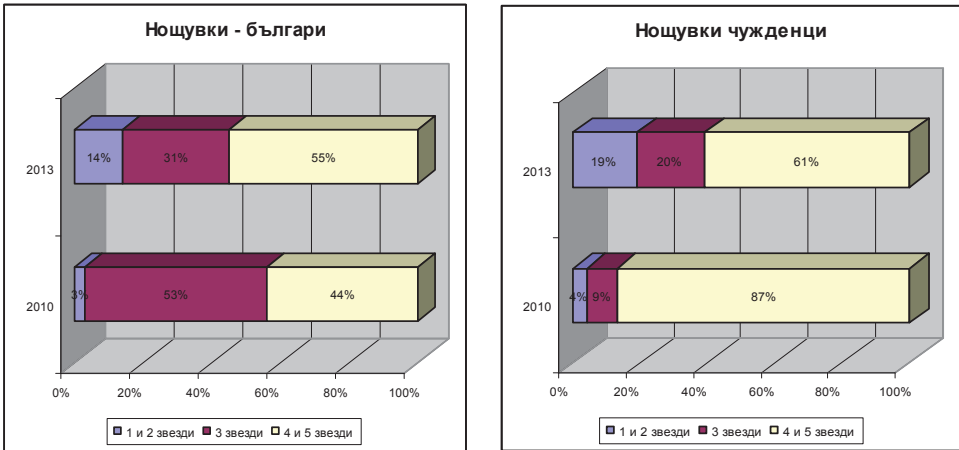


Фиг. 9. Промени в разпределението на търсенето по категория на настанителната база (2010–2013 г.)

Интересен факт е, че най-голямото увеличение на относителния дял се отбелязва при нискокатегорийната настанителна база – от 4 на 13% при пренощуващите лица и от 3 на 16% при нощувките.

Предпочитанията на вътрешните и чуждестранните потребители към категорията на настанителната база съществено се различават (фиг. 10).

Българите ползват разнообразно настаняване, с превес на средната и високата категория. Делът на техните посещения и нощувки в 1 и 2-звездната база също слабо нараства



Фиг. 10. Промени в разпределението на българите и чужденците по категория на настаняването (2010–2013 г.)

през последните години. В същото време посещенията в 3-звездните места за настаняване намалява за сметка на по-ниско и по-високо категорийната настанителна база.

Чужденците показват подчертано предпочитание към висококатегорийните обекти (над 50% от посещенията и нощувките), но за последните 3 години е нараснало ползването и на по-нискокатегорийни обекти, като особено впечатление прави значителният ръст на посещенията и нощувките в места за настаняване с 1 и 2 звезди, като този сегмент вече има видимо присъствие на пазара (около 17–19% от посещенията и нощувките). По всяка вероятност тази тенденция се дължи на предпочитанията за пребиваване в по-малки обекти, със запазена автентична селска среда.

СЕЗОННОСТ НА ТЪРСЕНЕТО

Туристическото търсене на общинско ниво се характеризира със сравнително ниска времева концентрация, макар че зимният сезон е малко по-силен от летния. Като цяло туристическите посещения се концентрират във второто полугодие, а сезонността в нощувките е по-слабо изразена (табл. 6, фиг. 11).

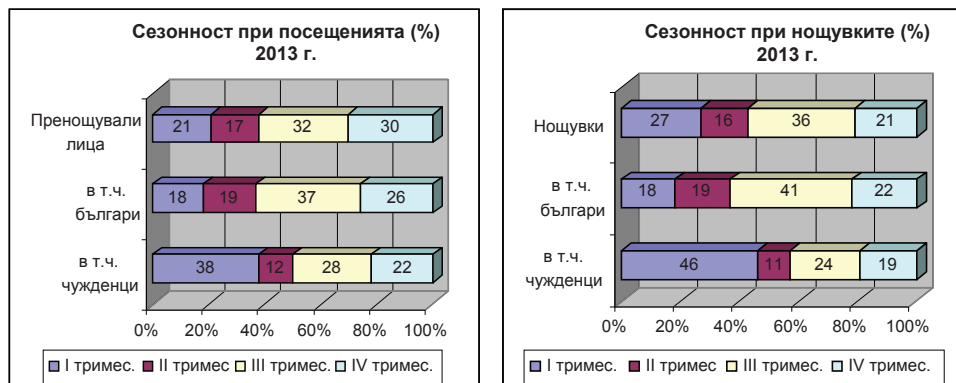
Сезонността на търсенето е обусловена предимно от поведението на вътрешните потребители. Българите проявяват интерес към района главно през летния сезон (III тримесечие). По отношение на зимния туризъм предпочитанията им са към края на годината (IV тримесечие). Двата най-активни периода са юли-септември и октомври-декември, от които летният е с по-висока относителна тежест. Превишението на най-силното над най-слабото тримесечие е значително (2 пъти при посещенията и 2,3 пъти при нощувките). През цялата година обаче, българите реализират предимно краткотрайни

Сезонност на туристическото търсене в община Разлог (НСИ, 2012–2013 г.)

2013	Пренощували лица – брой			Нощувки – брой			Среден престой		
	общо	в т.ч. българи	в т.ч. чужденци	общо	в т.ч. на българи	в т.ч. на чужденци	общо	в т.ч. на българи	в т.ч. на чужденци
Всичко	73985	54940	19045	189068	128047	61021	2,6	2,3	3,2
I тримесечие	17226	9926	7300	50683	22636	28047	2,9	2,3	3,8
II тримесечие	12886	10522	2364	31074	24086	6988	2,4	2,3	3
III тримесечие	25845	20449	5396	67680	52943	14737	2,6	2,6	2,7
IV тримесечие	18028	14043	3985	39631	28382	11249	2,2	2	2,8
Студено полугодие (%)	48%	44%	59%	48%	40%	64%			
Топло полугодие (%)	52%	56%	41%	52%	60%	36%			
Най-силно към най-слабо тримесечие	2,0	2,1	3,1	2,2	2,3	4,0	1,3	1,3	1,4

пътвания, с най-висока средна продължителност на престоя през III тримесечие (2,6 нощувки) и най-ниска през IV тримесечие (2 нощувки).

Чуждестранното търсене е насочено главно към зимния продукт на дестинацията. Най-голяма част от посещенията и нощувките на чужденци се осъществяват в периода януари-март. Интересът през последното тримесечие е много по-ограничен, но общо на студено полугодие се падат около 60% от пренощувалите и 65% от нощувките на чужденци. Летните месеци (юли-септември) участват в годишното разпределение на международния пазар с дял 28% от посещенията и 24% от нощувките. Най-малко



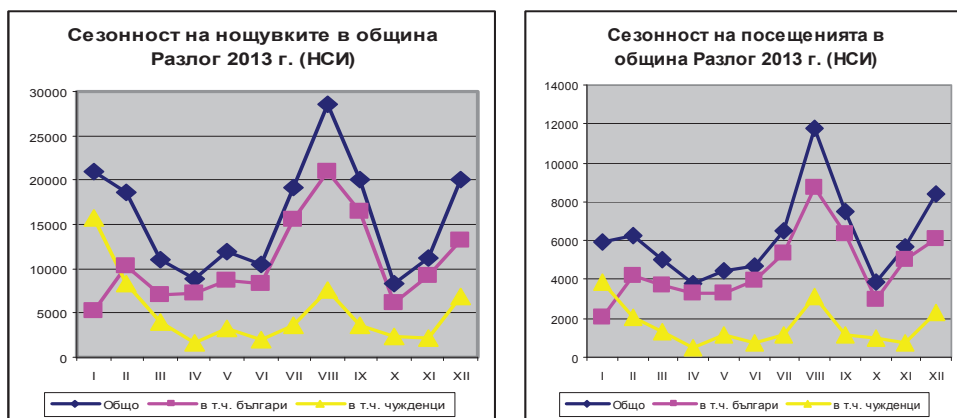
Фиг. 11. Сезонност в посещенията и нощувките на българи и чужденци в община Разлог (НСИ, 2012 и 2013 г.)

чужденци се насочват към района през месеците април-юни – тогава броят на пренощувалите е близо три пъти по-малък, отколкото през най-силното първо тримесечие, а броят на реализираните нощувки е над 4 пъти по-малък. Най-висока продължителност на чуждестранния престой е характерна за зимните ваканции (средно 3,8 нощувки). През останалото време доминират краткотрайните пътувания (средно 2,7–3 нощувки).

В сравнение с данните от 1995 г. (Маринов и др., 2000) се наблюдава значително изменение в сезонността на туристическата активност в община Разлог. Докато сега посещенията и нощувките са почти равномерно разпределени между студеното (48%) и топлото (52%) полугодие (табл. 6), то през 1995 г. това съотношение е било изцяло в полза на топлото полугодие – 65% от посетителите и 78% от нощувките. Тази динамика свидетелства, че за изминалия почти 20-годишен период община Разлог е успяла до голяма степен да усвои и използва ресурсите си за зимен туризъм, като по този начин е диверсифицирала туристическия си продукт.

Като цяло сезонността в посещенията и нощувките съвпада, като по-изразена е сезонността при нощувките. Тяхното значително увеличение през зимните месеци е резултат преди всичко на значително по-високия среден престой и на реализирания висок брой нощувки от чужденци, а сравнително по-слабото повишение през м. май се дължи както на чуждестранните, така и на българските посетители (фиг. 12). Налице са два ясно изразени пика при нощувките – летен (с най-голям брой през м. август) и зимен (декември-януари). Трябва да се отбележи обаче, че докато при българските посетители летният пик е първичен, а зимният – вторичен (това влияе и върху цялостната картина на сезонността в общината), то при чуждестранните туристи зимният пик е водещ, с изключително висок брой регистрирани нощувки през м. януари 2013 г. (фиг. 12).

Аналогична е ситуацията и при посещенията през 2013 г. – първичен летен пик се наблюдава както общо, така и при българите, докато за чужденците той е вторичен. Най-голям е броят на пренощувалите чужденци през м. януари.



Фиг. 12. Сезонност на туристическото търсене в община Разлог (2012–2013 г.)

И при нощувките, и при посещенията, зимният пик на българските туристи е отместен към м. февруари.

Въпреки наличието на сезонни колебания в търсенето, като цяло в община Разлог, за разлика от други райони на страната, няма ясно изразен „мъртъв“ период. Представените данни показват, че това се дължи на комбинацията между зимен и летен, вътрешен и международен, масов и алтернативен туризъм, която прави Разлог целогодишно атрактивна и жизнеспособна туристическа дестинация. Запазването на общата благоприятна картина по отношение на сезонността налага и в бъдеще да се използва цялото разнообразие на ресурсния потенциал и наличното предлагане, като се търси още по-активно взаимодействие на регионално ниво между различните форми на туризма и отделните туристически центрове.

Като цяло, може да се каже, че община Разлог има всички шансове да се представя еднакво добре както на вътрешния, така и на външния туристически пазар и следва да положи повече усилия за привличане на по-голям брой както български, така и чуждестранни посетители.

ПОТЕНЦИАЛ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ЧУЖДЕСТРАННИ ТУРИСТИ

От направените статистически проучвания, както и от проведените на територията на общината анкети с обектите от настанителната база, се установява, че преобладаващите туристи в община Разлог са предимно българи. Те съставляват 74% от туристите в общината, а 26% са чужденците. С най-голям дял за 2013 г. сред тях са гръцките туристи, следвани от туристите от Русия и Украйна, Великобритания и Ирландия, Македония, Румъния, Сърбия и др. Предпочитаният престой е до 3 дни, което потвърждава тенденция, характерна за съвременните туристически пътувания. По-голямата част от туристите пристигат в общината с автомобилен транспорт. Само 15% от тях пътуват със самолет. Това са чуждестранните туристи от далечните дестинации. Туристите от съседните страни – гърци, македонци и сърби, се придвижват също с автомобилен транспорт.

Така представените пазарни сегменти на чуждестранните туристи пристигат в дестинацията предимно за следните видове туризъм:

1. Балнеотуризмът и СПА, за които общината разполага с богат ресурсен потенциал, който в голяма степен е оползотворен в центрове от настанителната база – с. Баня, местност Катарино и др. Възможностите на този потенциал са още по-големи, като правилно насочена маркетингова и рекламна политика би увеличила значително чуждестранния контингент. Потенциал има при всички пазари, но особено при скандинавския и гръцкия пазар.
2. Ски туризъм – основната инфраструктура за ски се намира на територията на община Банско. Конкуренцията там по отношение на настанителната база е изключително голяма, но въпреки това, част от чуждестранните туристи предпочитат настаняването в община Разлог, предвид атрактивното комбиниране на ски с балнео, СПА и дори голф, което само по себе си е уникално като комбинация и би трябвало активно да се използва.

3. Голф туризъм – уникален за региона на югозападна България. Наличието на Пирин голф е голямо предимство на общината. Пирин голф се посещава от професионалисти – голфъри и любители от цял свят. Тук се организират едни от най-добрите в Европа турнири по голф за аматьори. Много голямо значение за повишаване на посещаемостта играе и учебният голф-център.
4. Селски туризъм – потенциалът за този вид туризъм в общината се оценява високо не само от българските туристи, които го посочват като един от основните за района, но и от чужденците. Автентичната среда, екологично чистите продукти и уникална природа на селата Добърско, Елешница, Бачево и останалите, са потенциал с бъдеще в този край.
5. Културен туризъм – автентична култура – фолклор, обреди и обичаи с дълбоки традиции, ценни културни паметници (каквато е църквата „Св. Тодор“ в с. Добърско, както и богатия културен календар, предполагат потенциал за специализирани и познавателни туристически пътувания.
6. Пешеходен туризъм – Разлог е изходен пункт за пешеходни преходи към трите величествени български планини – Пирин, Рила и Родопите. Това е предимство, което трябва да се използва от местния бизнес за привличане на по-голям процент от чуждестранни пътувания, насочени към планините.
7. Друг потенциал – за алпинизъм и екстремни спортове, за ловен и риболовен туризъм, за велотуризъм, конен туризъм и др.

Перспективни географски пазари и пазарни сегменти и в бъдеще ще бъдат пазарът на Гърция и Македония поради географската им близост, Източно- и Централно-европейските страни (поради традиционните връзки, културната и езиковата близост, пазарите от ЕС и Западна Европа (висока склонност за практикуване на зимен туризъм в чужбина), регионалните пазари в България извън София и Пиринския регион (особено районът на Пловдив), българският пазар на семейния туризъм, който е най-големият пазарен сегмент у нас и като цяло е доста чувствителен към цените.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въз основа на направения анализ могат да се изведат следните по-важни обобщения.

В община Разлог са регистрирани малко на брой туристически агенции, чиято дейност се характеризира с предлагане предимно на голф и СПА туристически продукти. Работи се и за изходящ туризъм, като не се наблюдава предлагане на базата на богатите и разнообразни туристически ресурси в района. Няма местен туроператор, който да предлага културни атракции или ваканции на основата на екотуристически продукт.

По отношение на предлагането, свързано с настанителната база, могат да бъдат направени констатации, че в сравнение с 1995 г. на територията на община Разлог се наблюдава както значително увеличение на базата за настаняване – брой обекти и брой легла, така и промяна в разпределението по видове и категория. Днес по-голямата част от леглата – 80%, са съсредоточени в хотели и апартаментни комплекси, докато в средата на 90-те години са преобладавали леглата в почивните домове – 71,7%. Значителен спад се отчита и при леглата в хижи, които са 9,2% през 90-те и само 2,4%

в настоящия период. Отчита се и промяна, свързана с разнообразяването на предлагането, чрез създаването на нови видове обекти, каквито са обектите на малкия семеен бизнес – семейни хотели и къщи за гости, съсредоточени главно в гр. Разлог и някои от малките населени места. По-различно е положението с големите апартаментни комплекси, които разполагат с голяма леглова база и се намират главно в извънселищни територии. Целта е да се използват максимално ресурсите за СПА и голф, както и ски-туризъм, чиято инфраструктура се намира на територията на съседната община Банско. Разнообразяването в предлагането на различни по вид обекти на настанителна база, с различна категория, както и увеличението на нейния капацитет, предполагат възможност за привличане на разнородни пазарни сегменти и максимално използване на ресурсния потенциал на дестинацията през всички сезони.

Подобна е ситуацията и при Заведенията за хранене и развлечения. Тази категория обекти е достатъчно разнообразна по вид и категория на обектите. Прави впечатление, че по отношение както на броя, така и на местата, водеща позиция заемат ресторантите (40,3% от броя и 58,6% от местата). При повечето общини в страната с най-голям относителен дял, особено по брой на обекти, са предимно питейните заведения. Преобладават обекти с ниска категория – 1 и 2 звезди (71%), но наличието на ЗХР с 4 и 5 звезди дава основание да се твърди, че предлагането е насочено към задоволяване нуждите на различни категории туристи. Крайпътните заведения, които са много важна част от предлагането в тази дестинация, създават условия за обслужване както на гостите на общината, така и на големия транзитен поток от туристи, преминаващи на юг към Банско и Добринище и на изток към Юндола и Велинград.

Предвид особеностите на територията и спецификата на местната култура и традиции, следва да се обърне внимание на заведенията, предлагащи местни автентични продукти на македонската традиционна кухня. На този етап тази храна, както и домашно приготвени специалитети с екологични продукти, се приготвят основно в ресторантите за българска национална кухня, както и в малките обекти – семейните хотели и къщите за гости.

Липсват заведения за хранене на големите вериги, и заведения за бързо хранене, което е от значение за туристите, които за кратко посещават дестинацията, и за тези, които използват еко-маршрутите в района.

Като цяло в общината се наблюдава достатъчно разнообразие на ЗХР. Това, което може да се изисква е по отношение разнообразяване на предлагането в тях, като се обърне внимание не само на менюто, но и на създаване възможност за забавления – програми, културна анимация и др. атракции, насочени към различни възрасти и категории туристи.

През последните седем години обемът на търсенето в община Разлог се увеличава постъпателно и устойчиво, като през последните две години се отбелязва по-значим растеж. Общата равностетка за периода е положителна, като стойностите на постигнатото увеличение са високи в сравнение с ръста на предлагането. Общият брой посетители са се увеличили над 4,5 пъти. Чуждестранното търсене нараства по-бързо и по-устойчиво от вътрешното респективно 6 пъти и 4 пъти повече посетители. Дестинацията силно разчита на българската клиентела, която формира над 70% от посещенията с нощувка и почти същият процент от реализираните нощувки.

В сравнение с 1995 г. се наблюдава значително увеличение както на настанителната база и на заведенията за хранене и развлечения, така и на броя на посетителите и ношувките. Значително е подобрена структурата на посетителите (с увеличение на чуждестранните туристи), както и заетостта на базата. По отношение на средния пресрой на посетителите може да се каже, че положителна динамика се наблюдава само по отношение на чуждестранния туристопоток.

Все още динамиката на нарастване на търсенето в общината е по-неблагоприятна отколкото тази в област Благоевград. Този факт свидетелства, че в региона има достатъчно налично първично и вторично предлагане и при по-добра маркетингова стратегия и подобряване на асортимента и качеството на услугите, община Разлог може да увеличи значително обема на туристопотоците в нея. Независимо от това, общината е по повечето показатели на III място в областта, непосредствено след изключително добре развитите и поставени в туристическия контекст общини Банско и Сандански.

Гостите на общината постепенно променят модела си на туристическо потребление, като търсят повече разнообразие и предявяват по-високи изисквания към качеството и комфорта. От 2007 до 2013 г. увеличение в броя на посетителите и ношувките като цяло е отбелязано при обектите с категория 1 и 2 звезди, сравнително по-голям спад в търсенето на 3-звездни хотели и несъществено увеличение на туристическия интерес към предлагането от висока категория. Българите ползват разнообразно настаняване, с превес на средната и високата категория. Посещенията в 3-звездните места да настаняване намалява за сметка на по-ниско и по-високо категорийната настанителна база. Чужденците показват подчертано предпочитание към висококатегорийните обекти (над 50% от посещенията и ношувките), но за последните 3 години е нараснало ползването и на по-нискокатегорийни обекти, като особено впечатление прави значителният ръст на посещенията и ношувките в места за настаняване с 1 и 2 звезди. По всяка вероятност тази тенденция се дължи на предпочитанията за пребиваване в по-малки обекти, със запазена автентична селска среда.

Въпреки наличието на сезонни колебания в търсенето, като цяло в община Разлог няма ясно изразен „мъртъв“ период. Представените данни показват, че това се дължи на разнообразното туристическо портфолио и предлагане в общината. Запазването на общата благоприятна картина по отношение на сезонността налага и в бъдеще да се използва цялото разнообразие на ресурсния потенциал и наличното предлагане, като се търси още по-активно взаимодействие на регионално ниво между различните форми на туризма и отделните туристически центрове.

Състоянието на туристическото търсене и профила на туристите в общината показва, че община Разлог има всички шансове да се представя еднакво добре както на вътрешния, така и на външния туристически пазар и следва да положи повече усилия за привличане на по-голям брой както български, така и чуждестранни посетители. За това съществуват значителни резерви и при броя на наличните леглоденонощия – трябва да се положат повече усилия за удължаване на силните летен и зимен сезон и за привличане на клиента през пролетно-есенните месеци. Независимо от очакваното увеличаване на относителния дял на чуждестранните посетители и ношувки, българският туристически пазар ще остане доминиращ за дестинацията.

Голяма е разликата, обаче, която се установява 20 години по-късно по отношение на позициите на общината на туристическия пазар. Впечатляващи са резултатите на общината, постигнати както по отношение на продуктовото разнообразие и предлагане, така и по отношение на положителните промени в търсенето.

Независимо от сътресенията, през които туризмът преминава през последното десетилетие, община Разлог е целогодишно атрактивна и жизнеспособна туристическа дестинация, благодарение на комбинацията между вътрешен и международен, зимен и летен, масов и алтернативен туризъм. Това предимство трябва да се запази и в бъдеще, като се промотира цялото разнообразие на ресурсния потенциал и наличното предлагане чрез ефективен маркетинг на регионалния туристически продукт и активното взаимодействие между всички участници в неговото създаване.

ЛИТЕРАТУРА

- Дограмаджиева Е., М.Асенова. 2009. Разработване на екотуристически продукт на примера на община Разлог. – *Год. СУ, ГГФ, Книга 2 – География*, т. 101, 239–258.
- Маринов В., М.Воденска, М.Атанасова. 2000. Туристическо развитие на общини Банско и Разлог (туристическо търсене и влияние на туризма върху местната икономика). – *Год. СУ, ГГФ, Книга 2 – География*, т. 90, 227–245.
- НСИ 2014. Туризм, Непубликувани данни по общини.
www.nsi.bg
<http://tourism.egov.bg/registers/TORRegister.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>
<http://old1.mee.government.bg/bg/themes/spisak-na-vpisanite-v-nacionalniya-turisticheski-registar-turisticheski-sdrujeniya-640-397.html>

Постъпила април 2015 г.