

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

---

## СРАВНИТЕЛЕН АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ В ПЛАНИНСКИ КУРОРТИ БОРОВЕЦ И ПАМПОРОВО ПРЕЗ 2014 ГОДИНА ПО МЕСЕЦИ

ЕЛЕНА ПЕТКОВА

*Катедра География на туризма  
e-mail: epetkova@hotmail.com*

*Elena Petkova. COMPARATIVE ANALYSIS OF THE ACCOMMODATIONS OF MOUNTAIN RESORTS OF BOROVETS AND PAMPOROVO DURING THE MONTHS OF 2014*

The aim of the paper is a comparative analysis of two Bulgarian mountain resorts – Borovets and Pamporovo – to be performed. In this sense, monthly data for 2014, provided by the National Statistical Institute of Bulgaria is analyzed (available at the official web-site of the organization in March, 2015). The data concerns the accommodation establishments and their activities and are used in order various performance indicators of supply, demand and efficiency of accommodation establishments to be calculated.

*Key words:* accommodation, mountain resorts.

### УВОД В ПРОБЛЕМАТИКАТА. ЦЕЛ И МЕТОДОЛОГИЯ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Планинските курорти са разположени в райони с голяма надморска височина – обикновено 1200–1500 m, но понякога и на 1500–2000 m. Колкото по-голяма е височината, толкова по-дълъг е ски сезонът, но „да сте над дърветата“ често не е толкова атрактивно, когато курортът се посещава през лятото. Обикновено, за да се рекламира районът като подходящ за ски, е необходимо наличие на снежна покривка минимум четири месеца от годината. Посетителите на планинските курорти имат достъп до подходящи за ски- спортове планински склонове. Потенциалът на района за спускане със

ски зависи и от състава на планинските склонове, вертикалният наклон на ски-пистите, доколко склонът е покрит с дървета, и наличие на ориентация, при която се избягва склонът да е изложен продължително време на слънце и на вятър (Lawson, 1995).

Целта на настоящата статия е да се направи сравнителен анализ на два български планински курорта – Боровец и Пампорово. Курортите са избрани поради своите сходни характеристики: намират се на приблизително еднаква надморска височина, предлагат добри условия за зимен ски туризъм и, главно, е, че за разлика от останалите планински курорти в България, те са създадени и се развиват като курорти – ваканционни селища, а не като селища, които служат за жилищни нужди на местното население. Това определя и сходния цялостен архитектурен облик и атмосферата на двата курорта. Съответно посетителите, които са привлечени от двата курорта, имат подобни потребности и изисквания. Ето защо тези курорти са и конкуренти при избора на посетителите и особено на участниците в зимен ски и донякъде и в (летен) планински туризъм.

Основната хипотеза, която се защитава в тази статия е, че двата курорта отчитат или имат възможност да постигнат сходни стойности на показателите, свързани с туристическото търсене и предлагане, както и с икономическите резултати и ефективност. В този смисъл идеята на сравнителния анализ не е да покаже, че единият курорт е по-добър от другия, тъй като считаме, че и двата имат своите предимства и ограничения, а да даде насоки за подобряването и на двата курорта с оглед те да бъдат конкурентоспособни на пазара и да отчитат добри резултати от своята стопанска дейност.

В тази статия са анализирани данни на Националния статистически институт (НСИ) на България (налични на официалния сайт на организацията – [nsi.bg](http://nsi.bg) в началото на месец март 2015 г.). Наличните данни се отнасят за дейността на местата за настаняване в курортите Боровец и Пампорово през 2014 г. по месеци и служат за изчисляване на редица показатели на търсенето, предлагането и ефективността.

Анализи в сферата на туризма, основани напълно или частично на статистически данни, са представени в редица научни източници. Някои от въпросите, които са анализирани с използването на този подход са разгледани в следните трудове.

Статия с международно значение представя сравнителен анализ на хотелиерството в България и в Румъния. Направен е количествен анализ на статистическа информация на хотелите за периода 1990–2007. Анализирани са показатели за обема и структурата на предлагането и търсенето, и за ефективността на хотелиерството в двете страни (Дограмаджиева, Матей, 2010). В друга статия е представен анализ на динамиката на величината, структурата, териториалното разположение и използването на настанителната база на туризма в България въз основа на налична статистическа информация за сравнително продължителен период. Публикацията се характеризира с широк териториален и времеви обхват (Маринов, 2001). Друга статия представя цялостен анализ на развитието и състоянието на планинския туризъм в България и очертава позитивните и негативните тенденции, наблюдавани за период от 10–15 години. При анализа на състоянието са използвани данни на НСИ по общини и видове заведения за настаняване (Дограмаджиева, Казачка, 2007). В публикацията с национално значение се проследяват динамиката и особеностите на вътрешните и изходящите пътувания на българите за период от 20 години и се представя актуалното състояние на националния пазар на туризма. В анализа са използвани и официални данни на НСИ, включително от

заведенията за настаняване в страната (Маринов, Дограмаджиева, 2012). Налични са и редица статии с по-тясно регионално или локално значение. Така например, в публикация е разгледано актуалното състояние и средносрочните тенденции в предлагането, търсенето и ефективността на настанителната база в община Смолян. Анализът е изцяло основан на официална статистическа информация за периода 2006–2012 г., като са използвани данни на НСИ (Дограмаджиева, 2013). Друга статия представя сходна тематика с по-тесен обхват, а именно – подход за детайлен дългосрочен и средносрочен количествен анализ на туристическото търсене на регионално ниво, основан изцяло на статистически данни на НСИ за 2001–2011 г. (Дограмаджиева, 2013).

В посочените научни разработки обикновено се представя анализ на туристическото (в частност на хотелиерското) предлагане, търсене и ефективност. При анализа на предлагането често се използват показатели, като: брой места за настаняване; брой легла в местата за настаняване; леглоденонощия; среден капацитет (среден брой легла); среден период на функциониране (брой дни). Търсенето често се анализира чрез показателите: пренощували лица (общо и в частност местни и чужди граждани); реализирани нощувки (общо, от местни и от чужди граждани); среден престой (средна продължителност на престоя общо, на местни и на чужди граждани). Анализът на ефективността се основава на показателите: брой нощувки на едно легло; заетост в %; приходи от нощувки (общо, от местни и от чужди граждани); среден приход от една нощувка (средна цена; общо, на местни и чужди граждани); среден приход от едно легло; приход от един посетител; лоджинг индекс (приход на налично легло или на леглоденонощие в експлоатация). Лоджинг-индексът измерва приходите, получени от едно легло, независимо дали е използвано или не, но само за периода на неговото функциониране. Той е разработен като алтернатива на паралелния анализ на средната заетост и на средната цена (Маринов, 2001; Wassenaar, Stafford, 1991).

В настоящата публикация са използвани сходни групи от показатели. Относно предлагането приложението намират абсолютните показатели (1) *брой места за настаняване*; (2) *брой легла в местата за настаняване*; (3) *брой легло-денонощия*. Последният показател разкрива какъв е обема на реалното хотелиерско предлагане в рамките на отчетния период (месец или година).

Изчислени са и относителните показатели на предлагането:

(4) *среден брой легла = брой легла/ брой места за настаняване*.

Разкрива средно колко легла са налични в едно място за настаняване;

(5) *период на функциониране (в дни) = брой легло-денонощия/ брой легла*.

Показва средно колко дни на година/ месец функционират местата за настаняване.

Търсенето на местата за настаняване се характеризира с абсолютните показатели: (1) *реализирани нощувки*. Те разкриват реалното търсене в рамките на отчетния период; (2) *реализирани нощувки от чужденци*. Това е показател за значението на международния туризъм; (3) *реализирани нощувки от българи*. Това е показател за обема на вътрешния туризъм; (4) *пренощували лица*; (5) *пренощували чужденци*; (6) *пренощували българи*.

Изчислени са и относителните показатели на търсенето:

(7) *Продължителност на престоя = реализирани нощувки/пренощували лица*. Характеризира средно колко нощувки реализира един посетител в дестинацията.

(8) *Продължителност на престоя на чужденец = реализирани нощувки от чужденци/пrenoщували чужденци;*

(9) *Продължителност на престоя на българин = реализирани нощувки от българини/пrenoщували българини.*

В тази статия показателите за ефективност са разделени в две групи. Първата разкрива икономическите резултати на местата за настаняване като абсолютна стойност. Тук се включват (1) *приходи от нощувки*; (2) *приходи от нощувки на чужденци*; (3) *приходи от нощувки на българини*. Втората група включва относителните показатели за ефективността. Това са показатели, които разкриват резултатността или производителността на хотелиерската дейност. Те представят и каква е връзката между търсенето и предлагането или между търсенето и икономическите резултати (приходите), или между предлагането и икономическите резултати на местата за настаняване. Показателите сочат доколко ефективно ръководството на мястото за настаняване използва материалната си база, за да реализира търсене и/или приходи.

Показателите в тази група може да обособим в две подгрупи. Първата условно обозначаваме като основни показатели, тъй като те имат ключово значение при анализа на хотелиерството. Тук се включват следните показатели:

(1) *заетост (в %) = реализирани нощувки/легло-денонощия\*100*. Този показател представлява и отношението между търсенето и предлагането.

(2) *средна дневна цена = приходи от нощувки/реализирани нощувки*. Това е съотношението между постигнатите резултати и търсенето.

(3) *приходи на налично легло = приходи от нощувки/легло-денонощия*. Разкрива отношението между постигнатите резултати и предлагането.

Третият показател „*приходи на налично легло*“ представлява произведение на предходните два: заетост и средна дневна цена. Като произведение показателят индикира дали се използва ефективно и пълноценно настанителната база, като същевременно от нея се реализират достатъчно приходи. От една страна, ръководството на местата за настаняване може да увеличи заетостта като намали значително цените и това би могло да доведе до загуби. От друга страна, ръководството би могло да увеличи цените, като се надява да реализира значителни приходи, но това да предизвика намаляване на заетостта и съответно спад в общите приходи. Последният показател ще разкрие всичко това.

В последната подгрупа на допълнителните показатели биха могли да се включат голям брой други показатели, които показват различни аспекти и връзки между търсенето, предлагането и постигнатите резултати. Те са и алтернатива и/или допълнение на основните показатели, като съответно би било подходящо да се използват в някои случаи. Тук са включени само допълнителни показатели, които предполагаме, че няма да доведат до изводи, които вече са констатирани с помощта на предходните, а именно:

(1) *приход от нощувка на чужденец = приходи от нощувки на чужденци/реализирани нощувки от чужденци;*

(2) *приход от нощувка на българин = приходи от нощувки на българини/реализирани нощувки от българини;*

(3) *приход от един посетител = приходи от нощувки/пrenoщували лица;*

(4) *приход от един чужденец = приходи от нощувки на чужденци/пrenoщували чужденци;*

(5) приход от един българин = приходи от нощувки на българи/пrenoцували българи;

(6) приход на едно място за настаняване = приходи от нощувки/брой места за настаняване;

(7) среден приход на едно легло = приходи от нощувки/брой легла в местата за настаняване;

(8) брой нощувки на едно легло = реализирани нощувки/брой легла в местата за настаняване. Този показател е алтернативен на заетостта. Той разкрива каква заетост би се постигнала, ако леглата се използват цялостно.

## РАЙОНИ НА ПРОУЧВАНИЯ

Боровец възниква и функционира като многофункционален курортен комплекс. Той е най-старият планински курорт в страната, основан в края на XIX в. като „царски курорт“ под името Чамкория, което буквално означава „боровата гора“. Той има туристическа функция с три двореца, разположени на различна надморска височина и малобройни вили на новата българска аристокрация. Местоположението му е избрано неслучайно поради близостта до София, прекрасната природа и богатата фауна за ловуване в Рила планина. През 70-те години на XX в. Боровец се превръща в Курортен комплекс (КК), който има нова луксозна база. След 1980 г. Боровец се утвърждава като водеща българска зимна туристическа дестинация за международен туризъм, наред с КК Пампорово (Янева, 2008). Боровец е разположен е на 1350 m надморска височина, на северните склонове на Рила. Намира се на 70 km от София, на 83 km от Благоевград и на 125 km от Пловдив. Най-близкият град е Самоков – на 10 km разстояние. Климатът в курорта е умерен, зимата е мека и с много снеговалежи. Средната температура през януари – най-студеният месец – е около минус 4,8 °C. Ски-сезонът обикновено продължава от средата на декември до април. Курортът предлага отлични условия за практикуване на зимни спортове: алпийски ски, сноуборд и ски-бягане. Боровец е един от най-големите български курорти по дължина и капацитет на ски-пистите и съоръженията. Курортът предлага разнообразие от ски-писти – 24 на брой, с обща дължина 58 km. Най-високата ски-точка е 2560 m, а най-дългата ски-писта: 12 km. Курортът разполага с 8 осветени писти за нощно каране и 25–35 km писти за ски-бягане. За сноубордистите курортът предлага различни по сложност и натовареност терени и терейн-паркове. Боровец е два пъти домакин на състезания за Световната купа по ски алпийски стил и единадесет пъти домакин на състезания за Европейската купа ([www.borovets-bg.com](http://www.borovets-bg.com), 2015).

Българският планински курорт Пампорово е разположен във вътрешността на Родопите, на 1650 m надморска височина, в подножието на връх Снежанка. Намира се на територията на община Смолян и община Чепеларе, на разстояние около 220 km от София, 85 km южно от Пловдив, 15 km северно от Смолян и 10 km южно от Чепеларе. Климатът на курорта се отличава с мека зима, в която има над 100 слънчеви дни. Средната годишна температура е 5,5 °C. Тъй като курортът е подходящ главно за

ски-спортове, основният туристически поток към Пампорово е през зимните месеци. Почти всички ски писти в курорта започват от връх Снежанка, като тяхната надморска височина е от 1026 до 1400 m. Туристическият сезон започва през месец декември и продължава почти до края на април. Заради красивата си природа курортът се посещава от туристи и през летните месеци. От началото на 60-те години на XX в. курортът осигурява възможности за практикуване на зимни спортове. Зоната за практикуване на зимни спортове е компактна и включва 37 km писти за алпийски дисциплини, 25 km писти за дълго бягане, фън парк с халф-пайп писта, както и множество подходящи места за спускане с шейни и фрий-пайп. Съоръженията, обслужващи мрежата от писти в Пампорово, са с капацитет 13 000 души на час. Влековете – 6 на брой, както и лифтовете (седалкови) – 7 на брой, осигуряват на скиорите бързо и комфортно придвижване. Пампорово експлоатира нова, съвременна пропускателна система за въжени линии (www.pamporovo.me-1-15.03.2015г.).

## АНАЛИЗ НА ДЕЙНОСТТА НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ В БОРОВЕЦ И ПАМПОРОВО ПРЕЗ 2014 Г. ПО МЕСЕЦИ

### ПРЕДЛАГАНЕ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ

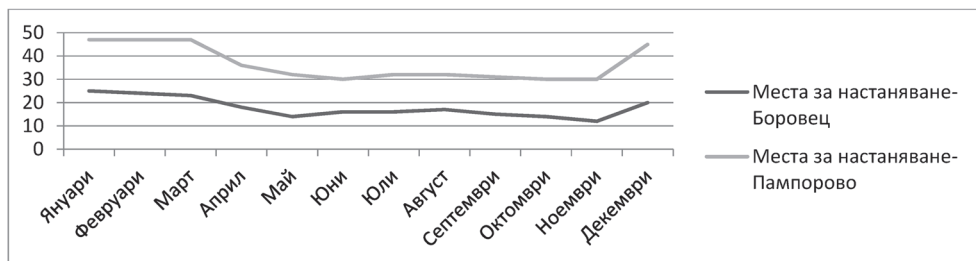
През 2014 г. капацитетът на планински курорт Пампорово надвишава този на Боровец (47 срещу 26 места за настаняване и 5132 срещу 4714 легла). Въпреки това Боровец изпреварва Пампорово по отношение на реалното си предлагане (реално функциониращите обекти/стаи/легла), което се изразява в броя на леглоденоноциите. Причина за това е по-дългият период на функциониране на местата за настаняване в Боровец спрямо тези в Пампорово (277 срещу 250 дни). Средният брой легла на едно място за настаняване в Боровец (181) надвишава този в Пампорово (109), което разкрива, че обектите в първия курорт вероятно често са и по-големи по размери (табл. 1).

През всеки месец от 2014 г. по-голям брой места за настаняване са били налични в Пампорово отколкото в Боровец (фиг. 1). В Боровец най-голям брой места за настаняване са били отчетени през първия месец от годината – януари (25), а най-малък – през ноември (12). В Пампорово най-много места за настаняване са били налични през януари, февруари и март (47), а най-малко – през юни, октомври и ноември (30).

Таблица 1  
Table 1

Предлагане на местата за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.  
Supply of accommodation establishments in Borovets and Pamporovo in 2014

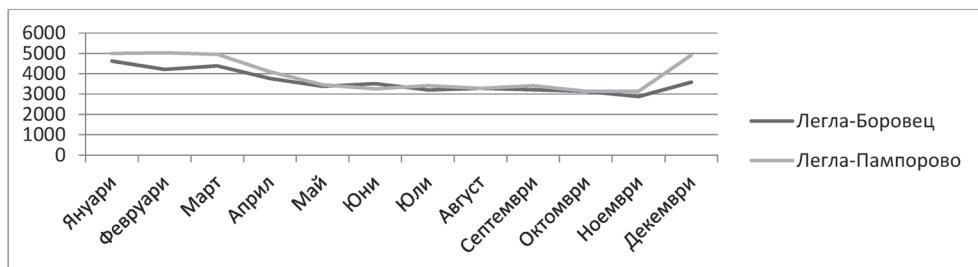
2014	Брой места за настаняване	Брой легла в местата за настаняване	Легла-деноноция	Среден брой легла	Период на функциониране
Боровец	26	4714	1 307 897	181	277
Пампорово	47	5132	1 293 168	109	252



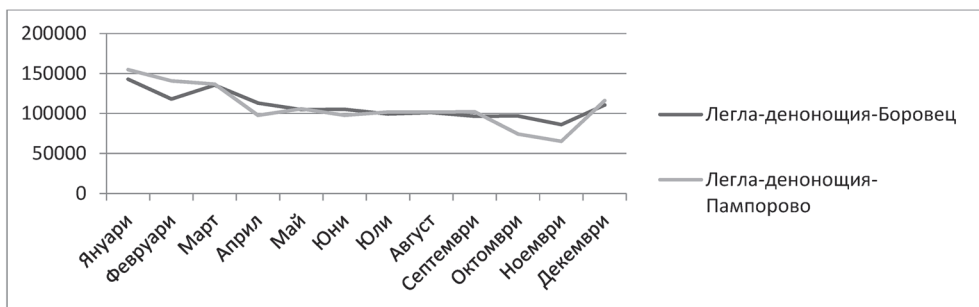
Фиг. 1. Брой места за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.

Почти през цялата година по-голям брой легла са налични в Пампорово отколкото в Боровец. Изключение е месец юни, когато леглата в местата за настаняване в Боровец са били повече. В Пампорово най-голям брой легла са били налични през февруари (5023), а най-малък – през октомври и ноември (3132). В Боровец най-голям брой легла е отчетен през януари (4617), а най-малък – през ноември (2871). Може да се заключи, че Пампорово разполага с по-голям капацитет на настанителната база отколкото Боровец (фиг. 2).

Що се отнася до реалното предлагане на местата за настаняване, то по-голям брой леглоденонощия са отчетени в курорта Пампорово за повечето месеци от годината. Изключение са пролетните месеци април и юни и есенните месеци октомври и ноември, когато предлагането в Боровец надвишава това в Пампорово. Вероятно причина за това е малко по-слабо изразения сезонен характер на туризма в курорта Боровец в сравнение с Пампорово, като последният разчита главно на зимен ски- и летен планински туризъм. И в двата курорта все пак предлагането има сезонен характер, като най-голям брой на легло-денонощията се отчита през зимни месеци – януари, февруари и март, а най-малък – през есенни месеци (когато вероятно част от местата за настаняване не функционират) – октомври и ноември за двата курорта и септември – за Боровец (фиг. 3).



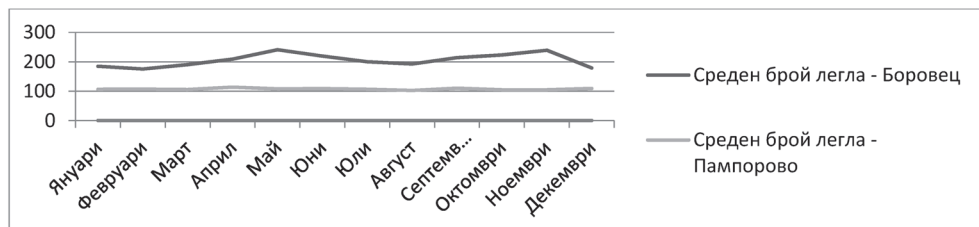
Фиг. 2. Брой легла в местата за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.



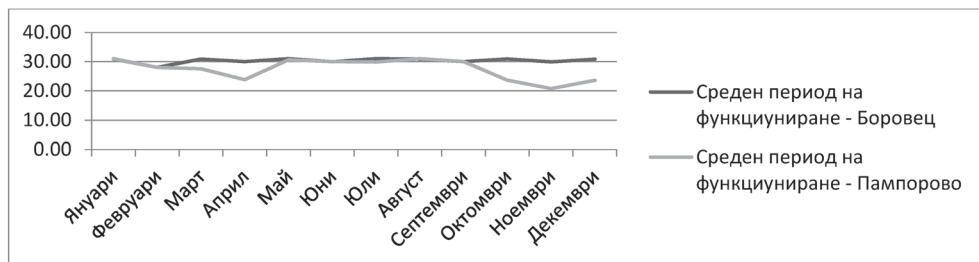
Фиг. 3. Леглоденоноция в Боровец и Пампорово през 2014 г.

За всеки месец от 2014 г. средният брой легла в Боровец надвишава този в Пампорово. Това показва, че средно едно място за настаняване в Боровец разполага с по-голям капацитет в сравнение с един обект в Пампорово. Средният брой легла в Боровец варира в по-широки граници в сравнение с Пампорово, като по-нисък е бил той през зимните и летните месеци и по-висок през пролетните и есенните месеци (фиг. 4).

Средният период на функциониране на местата за настаняване в Пампорово варира в по-широки граници в сравнение с Боровец. Местата за настаняване в Боровец



Фиг. 4. Среден брой легла в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 5. Среден период на функциониране на местата за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.



функционират средно между 28 и 31 дни в зависимост от месеца, а тези в Пампорово – между 20 и 31 дни. Следователно, значително по-голям брой от местата за настаняване в Пампорово не функционират целогодишно в сравнение с Боровец. Периодът на функциониране на местата за настаняване в Пампорово е най-кратък през някои есенни и пролетни месеци, като ноември (20,74 дни), октомври, декември и април (23–24 дни) и най-дълъг през август (31 дни), януари (31), септември, май и юни (около 30 дни) (фиг. 5).

#### ТЪРСЕНЕ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ

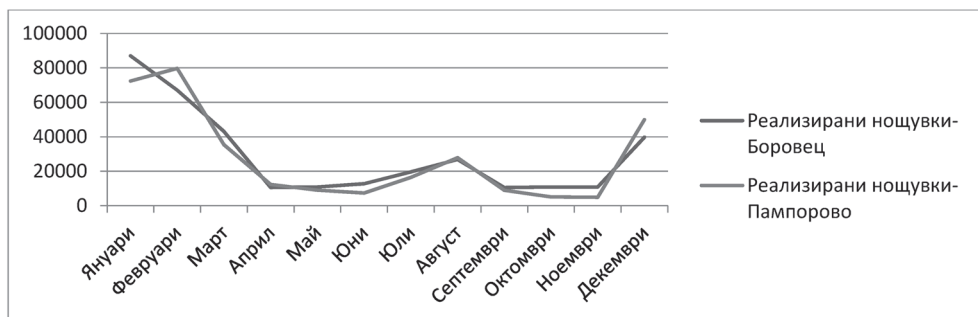
През 2014 г. търсенето в Боровец надвишава това в Пампорово. Това разкриват стойностите на двата показателя – реализирани нощувки и пренощували лица общо. В частност реализираните нощувки от и пренощувалите чужденци в Боровец отново са повече отколкото тези в Пампорово. Или, Боровец отчита по-добри стойности по отношение на туристическото търсене като цяло и спрямо международния туризъм в частност. Пампорово обаче отчита по-добри стойности по отношение на вътрешния туризъм, като реализираните нощувки от и пренощувалите българи там надвишават тези в Боровец. Що се отнася до средната продължителност на престоя, малко по-висока е тя общо и за престоя на българите в частност в Пампорово отколкото в Боровец. Чужденците обаче осъществяват малко по-дълъг престой в Боровец. И в двата курорта чужденците осъществяват средносрочен, а българите – краткосрочен престой (табл. 2).

През повечето месеци на 2014 г. реализираните нощувки в Боровец надвишават тези, осъществени в Пампорово. Изключение са февруари, април, август и декември, когато нощувките, осъществени в Пампорово, са повече отколкото в Боровец (фиг. 6).

Таблица 2  
Table 2

Търсене на местата за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.  
Demand of accommodation establishments in Borovets and Pamporovo in 2014

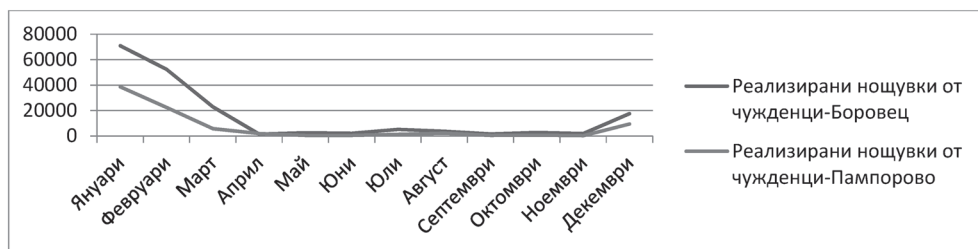
2014	Боровец	Пампорово
Реализирани нощувки	349 881	329 349
Реализирани нощувки от чужденци	183 693	82 794
Реализирани нощувки от българи	166 188	246 555
Пренощували лица	110 670	102 114
Пренощували чужденци	37 157	17 412
Пренощували българи	73 513	84 702
Продължителност на престоя	3,16	3,23
Продължителност на престоя на чужденец	4,94	4,75
Продължителност на престоя на българин	2,26	2,91



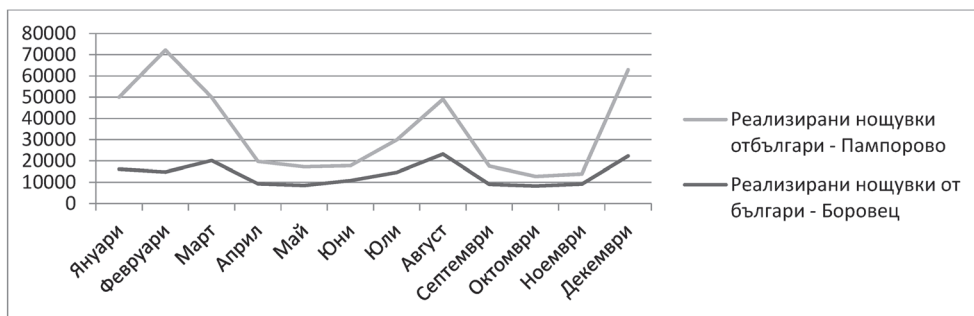
Фиг. 6. Реализирани нощувки в Боровец и в Пампорово през 2014 г.

В частност, реализираните нощувки от чужденци в Боровец са значително повече отколкото тези в Пампорово за всеки месец от годината, с изключение на април (фиг. 7). Най-голям брой нощувки както от посетители общо, така и от чужденци в частност, и двата курорта са реализирали през зимните месеци януари, февруари, март и декември. На следващо място, значително по-малък брой, са нощувките през лятото – юли и август, (както и нощувките на чужденци през април за Пампорово), като през останалите месеци на годината броят на нощувките е минимален. Това е показателно за силно изразената сезонност в двата курорта, като поради климатичните условия преобладава зимният ски-туризъм, следван на значително разстояние от летния планински туризъм.

Реализираните нощувки от българи в Пампорово са повече отколкото в Боровец за всеки месец от 2014 г. В двата курорта най-много нощувки на българи са осъществени през зимата и лятото - месеците януари, февруари, март, август и декември. В Пампорово обаче много по-голям брой нощувки от българи са осъществени през март, август и декември в сравнение с останалите месеци на годината. Същевременно в Боровец броят на нощувките на българи варира в по-тесни граници през отделните месеци (фиг. 8).



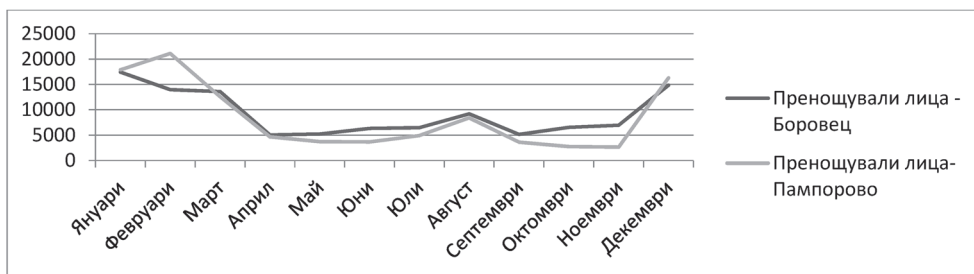
Фиг. 7. Реализирани нощувки от чужденци в Боровец и Пампорово през 2014 г.



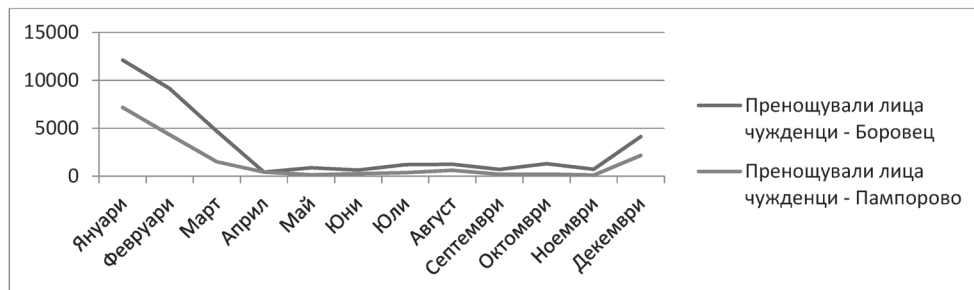
Фиг. 8. Реализирани нощувки от българи в Боровец и Пампорово през 2014 г.

През повечето месеци на 2014 г. броят на пренощуващите лица в Боровец надвишава този за Пампорово. Изключение са зимните месеци декември, януари и февруари, когато по-голям брой лица са нощували в Пампорово отколкото в Боровец (фиг. 9).

Боровец отчита още по-добри резултати по отношение на международния туризъм в частност. Пренощуващите чужденци в Боровец са повече в сравнение с тези в Пампорово за всички месеци от 2014 г. (фиг. 10). И в двата курорта най-много лица



Фиг. 9. Пренощували лица в Боровец и Пампорово през 2014 г.

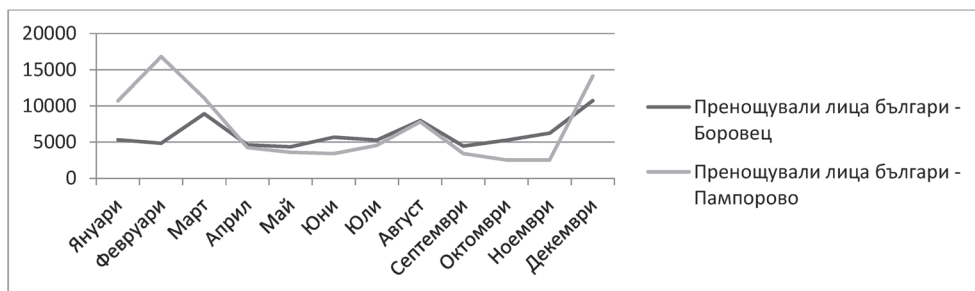


Фиг. 10. Пренощували чужденци в Боровец и Пампорово през 2014 г.

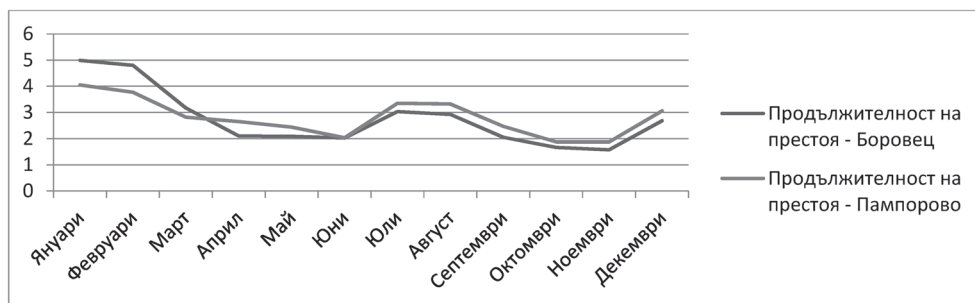
(общо и чужденци в частност) са пренощували през зимните месеци – януари, февруари, март и декември. Стойностите на показателите пренощували лица (общо и пренощували чужденци в частност) за останалите месеци от годината са значително по-ниски.

Пренощувалите българи в Пампорово са повече отколкото в Боровец през силния сезон – месеци януари, февруари, март и декември. Най-много българи са пренощували в Пампорово именно през тези месеци от годината. През останалите месеци по-голям брой българи са пренощували в Боровец отколкото в Пампорово. През отделните месеци от годината броят на пренощувалите българи в Боровец варира в значително по-тесни граници в сравнение с броя на пренощувалите българи в Пампорово (фиг. 11).

Продължителността на престоя и в двата курорта през отделните месеци от годината може да се определи или като краткосрочна (1–3 нощувки), или като средносрочна (4–5 нощувки). През повечето месеци от годината (от април до ноември) продължителността на престоя е по-голяма в Пампорово, а през останалите – предимно зимните от януари до март – в Боровец. И в двата курорта най-голяма продължителност на престоя на посетителите е отчетена през зимните месеци януари и февруари (фиг. 12).



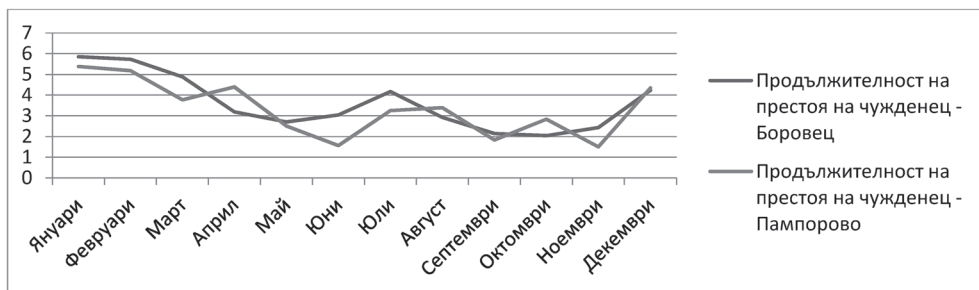
Фиг. 11. Пренощували българи в Боровец и Пампорово през 2014 г.



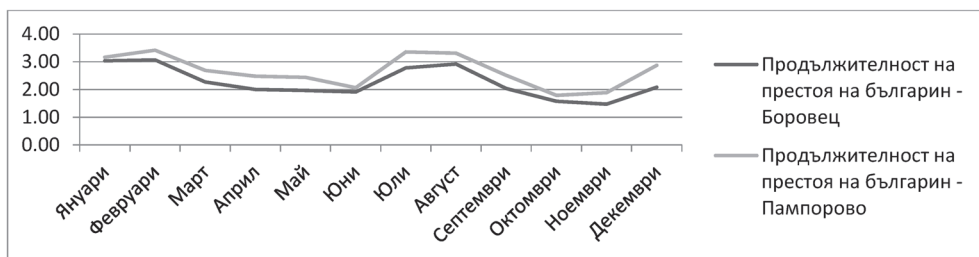
Фиг. 12. Продължителност на престоя в Боровец и Пампорово през 2014 г.

Продължителността на престоя на чужденец е по-висока в Боровец отколкото в Пампорово през повечето месеци от годината, а именно януари, февруари, март, май, юни, юли, септември и ноември. В Пампорово чужденците са осъществили по-дълъг престой отколкото в Боровец през останалите месеци на годината. И в двата курорта най-висока е била продължителността през месеците януари и февруари (фиг. 13).

Продължителността на престоя на българин е по-голяма в Пампорово отколкото в Боровец за всеки един месец от 2014 г. И в двата курорта най-дълъг престой българите са осъществили през януари и февруари, следвани от юли и август, следвани от декември, а най-кратък – през октомври ноември, следвани от май и юни (фиг. 14).



Фиг. 13. Продължителност на престоя на чужденец в Боровец и в Пампорово през 2014 г.



Фиг. 14. Продължителност на престоя на българин в Боровец и в Пампорово през 2014 г.

#### ЕФЕКТИВНОСТ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ. ИКОНОМИЧЕСКИ РЕЗУЛТАТИ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ

През 2014 г. в Пампорово са реализирани повече приходи от нощувки (общо и от нощувки на българи в частност) в сравнение в Боровец. Приходите, реализирани от нощувки на чужденци в Боровец обаче, надвишават тези в Пампорово (табл. 3).

И в двата курорта най-много приходи от нощувки са реализирани през зимните месеци – януари, февруари, март и декември, следвани на значително разстояние от летните месеци – юли и август. През останалите месеци на годината са реализирани

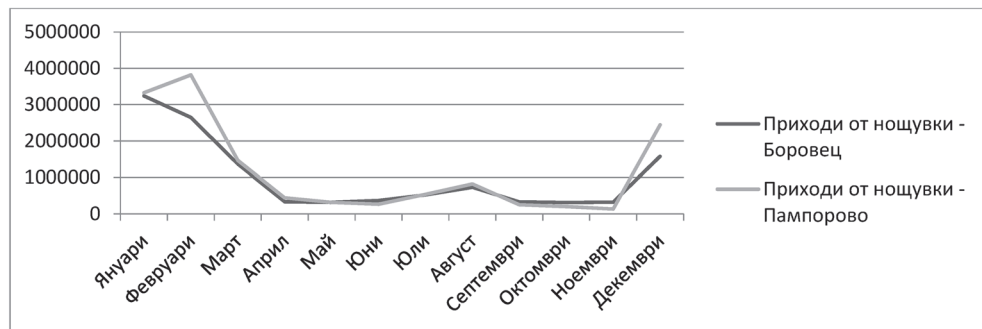
Икономически резултати на местата за настаняване  
Economic results of accommodation establishments

2014	Приходи от нощувки	Приходи от нощувки на чужденци	Приходи от нощувки на българи
Боровец	12 052 954	6 454 431	5 598 523
Пампорово	13 998 512	4 329 221	9 669 291

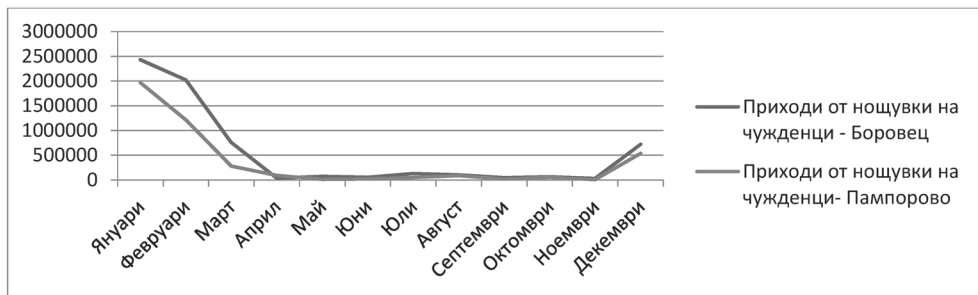
по-малко приходи. В Пампорово са реализирани повече приходи от нощувки в сравнение с Боровец през над половината месеци от годината, а именно – зимните месеци – януари, февруари и декември, пролетните месеци – март и април и летните месеци – юли и август. В останалите месеци на годината – май, юни, септември, октомври и ноември – приходите, реализирани в Боровец надвишават генерираните в Пампорово приходи (фиг. 15).

Боровец заема по-благоприятно положение по отношение на международния туризъм в сравнение с Пампорово. През почти всички месеци от годината приходите от нощувки на чужденци в Боровец надвишават тези в Пампорово. Изключение е само април. И при двата курорта (особено в Боровец) най-много приходи от нощувки на чужденци са реализирани през зимния сезон – месеците януари, февруари, март и декември (фиг. 16).

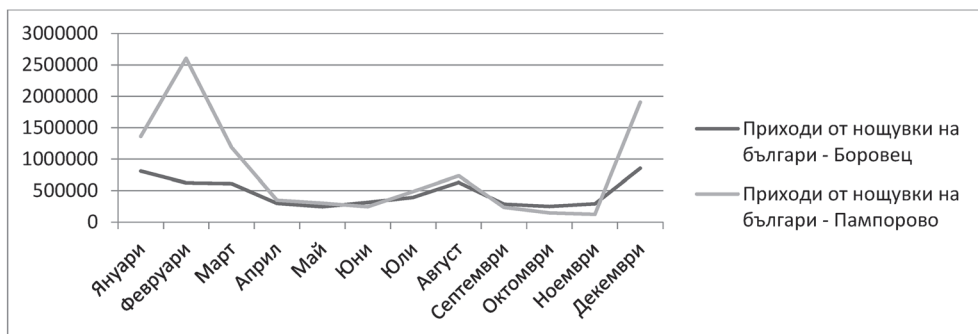
Реализираните приходи от нощувки на българи в Пампорово надвишават тези в Боровец през по-голямата част от годината. Изключение са месец юни и есенния сезон – септември, октомври и ноември, когато в Боровец са реализирани повече приходи от нощувки на българи отколкото в Пампорово. Най-много приходи от нощувки на българи в Пампорово са реализирани през февруари – значително повече



Фиг. 15. Приходи от нощувки в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 16. Приходи от нощувки на чужденци в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 17. Приходи от нощувки на българи в Боровец и Пампорово през 2014 г.

отколкото през останалите месеци на годината. През годината реализираните приходи от нощувки на българи в Пампорово варират в много по-широки граници в сравнение с Боровец (фиг. 17).

### ПОКАЗАТЕЛИ ЗА ВРЪЗКАТА МЕЖДУ ТЪРСЕНЕТО И ПРЕДЛАГАНЕТО И ИКОНОМИЧЕСКИТЕ РЕЗУЛТАТИ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ

#### ОСНОВНИ ПОКАЗАТЕЛИ

През 2014 г. и в двата курорта само около една четвърт от настанителната база е била заета, като малко по-висока средна заетост е била отчетена в Боровец (27%) отколкото в Пампорово (25%). Средната дневна цена обаче е по-висока в Пампорово (42,50) отколкото в Боровец (34,45). Пампорово отчита по-благоприятна стойност на показателя приходи на налично легло (10,82) отколкото Боровец (9,22), което се дължи по-скоро на по-високите цени на нощувки отколкото на постигнатата заетост. От своя

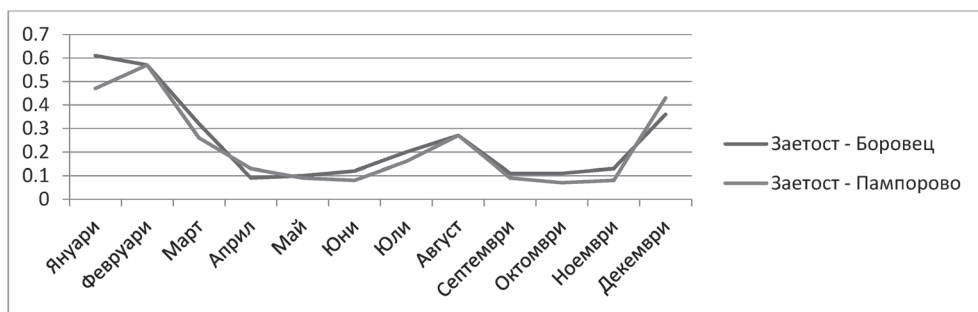
страна, Боровец постига малко по-висока заетост благодарение на по-ниските цени, но тази стратегия не води до по-висока ефективност и по-добри резултати като цяло (табл. 4).

През повечето месеци на годината заетостта е била по-висока в Боровец отколкото в Пампорово. Изключение са април и декември, когато заетостта в Пампорово е била по-висока отколкото в Боровец. През месеците февруари и август заетостта в двата курорта е на еднакво равнище. Заетостта в двата курорта значително варира през отделните месеци от годината, което е показателно за силно изразената сезонност. Най-висока заетост в Боровец е отчетена през януари, като значително над половината от базата е била заета тогава (61%), следвана от февруари (57%). На следващо място, около една трета от базата е била заета през месеците декември (36%) и март (32%). Между една четвърт и една пета от настанителната база на курорта е била заета през месеците август (27%) и юли (20%). Най-ниска заетостта е била през месец април (9%), следвана от май (10%), септември (11%) и октомври (11%). Сходна е ситуацията в Пампорово, като най-високата заетост там е отчетена през февруари – на над половината от базата (57%), следвана от януари (47%) и декември (43%). Около една четвърт от базата е била заета през август (27%) и март (26%), следвани със значителна разлика от юли (16%) и април (13%). През останалите месеци заетостта е сходна и ниска, като най-ниска е тя през октомври (7%) (фиг. 18).

Таблица 4  
Table 4

Основни показатели на ефективността на местата за настаняване  
в Боровец и Пампорово за 2014 г.  
Basic indicators of the efficiency of the accommodation establishments  
in Borovets and Pamporovo in 2014

2014	Заетост	Средна дневна цена	Приходи на налично легло
Боровец	27%	34,45	9,22
Пампорово	25%	42,50	10,82

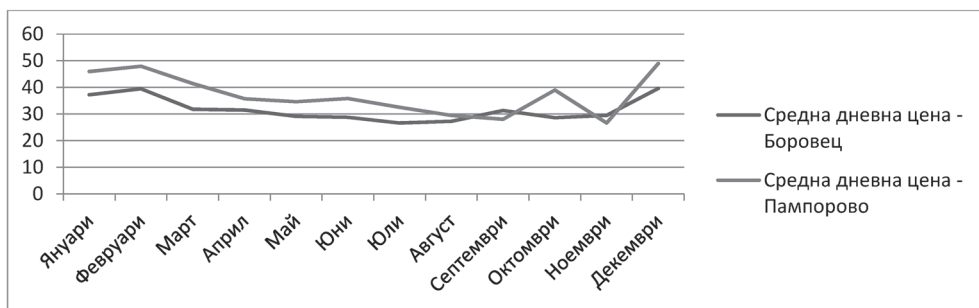


Фиг. 18. Заетост на Боровец и Пампорово през 2014 г.

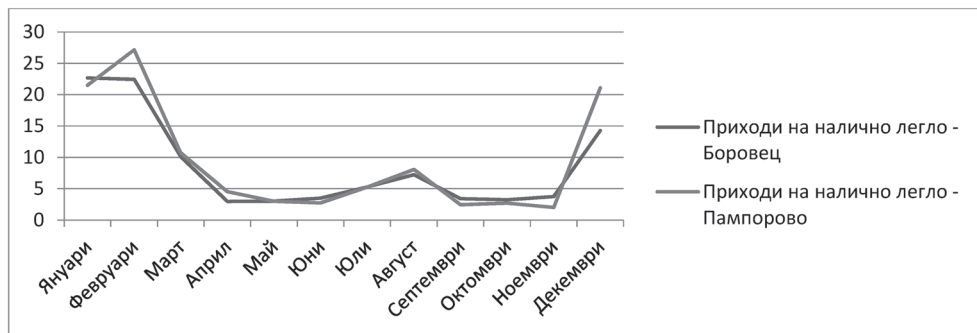


За разлика от заетостта, средната дневна цена е по-висока в Пампорово отколкото в Боровец за повечето месеци на 2014 г. Изключение са септември и ноември, когато средната дневна цена в Боровец е била по-висока. И в двата курорта най-висока средна дневна цена е отчетена през зимата – януари, февруари, март и декември (фиг. 19).

Повече приходи на налично легло в Боровец отколкото в Пампорово са били отчетени през месеците януари, май, юни, юли, септември, октомври и ноември, което се дължи по-скоро на по-високата заетост на курорта, а не на средната дневна цена. Същевременно средната дневна цена в Боровец е била по-ниска отколкото в Пампорово през повечето от тези месеци с изключение на септември и ноември. В Пампорово са отчетени повече приходи на налично легло отколкото в Боровец през месеците февруари, март, април, август и декември. През април и декември това се дължи едновременно на по-високата заетост и по-високата средна дневна цена, а през февруари, март и август – единствено на по-високата средна дневна цена спрямо Боровец. Най-много приходи на налично легло и в двата курорта са реализирани през зимните месеци януари, февруари и декември, следвани на значително разстояние от месец март (фиг. 20).



Фиг. 19. Средна дневна цена в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 20. Приходи на налично легло в Боровец и Пампорово през 2014 г.

Следва, че реализираните в Пампорово повече спрямо Боровец приходи на налично легло общо за годината (благодарение на по-високата средна дневна цена) се дължат основно на силните сезони – месеците февруари, март, април, август и декември. Това би могло да означава, че местата за настаняване в Боровец вероятно е би могло да определят по-високи цени през тези месеци, за да увеличат приходите на налично легло и да достигнат стойности, по-близки до тези на местата за настаняване в Пампорово.

#### ДОПЪЛНИТЕЛНИ ПОКАЗАТЕЛИ

През 2014 г. в Пампорово са реализирани повече приходи от ношувка на чужденец и на българин отколкото в Боровец, т. е. цените на ношувките в Пампорово са били по-високи. И в двата курорта по-висок е прихода от ношувка на чужденец отколкото на българин, което вероятно се дължи на това, че чужденците отсядат в места за настаняване от по-висока категория. Приходът от един посетител, от един чужденец и от един българин в частност са по-високи в Пампорово отколкото в Боровец, което се дължи предимно на по-високите цени на ношувка в първия курорт. И при двата курорта повече приходи се реализират от един чужденец отколкото от един българин, което се дължи както на по-високите цени, които чужденците заплащат, така и на подългия престой, който те осъществяват. Приходите на едно място за настаняване са значително по-високи в Боровец отколкото в Пампорово, което би могло да се дължи на по-големия среден капацитет на едно място за настаняване там. По-голям среден приход на едно легло е реализиран в Пампорово отколкото в Боровец (поради по-високите цени). Повече ношувки на едно легло са осъществени в Боровец отколкото за Пампорово (табл. 5).

Стойността на следващия показател „приходи от една ношувка на чужденец“ е по-висока за Пампорово отколкото за Боровец за всички месеци от годината, с изклю-

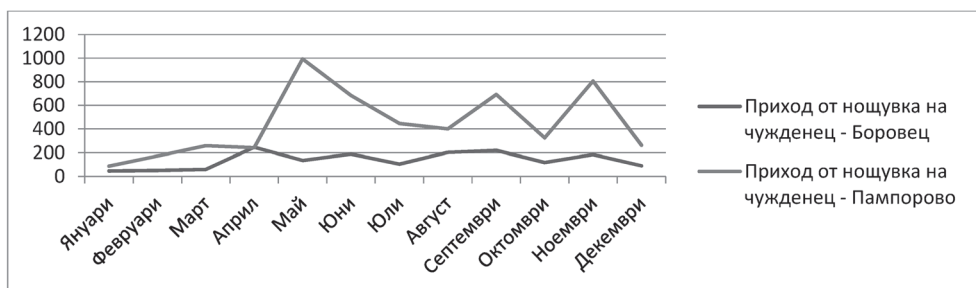
Таблица 5  
Table 5

Допълнителни показатели на ефективността на местата за настаняване  
в Боровец и Пампорово за 2014 г.  
Additional indicators of the efficiency of the accommodation establishments  
in Borovets and Pamporovo in 2014

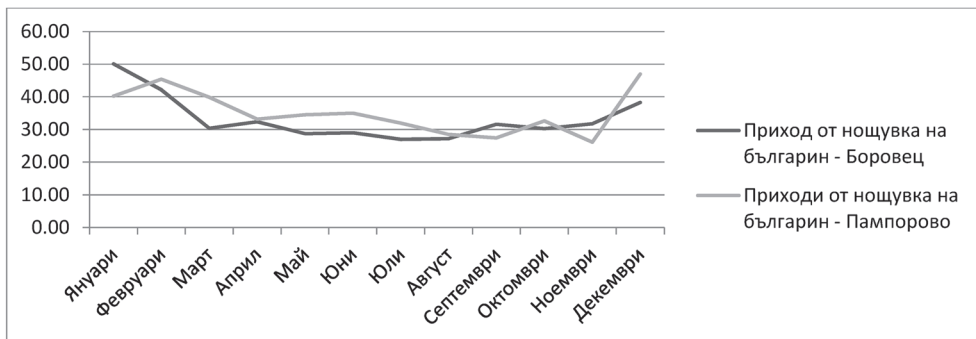
2014	Боровец	Пампорово
Приход от ношувка на чужденец	35,14	52,29
Приход от ношувка на българин	33,69	39,22
Приход от един посетител	108,91	137,09
Приход от един чужденец	173,71	248,63
Приход от един българин	76,16	114,16
Приход на едно място за настаняване	463 575,2	297 840,7
Среден приход на едно легло	2 556,84	2 727,69
Брой ношувки на едно легло	74,22	64,18

чение на април, когато в Боровец са реализирани малко повече приходи от нощувка на чужденец от Пампорово. В Боровец най-много приходи от нощувка на чужденец са реализирани през април, а най-малко – през януари и февруари, следвани от март и декември. В Пампорово най-много приходи от нощувка на чужденец са отчетени през май, следван от ноември, септември и юни, а най-малко - през месеците януари и февруари (фиг. 21).

През повечето месеци от годината по-голяма е стойността на показателя „приход от нощувка на българин“ за Пампорово отколкото за Боровец. Изключение са януари, септември и ноември, когато тази стойност е по-висока за Боровец. И в двата курорта най-висока е стойността за зимните месеци – януари, февруари и декември (фиг. 22).

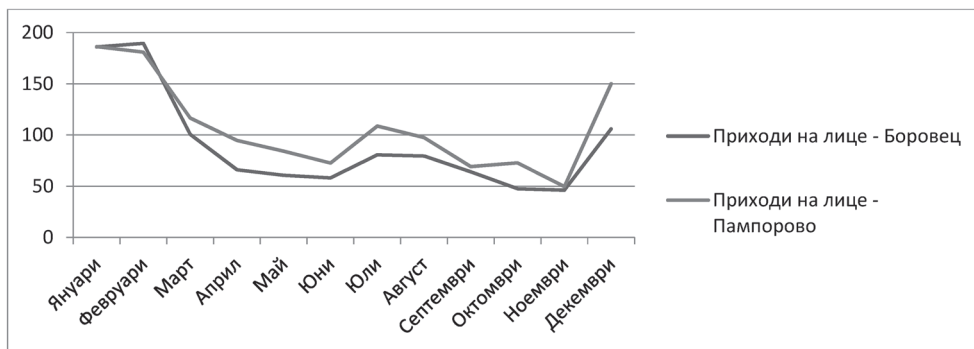


Фиг. 21. Приход от нощувка на чужденец в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 22. Приход от нощувка на българин в Боровец и Пампорово през 2014 г.

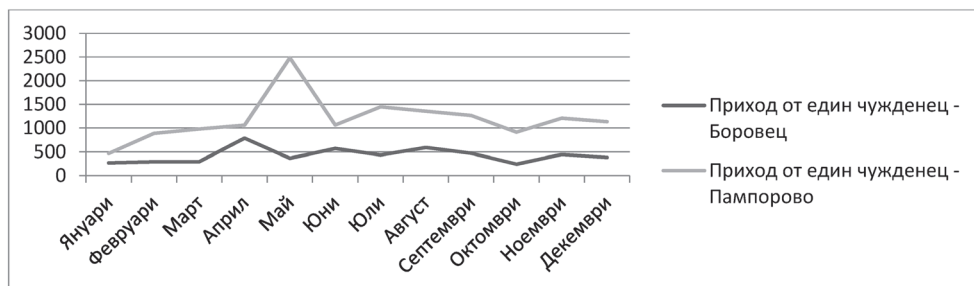
Най-много приходи на лице и в двата курорта отново са реализирани през зимните месеци – януари, февруари и декември, следвани със значителна разлика от март. Приходите на лице са повече в Пампорово отколкото в Боровец през почти всички месеци от годината, като изключение е единствено месец февруари (фиг. 23).



Фиг. 23. Приходи на лице в Боровец и Пампорово през 2014 г.

Приходите от един чужденец са по-високи за Пампорово отколкото за Боровец за всеки месец от годината. В Боровец най-много приходи от един чужденец са реализирани през април, следвани от август, юни, септември, ноември и юли, а най-малко – през октомври, следван от зимните месеци – януари, февруари и март. В Пампорово най-много приходи от ношувки на чужденец са реализирани през май (значително повече отколкото през останалите месеци), следван на значително разстояние от юли и август, а най-малко – през зимните месеци януари и февруари, следвани от октомври и март (фиг. 24).

За всички месеци средните приходи от един чужденец и в двата курорта са значително по-високи от средните приходи от едно лице общо. Следователно, от международния туризъм се реализират повече приходи от ношувки отколкото от вътрешния. Причината, както се вижда от останалите показатели, е, че чужденците плащат средно по-високи цени за ношувки отколкото българите особено извън зимния ски-сезон, което вероятно се дължи на факта, че отсядат в места за настаняване от по-висока категория. Друга причина е и малко по-дългият престой, който те осъществяват през повече-

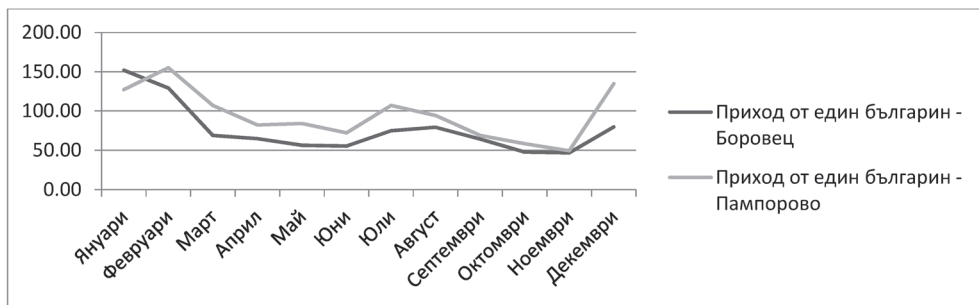


Фиг. 24. Приходи от един чужденец в Боровец и Пампорово през 2014 г.

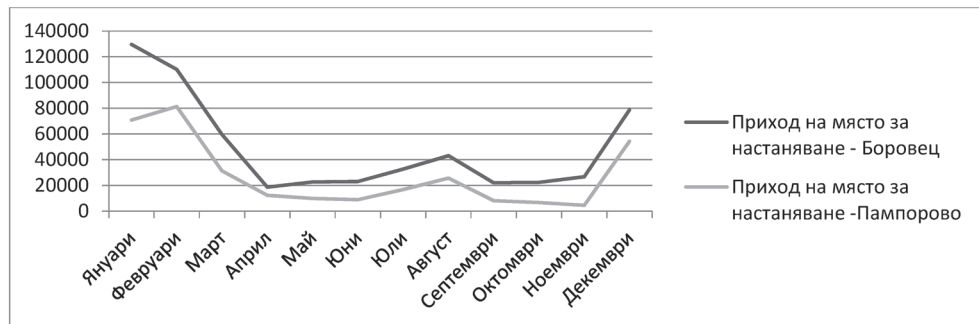
то месеци от годината в сравнение с българите. Впечатление прави факта, че въпреки че в двата курорта най-много приходи от едно лице общо са реализирани през зимните месеци (януари и февруари), то приходите от един чужденец в частност, реализирани през тези месеци, са едни от най-ниските в сравнение с останалите месеци. Вероятно чужденците, които престояват през зимния сезон, плащат по-ниски цени отколкото в останалите месеци на годината, защото ползват отстъпки за по-дълъг престой.

Приходите от един българин в Пампорово надвишават тези в Боровец през всички месеци, с изключение на януари. И в двата курорта най-много приходи от българин са реализирани през зимните месеци януари, февруари и декември, следвани от март, юли и август. Спад в стойността на показателя се наблюдава през пролетта и есента (фиг. 25).

Повече приходи на място за настаняване са реализирани в Боровец отколкото в Пампорово за всеки месец от 2014 г. И в двата курорта най-много приходи са отчетени през зимния сезон за месеци януари, февруари, март и декември, следвани със значителна разлика от летните месеци юли и август, а най-малко през пролетта и есента (фиг. 26).



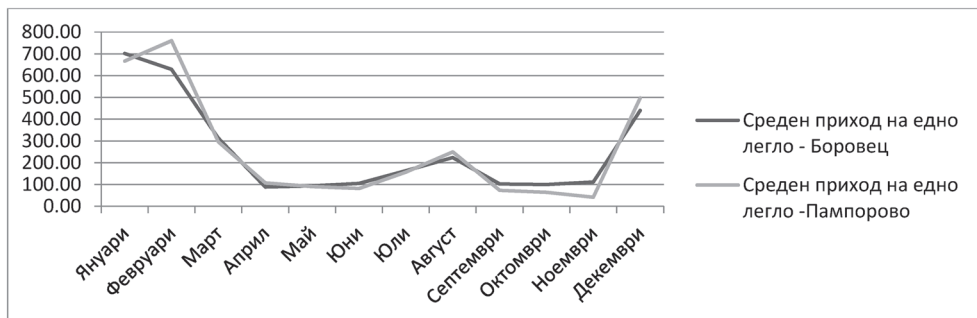
Фиг. 25. Приход от един българин в Боровец и Пампорово през 2014 г.



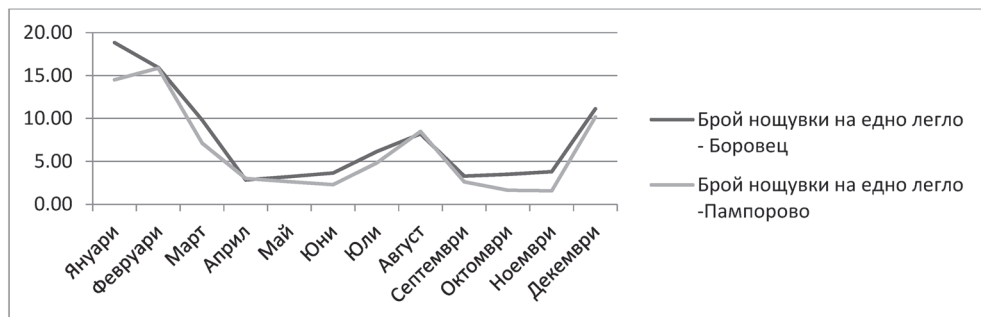
Фиг. 26. Приход на място за настаняване в Боровец и Пампорово през 2014 г.

Стойността на показателя „среден приход на едно легло“ е по-висока за Пампорово през месеците февруари, април, август и декември и по-висока за Боровец през останалите месеци от годината. И в двата курорта най-висока стойност на показателя е отчетена през зимния сезон в месеците януари, февруари, март и декември, следвана със значителна разлика от летните месеци юли и август, а най-ниска – през пролетта и есента (фиг. 27).

Стойността на показателя „брой нощувки на едно легло“ отново е най-висока през зимния и летния сезон, месеците януари, февруари, март, юли, август и декември, като значително по-висока е тя през януари и февруари отколкото през останалите месеци. Най-ниска е стойността на показателя през пролетта и есента. По-висока е стойността за Пампорово отколкото за Боровец единствено през април и август. През останалите месеци броят нощувки на едно легло в Боровец надвишава тези в Пампорово (фиг. 28).



Фиг. 27. Среден приход на едно легло в Боровец и Пампорово през 2014 г.



Фиг. 28. Брой нощувки на едно легло в Боровец и Пампорово през 2014 г.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В резултат от представения анализ могат да се изведат както общи, така и специфични проблеми за двата курорта. Като основен проблем за двата курорта може да се посочи силно изразеният сезонен характер на туристическото търсене и предлагане, което проличава от отчетените стойности на редица показатели на търсенето, предлагането и ефективността на местата за настаняване. Най-благоприятни стойности на показателите за двата курорта са отчетени през зимния сезон, следвани със значителна разлика от летния туристически сезон и почти не се наблюдава развитие през пролетния и есенния сезон. Причина са климатичните условия, които благоприятстват значителното развитие на зимен ски-туризъм, както и донякъде на летния планински туризъм. Останалите видове туризъм почти не се развиват. Като следващ проблем се очертава кратката продължителност на престоя на посетителите в двата курорта (между 1 и 5 нощувки). Това би могло да поражда специфични проблеми, като например се оказва неблагоприятен ефект върху околната среда. Причина са по-честите пътувания в курортите, които налагат по-интензивно използване на транспорт, явяващ се, от своя страна, един от основните замърсители. Друг проблем е, че по-честата смяна на посетителите вероятно поражда повече разходи за местата за настаняване (например извършва се по-честа смяна на консумативи, спално бельо, кърпи и хотелска козметика, и др.).

Като специфичен проблем на курорта Пампорово се очертава по-силно изразената сезонност и по-краткия период на функциониране на настанителната база в сравнение с Боровец. В допълнение курортът отчита и по-малка средногодишна заетост на настанителните си бази. В Пампорово често се отчитат и по-неблагоприятни стойности на показатели на ефективността на международния туризъм спрямо Боровец.

Същевременно в Боровец са постигнати малко по-благоприятни стойности по отношение на заетостта. Това обаче е по-скоро за сметка на по-ниските цени за нощувка и съответно вероятно и на нереализирани потенциални приходи. Въпреки по-слабо изразената сезонност в курорта, вероятно в Боровец цените са занижени през силния сезон, което не дава възможност да се реализират приходите, които биха могли да постъпят.

Въз основа на представения анализ биха могли да се изведат следните препоръки към ръководителите на местата за настаняване в двата курорта. На първо място, необходимо е да се разработят и предприемат мерки за повишаване на заетостта на материално-техническата база и най-вече на заетостта през пролетния и есенния сезон. Това обаче не бива да става за сметка на намаляване на цените, а е необходимо да се разработят и предложат допълнителни услуги и дейности за туристите, включително и специализирани видове туризъм, бизнес и делови прояви, организирани и провеждани на събития (като спортни, състезания и др.), тържества (семеини, фирмени и др.) и др. Това, от своя страна, следва да доведе и до удължаване на престоя на посетителите. Препоръката е подходяща и за двата курорта, но особено важна е тя за Пампорово.

На второ място, изключително важно е прилагането на гъвкава ценова политика, която се изразява в определянето на по-високи цени и наличие на по-малко отстъпки през силните сезони с оглед максимизиране на приходите и въвеждане на повече отстъпки и по-ниски цени през по-слабите сезони с оглед увеличаване на заетостта. Това отново е препоръка към двата курорта, но особено подходяща е тя за Боровец.

Накрая, считаме че всичко това би довело до по-равномерно, пълноценно и ефективно използване на настанителната база в планинските курорти Боровец и Пампорово и същевременно би допринесло за устойчивото туристическо развитие.

#### ЛИТЕРАТУРА

- Дограмаджиева, Е. 2014. Анализ на туристическото търсене в област Смолян. – *Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 – География*, т. 106 [за 2013]. С., 285–308. [https://www.uni-sofia.bg/docs/ggf/Ann\\_SU\\_106\\_colour.pdf](https://www.uni-sofia.bg/docs/ggf/Ann_SU_106_colour.pdf)
- Дограмаджиева, Е., Д. Казачка. 2007. Развитие, състояние и проблеми на планинския туризъм в България. – *Проблеми на географията*, кн. 1–2.
- Дограмаджиева, Е. 2013. Настанителната база на туризма в община Смолян: предлагане, търсене и проблеми на ефективността. Научно-приложна конференция „Туризъм в планински територии“. С., 16 ноември 2013 г.
- Маринов, В., Е. Дограмаджиева. 2012. Националният пазар на туризма в България – динамика и особености на вътрешните и изходящите пътувания на българите. – *Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 – География*, т. 103 [за 2010], С., 277–304. <file:///C:/Users/HP-ProBook/Downloads/GSU-GGF-kn2-t103.pdf>
- Маринов, В. 2001. Настанителната база на туризма в България в периода на прехода: основни промени в количествените и структурни характеристики. – *Год. на СУ, кн. 2, т. 94*.
- Янева, В. 2008. Проектът Супер Боровец – супер проект или супер провал. – *Туристически пазар*, бр. 6.
- Янева, В. 2008. Проектът „Супер Боровец“ – развитие на териториалната система на отдиha и туризма (ТСОТ). – *Годишник на СУ, География*.
- Dogramadjieva, E., E. Matei. 2010. Comparative Analysis of Hotel Accommodation Facilities in Bulgaria and Romania in the Period 1990–2007. – *Годишник на СУ „Св. Кл. Охридски“*, ГГФ, кн. 2 – *География, том 102* [за 2009], С., с. 253–280. [https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/content/download/86870/673538/version/1/file/GSU+GGF\\_Geograf.+kniga2+tom102.pdf](https://www.uni-sofia.bg/index.php/bul/content/download/86870/673538/version/1/file/GSU+GGF_Geograf.+kniga2+tom102.pdf)
- Lawson, F. 1995. *Hotels and Resorts. Planning, Design and Refurbishment*. Architectural Press.
- Wassenaar, D. J., E. R. Stafford. 1991. The lodging index: An economic indicator for the hotel/motel industry. – *Journal of Travel Research*, No 3, 18–21.
- Yaneva, V. 2008. ‘Super Borovetz’ – critical problems and long-term prospects. – In: Proceedings of the international scientific conference Global Changes: Vulnerability, Mitigation and Adaptation. Sofia University, Bulgaria, 17–19 April.
- [www.bg.wikipedia.org](http://www.bg.wikipedia.org)-1-15.03.2015 г.
- [www.borovets-bg.com](http://www.borovets-bg.com) - 1-15.03.2015 г.
- [www.nsi.bg](http://www.nsi.bg) -1-15.03.2015 г.
- [www.pamporovo.me](http://www.pamporovo.me)-1-15.03.2015 г.

Постъпила април 2016 г.