

# ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕСТИНАЦИИ – СЪЩНОСТ И РАЗВИТИЕ

ЛЮБЕН ХРИСТОВ

*ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ*

## TOURIST DESTINATIONS - ESSENCE AND DEVELOPMENT

LYUBEN HRISTOV

*UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT*

### Резюме

Статията има за цел да анализира същността и развитието на туристическите дестинации. За изясняването на целта са посочени първите опити и възприетото от Световната туристическа организация определение за туристическа дестинация. При анализа на развитието на туристическите дестинации е използван моделът на Р. Бътлър.

*Ключови думи: туристическа дестинация, развитие на дестинациите*

### Abstract

This article aims to analyze the nature and development of tourist destinations. For the purpose of clarification is listed first trial and adopted by the World Tourism Organization's definition of a tourist destination. In analyzing the development of tourist destinations is used model R. Butler.

*Keywords: destination, destination development*

Създаването на понятията в туризма е процес, който има дълго време на развитие. Рекреацията, като понятие, се формира от древните римляни. Те създават и понятието SPA /Sanus per aqua, здраве чрез вода/ през I век. В началото на XII в. на основата на германския език се налага и гражданската употреба на понятието курорт. Едно от основните понятия – туризъм, се създава през XIX в. Принос за гражданската му употреба има писателят Стендал. С нарастването на изследователския интерес към практиката и разширяването на видовете туризъм през XX в. се обособи и понятието туристическо място. Теоретичното осмисляне на наложените видове туризъм, причините за пътуванията, разходите на туристите, свободното време, разпространението на информация, търсенето и предлагането на туристически стоки и услуги и маркетинга на туристическите места предопределиха възникването и разширяването на съвременния понятиен апарат. През последното десетилетие смислово и интерпретативно се наложи понятието дестинация. Вследствие на това значително се разшири използването му в областта на маркетинга, планирането и развитието, както и в общите изследвания на туристическата практика. Разширената му употреба се наложи в туристическите пътеводители, брошурите и във

всички видове учебници за туризъм. Но с разнообразните интерпретации на понятието дестинация в съвременното се повдига и налага въпросът за смисъла и за значението му при изследванията на туризма.

Първоначалната значимост на понятието дестинация се свързва с определен пространствен ареал. По този начин то иманентно определя географските характеристики на туристическата дейност и практика. Пространствената основа формира фундамента за неговото възприемане и интерпретиране. В тази връзка е и първият опит да се определи понятието дестинация от Георгулас (Georgulas, 1970). Той извежда, че това са зони с различни природни и / или предизвикани от човека характеристики, които привличат местните посетители или туристи за реализиране на разнообразие от дейности.

Смисловата значимост на понятието, наложена с географските ареали и техните особености, предопределя диференцирането на различни видове туристически дестинации:

- Първата от тях е крайбрежна зона. Тя се възприема и интерпретира като ареал от бреговата линия, която е специално определена като единна област. Примери за това са Коста Бланка или Венецианската Ривиера. Но с общото посочване, като „на юг от Алпите”, не се определя

крайбрежната зона. Дестинация може да е определен морски курорт, например Бенидорм. Островите, които са популярни за туризъм, са също допустими за определянето им като дестинация, например остров Корфу. В тази единица не се включват групи острови, като гръцките острови;

- Туристическите градове са втората самостоятелна единица, пространствено дефинираща дестинацията. Обикновено се използват за град, в който са концентрирани антропогенни туристически ресурси. Пример за това са столици, като Париж, Будапеща и градове като Истанбул, Барселона, Кьолн, Ница и други;

- Третата географски определена единица за дестинация са бизнес и конферентните центрове. Към тях се отнасят територии с налични зали и съоръжения за провеждане и организиране на конференции и / или изложбени центрове, хотелска база с преобладаваща категория от 4 \* и 5 \* и добра транспортна инфраструктура. В някои от тях може да няма големи конферентни и изложбени центрове, но да са значителен търговски център и в тази връзка да привличат значителен брой бизнес пътници. Пример за това са Нови сад и Хага;

- Провинциалните области, като селски райони, далеч от градове и не непременно назовани конкретни курорти, се възприемат и интерпретират като самостоятелни дестинации. В тези области се реализират различни туристически практики от наличието на разнообразни природни ресурси. Пример за това са Шварцвалд, Прованс и Тоскана. Цялата планинска верига не се определя като туристическа дестинация, а само конкретна област от нея;

- Обектите на културно-историческото наследство се интерпретират като самостоятелна туристическа дестинация. Това са отделни градове, села и курорти, които са известни с това, че са запазили историята и наследството на местата и / или културата на региона и страната. Примери за това са културните столици на Европа като Лондон, Виена, Будапеща или Рим и по-малките дестинации като Севиля, Реймс, Брюж или Каркасон. Тези дестинации обикновено имат обекти, които са включени в Списъка на защитените обекти в световното културно наследство на ЮНЕСКО. Такива градове са Дубровник, Варшава, Кордоба и други;

- Специално построените за туризма курортни селища са последната географски дефинирана територия. За формирането им като туристическа дестинация са реализирани предварителни етапи – изследване, включително и екологични проучвания, транспортна инфраструктура, изграждане и прогнозна оценка за използване на настанителната база.

Дестинациите като географски ареал имат различна големина. Това позволява диференцирането им на регионални и местни. От своя страна, в зависимост от престоя на туристите, дестинациите се дефинират като статични /които имат трайно определено местоположение/ и динамични /където движението е мотивът за почивка/.

Взаимоотношенията между туризма с икономиката, социалната сфера и екологията наложиха разширяване на смисловата употреба и дори предефиниране на понятието дестинация. Работна група към Световната организация по туризъм (UNWTO) предложи през 2002 г. следното определение - местна туристическа дестинация е физическо пространство, в което посетителят прекарва най-малко една нощувка. Тя включва туристически продукти като помощни услуги и атракции, както и туристическите ресурси в рамките дори на еднодневно пътуване. Дестинацията има физически и административни граници, в които се определят компетенциите на управление за конкурентно способност и маркетинга ѝ на пазара.

Това определение включва съвкупността от елементи за реализиране на туристическата практика. С включването на фирми, туристически продукти, местната социална общност и влиянието на органите за управление се формира ниво на нова компетентна дефиниция, с която да се преодолее първоначалното географско определение.

За структурата на дадена туристическа дестинация все още липсва пълно и систематизирано представяне. Очевидно това се дължи на трудността на определяне на всички елементи, които се включват в туристическата практика. Повечето от анализите на структурата на дестинациите са конкретни изследвания на проблемите на конкурентоспособността, маркетинга на туристическите дестинация или атрактивните обекти. Те се използват като обяснителна рамка, за да се подчертае значението на определени видове дейности или процеси, както и да се обсъдят ползите, които могат да се извлекат от тях. Такива модели са създавани от различни автори. Използваните от тях графични модели включват от една страна физически структурен компонент – инфраструктура и ресурси, и от друга концептуалния – процеси, дейности и поведение.

Съществен елемент на структурата на дестинацията е разкриване на топологичната ѝ мрежа. Необходимостта от въвеждането ѝ е продиктувано от възможността да се изследва динамичното поведение на дестинацията като система, да се дефинират и контролират процесите в нея, наложените в съвременното идеи за устойчиво развитие и оптимизиране на взаимоотношенията и координацията между организационните структури в системата.

При определянето на структурата на дестинацията трябва да се има предвид наличието на различни мрежови видове. С тях се позволяват различни изследвания за ефективността на дестинациите и зависимостта ѝ от различни фактори. Една от тях е мрежовата структура, според вида на организация, конфигурация на международните връзки, степени на формалност или ниво на интензивност на връзките между членовете. Успехът на такива мрежи, по отношение на икономическите и социални ползи, зависи от редица фактори:

1. Яснотата на целите;
2. Организационната структура и лидерството;
3. Възможността за управление на човешки, финансови и материални ресурси.

Ефективността на разгледаната мрежа е възможно най-голяма, когато тя е част от международна мрежа за организационно обучение и обмяна на знания.

Ролята на мрежовата структура като механизъм се използва за дефиниране на звената за прехвърляне на информация и звената на координация и управление. Плътноста и интензивността на връзките в мрежата са решаващ фактор за цялостното поведение на системата. Чрез разкриване на структурната оптимизация на отношенията, хетерогенността и взаимовръзването може да се отчитат характеристиките на дестинацията и оптимизация на силните и слабите връзки в нея.

Анализите на проблемите в туризма през миналия век включват и теоретични разработки, с които се извеждат различни аспекти на туристическите дестинации. Някои от тях са свързани с урбанизираните територии и в тази връзка с разработването на концепция на туристическата урбанизация. Специализираните изследвания на дестинациите са свързани и с определяне на условията и факторите за развитието на туристическата дейност в нетуристически райони. Обективните условия в тях се анализират във връзка с наличието, ценностното определяне и възможностите за усвояване на туристическите ресурси, предвидимостта на политическата обстановка, както и възможностите на туристите за закупуване на туристически услуги. Наред с това изследванията се насочват и към нагласите и желанията за пътуване, символната натовареност на културата и традиционните особености, бихевиористичните (подражателни) модели на поведение, съвременните аспекти на мито-религиозните идеологии и свещеното.

Съществен елемент са изследванията на етапите, през които преминава развитието на дестинацията. Те са изследвани от различни автори. Принос за това има и Р. Бътлър, който извежда аналитичен модел на развитие на туристическата дестинация. Според него жизненият цикъл на дестинацията преминава през шест последователни етапа – разузнаване, въвличане, развитие, укрепване, стагнация, упадък или обновление на туристическия център. Главен показател за преходите от един стадий към друг, според Р. Бътлър, е броят на туристическите пристигания. Допълнителните показатели, които той анализира, са измененията в природната среда, промените в инфраструктурата и отношението на местните към туристите.

Етапът на разузнаване - началният етап в усвояването на дестинацията, има малък брой туристически пристигания. Транспортната достъпност е затруднена. На този стадий туризмът оказва слабо влияние на природната среда. В

съвременното на този етап са арктичните зони на Латинска Америка и Канада.

Вторият етап - на въвличането, настъпва благодарение на инициативността на местните жители. Броят на туристите се увеличава и с изграждането на инфраструктурата на територията. През този стадий преминават днес множеството малки острови (Океания) в Тихия океан.

Третият етап Р. Бътлър определя като развитие на туристическата територия. Отличителният му белег е значително увеличаване на туристопотока. През активния сезон туристите стават повече от местните жители. Инвестициите са насочени предимно към нова инфраструктура. Налага се контрол на национално ниво в развитието на дестинацията. На такъв стадий днес са страните от Западна Африка и рекреационните райони на Мексико.

Укрепването на туристическата дестинация е четвъртият етап в развитието ѝ. При него намалява темпът на пристигащите, макар все още туристите да превъзхождат по брой местните. През този стадий днес преминават повечето от курортите на Франция, Италия и Карибския регион.

Стагнацията е петият етап, при който туристическата дестинация загубва своята привлекателност. Съществуването ѝ се запазва от повторното идване на туристите, които са привърженици на туристическия център. На преден план в дестинацията се налагат екологичните, социалните и икономическите проблеми. На този етап днес е крайбрежието на Коста Брера, в Испания.

Завършването на жизнения цикъл на туристическата дестинация Р. Бътлър определя като етап на упадък. Характерна особеност на етапа е, че се засилва пазарът на недвижими имоти. За да се обнови туристическото място, се предприемат стъпки за предлагане на нови туристически продукти чрез въвличане на нови ресурси. На тази основа се полагат основите за повторен цикъл на дестинацията. Днес в този стадий е морският курорт Атлантик сити, САЩ, който се превръща в център на хазартния туризъм.

Моделът на Р. Бътлър е потвърден от изследванията през 90-те години на миналия век. Обобщените емпиричните данни доказват, че преминаването през посочените етапи е различно във времето за отделните дестинации. Например, новите курорти бързо достигат до стадия на зрелостта, докато курортът Скарбро във Великобритания ги е преминал за 350 години.

#### Литература

1. Butler R. The Tourism Area Life Cycle, Str., 2006
2. Geogulas, N. Tourist destination features, 1970, цит. в Journal of Town Planning, 2002