

СТОПАНСКА АКАДЕМИЯ „ДИМИТЪР АПОСТОЛОВ ЦЕНОВ“
ФАКУЛТЕТ „ПРОИЗВОДСТВЕН И ТЪРГОВСКИ БИЗНЕС“
КАТЕДРА „ИКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА“

Сиана Пламенова Спасова

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ ЧРЕЗ ОРГАНИЗИРАНЕ НА СЪБИТИЯ

АВТОРЕФЕРАТ

на

*дисертационен труд за присъждане на образователна
и научна степен „доктор“*

*Област на висше образование 3. „Социални, стопански и правни
науки“, Професионално направление 3.8. „Икономика“,
докторска програма „Икономика и управление (Туризм)“*

Научен ръководител: доц. д-р Любка Минчева Илиева

СВИЩОВ

2025

Дисертационният труд е обсъден и предложен за защита от катедра „Икономика и управление на туризма“ при факултет „Производствен и търговски бизнес“ на СА „Д. А. Ценов“ – гр. Свищов. Авторът на дисертационния труд е докторант в задочна форма на обучение към катедра „Икономика и управление на туризма“, в област на висшето образование 3. „Социални, стопански и правни науки“, професионално направление 3.8. „Икономика“, докторска програма „Икономика и управление (Туризъм)“. Дисертационният труд се състои от списък с фигури, списък с таблици, въведение, три глави, заключение, списък с използваната литература, декларация за оригиналност и достоверност и приложения. Разработката е в обем от 203 страници, от които въведение – 5 стр., основен текст – 159 стр., заключение – 7 стр., използвана литература – 9 стр., приложения – 16 стр. В дисертационния труд са включени 11 таблици, 13 фигури и 4 приложения. Списъкът на използваната литература е съставен от общо 123 бр. литературни източници на кирилица и латиница (52 на кирилица, 71 на латиница).

Защитата на дисертационния труд ще се състои на 29.08.2025 г. от 13:00 ч. в Заседателна зала Ректорат на СА „Д. А. Ценов“ – гр. Свищов. Материалите по защитата са на разположение на всички заинтересовани лица на интернет страницата на СА „Д. А. Ценов“ и в отдел „Докторантура и академично развитие“ на СА „Д. А. Ценов“ – гр. Свищов.

I. ОБЩА ХАРАКТЕРИСТИКА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Актуалност на темата

Настоящото изследване е провокирано от необходимостта от устойчиво и стратегически обосновано развитие на туристическите дестинации в условията на засилена конкуренция, динамични пазарни промени и стремеж към териториално сближаване. Туризмът, като един от водещите сектори на националната и регионална икономика, изпълнява важни социално-икономически функции и е в тясна взаимовръзка с редица други сектори – транспорт, култура, селско стопанство и услуги. В този контекст организирането на събития като инструмент за диверсификация на туристическия продукт се утвърждава като стратегически подход за повишаване на конкурентоспособността, намаляване на сезонната зависимост и активиране на местните общности.

Темата е особено актуална за дестинации от малък и среден мащаб, при които потенциалът от културно, природно и нематериално наследство не е пълноценно използван. Липсата на цялостен модел за събитийно-базирана диверсификация и ограниченото използване на съвременни управленски инструменти възпрепятстват устойчивото туристическо развитие. В международната научна литература преобладават изследвания, фокусирани върху големи урбанизирани дестинации и развити туристически пазари, докато практически приложими решения за по-малки територии с ограничени ресурси остават слабо застъпени.

С оглед на установения дефицит, настоящият дисертационен труд се стреми да предложи аналитично обоснован и емпирично валидиран модел за диверсификация на туристическия продукт чрез събития, който да бъде адаптивен и приложим в условията на българските общини. По този начин изследването съчетава научна оригиналност и практическа стойност, като адресира конкретни управленски предизвикателства и допринася за стратегическото развитие на местния туризъм.

2. Обект и предмет на изследването

Обект на изследване в дисертационния труд са предприятията, организиращи събития с цел диверсификация на туристическия продукт на територията на община Свищов.

Предмет на проучването са възможностите за диверсифициране на туристическия продукт чрез организиране на събития.

3. Изследователска теза

Изследователската теза, заложена в дисертационния труд, е че организирането на събития представлява ефективен инструмент за диверсификация на туристическия продукт, който същевременно допринася за икономическото развитие, социалната ангажираност и културната устойчивост на дестинациите.

4. Цел и задачи на изследването

Целта на дисертационния труд е да се анализира въздействието на организираните събития върху развитието на туристическата дестинация. В този контекст дестинацията се разглежда като интегрирана система с управленски и функционален характер, в рамките на която се концентрират туристически потоци, създават се продукти с висока добавена стойност и се изгражда устойчива идентичност.

В съответствие с поставената цел са разгледани **следните задачи**:

□ Да се извърши теоретичен анализ на същността и обхвата на туристическия продукт, спецификата на събитийния туризъм и взаимодействието между управлението на туризма и организирането на събития, както и да се изследват възможностите за диверсификация чрез събития с висока добавена стойност за дестинацията;

□ Да се разработи и апробира модел за диверсификация на туристическия продукт чрез събития, включително формулиране на индикатори за измерване на тяхното въздействие върху развитието на дестинацията;

□ Да се анализират и оценят туристическите ресурси с потенциал за събитийна активност, като се идентифицират тези, които генерират значими туристически потоци;

□ Да се извърши оценка на ефективността на организирания събития за развитието на туристическата дестинация и да се формулират конкретни мерки и препоръки за прилагане на събитийния туризъм като инструмент за диверсификация на туристическия продукт на ниво община.

5. Методология на изследването

При разработването на дисертационния труд е използван широк набор от научноизследователски подходи и методи, включващи индукция, дедукция, сравнителен анализ и синтез, контент анализ, статистически методи за обработка на данни, Ликертова скала за измерване на нагласи, анкетен метод и интервю, емпирично наблюдение, исторически метод, както и техники на научното познание и логическо обобщение.

Методологичната рамка на изследването е базирана на междусекторен подход, който интегрира концепции и инструменти от туризма, маркетинга, икономиката, местното управление и регионалното развитие. В теоретичната част е анализирана същността на туристическия продукт с акцент върху диверсификацията му чрез организиране на събития, като са разгледани концептуалните основи на дестинационния мениджмънт, ролята на събитията в изграждането на бранд и подходите за оценка на ефективността.

Емпиричното изследване прилага комбинация от качествени и количествени методи – анализ на съдържанието на научни и стратегически документи, сравнителна оценка на събития чрез предварително дефинирани

индикатори (брой посетители, престой, удовлетвореност, медийна видимост и др.), анкетно проучване и експертни оценки с използване на стандартизирани матрици за валидиране на резултатите.

Централно място заема разработеният и апробиран аналитичен модел за оценка на диверсификацията на туристическия продукт чрез внедряване на събития и оценката на ефективността от събитийната диверсификация чрез система от ключови показатели за изпълнение (KPI).

6. Обхват на изследването

Настоящото изследване обединява теоретичен, методологичен и емпиричен анализ на възможностите за диверсификация на туристическия продукт чрез събития, използвайки интердисциплинарен подход, базиран на принципи от туризма, маркетинга, дестинационния мениджмънт и културната политика. С оглед тематичния акцент върху ролята на събитийния туризъм за удължаване на сезона и обогатяване на туристическото преживяване, е извършен ситуационен анализ на туристическото развитие в Община Свищов – дестинация със среден мащаб и активен културен календар. Изследването включва анкетно проучване, експертни оценки и KPI-анализ на основни събития за периода 2022–2024 г., въз основа на което е апробиран авторски модел за стратегическа диверсификация. Това дава основание за изводи относно въздействието на събитията върху туристическия поток, потреблението и социално-икономическото развитие на дестинацията.

7. Апробация на дисертационния труд

Дисертационният труд е обсъден и насочен за защита на заседание на катедра „Икономика и управление на туризма“ при Стопанска академия „Д. А. Ценов“ – Свищов. Част от резултатите от изследването са представени на научни форуми и публикувани в специализирани академични издания.

II. СТРУКТУРА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Общо описание

Дисертационният труд обхваща 203 страници, от които 159 страници основен текст, 11 таблици, 13 фигури и 4 приложения. Структурно трудът включва: въведение, три тематични глави, заключение, списък с използвани източници на кирилица и латиница, приложения и декларация за оригиналност и достоверност.

2. Съдържание на дисертационния труд

Въведение

Списък с използвани фигури

Списък с използвани таблици

Въведение

Глава Първа: ТЕОРЕТИЧНИ АСПЕКТИ НА ДИВЕРСИФИКАЦИЯТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ

1. Изследване обхвата на туристическия продукт
2. Диверсификация на туристическия продукт
3. Диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития

Глава Втора: ИЗГРАЖДАНЕ НА МОДЕЛ ЗА ОЦЕНКА НА СЪБИТИЯТА В ОБХВАТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ

1. Оценка на ресурсите за организиране на събития в обхвата на туристическия продукт
2. Организиране на събития като инструмент за диверсификация на туристическия продукт и изследване на тяхното въздействие върху дестинацията
3. Модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития

Глава трета: АПРОБИРАНЕ НА МОДЕЛА ЗА ДИВЕРСИФИКАЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ ЧРЕЗ ОРГАНИЗИРАНЕ НА СЪБИТИЯ ПО ПРИМЕРА НА ОБЩИНА СВИЩОВ

1. Ситуационен анализ на предпоставките за развитие на туризма в Община Свищов

2. Анализ на туристическите ресурси и организираните събития в община Свищов
3. Прилагане на Модела за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития в Община Свищов
4. Обобщена оценка на ефективността от диверсификацията на туристическия продукт чрез организиране на събития в Община Свищов
5. Извеждане на мерки и препоръки за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития на ниво община

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

III. КРАТКО ИЗЛОЖЕНИЕ НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Въведение

Уводната част на дисертационния труд обхваща седем страници и съдържа аргументация относно актуалността и значимостта на темата. В нея са представени обектът, предметът, изследователската теза, целта и задачите на изследването. Описани са използваните научни методи и са дефинирани рамките и ограниченията на изследването.

В **Първа глава** на дисертационния труд са представени основните концептуални и теоретични аспекти, свързани с изследваната проблематика. Разгледана е същността на диверсификацията на туристическия продукт, като е изведен понятийният апарат, който служи като основа за последващите методологични и емпирични разработки. Направен е задълбочен анализ на ключовите термини, въз основа на който са формулирани авторски

дефиниции, систематизиращи съществуващите теоретични виждания и адаптирани към целите на настоящото изследване.

В първи параграф е поставен акцент върху концептуалното уточняване на основните категории, имащи значение за научния дискурс, с цел да се осигури яснота и последователност в използваната терминология. Изяснени са пространствените, функционалните и управленските измерения на туристическата дейност, което създава теоретична основа за формулиране на разширено определение на туристическия продукт. В рамките на настоящото изследване туристическият продукт се разбира като интегрирана система от природни и антропогенни ресурси, туристически услуги, инфраструктура, събития, преживявания и социална ангажираност, която създава стойност за туриста чрез емоционално въздействие, културна автентичност и удовлетвореност. Тази система обединява както материални елементи – обекти, маршрути, услуги – така и нематериални – впечатления, възприятия, културен обмен и нагласите на местната общност. Подобно разбиране позиционира туристическия продукт като гъвкава и ориентирана към преживявания система, която може да бъде стратегически адаптирана чрез събития с висока добавена стойност.

Представените концепции и интерпретации потвърждават разбирането, че туристическата дейност се развива в териториално обособени пространства, които разполагат с ресурси, подкрепяща инфраструктура и институционален капацитет. Това подчертава необходимостта от системен анализ на туристическия продукт в контекста на неговата диверсификация, особено когато тя се осъществява чрез събития, насочени към обогатяване на преживяването и устойчивото развитие на дестинацията.

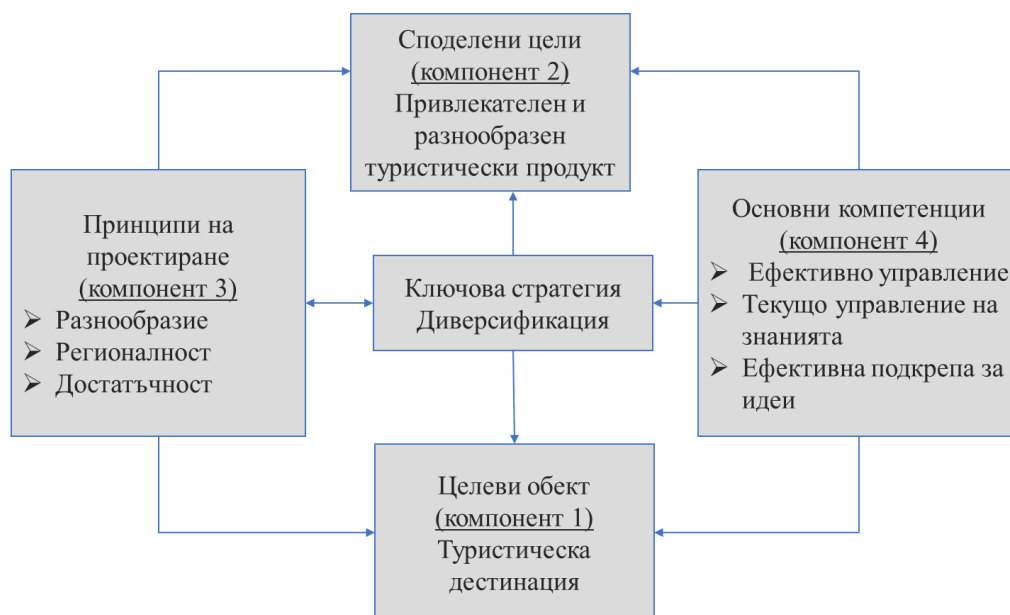
Във втори параграф е анализирана диверсификацията на туристическия продукт като ключова стратегическа насока за развитие на дестинациите в условия на засилена конкуренция, сезонни колебания и променящи се потребителски нагласи. В зависимост от ресурсния потенциал,

степеня на пазарна ориентация и управленския капацитет на дестинацията, могат да се приложат различни стратегически подходи, отчитащи както локалните специфики, така и динамиката на туристическото търсене.

Изборът на стратегия за развитие на туристическия продукт зависи от множество фактори: етапа на жизнения цикъл на дестинацията, характеристиките на ресурсната ѝ база, степеня на разпознаваемост на туристическия ѝ имидж, интензивността на туристическия поток и наличието на институционален и предприемачески капацитет. В зависимост от тези фактори, в практиката намират приложение различни стратегически алтернативи – стратегия на специализация, брандинг стратегия, интегрирана стратегия, стратегия на дигитализация и иновации, както и диверсификация на продукта в рамките на дестинацията.

Сред тях диверсификацията се откроява като водеща стратегическа посока, насърчаваща разработването на многопластов, адаптивен и устойчив туристически продукт, съобразен с разнообразието на туристическите предпочитания, сезонните характеристики и пазарната фрагментация. Тя предоставя възможности за въвеждане на нови форми на преживяване, разширяване на целевите пазари и повишаване на добавената стойност на дестинацията.

На Фиг. 1 е представена концептуалната рамка на стратегическия подход към диверсификация, която визуализира взаимовръзките между четири основни компонента – ресурсна база, пазарна ориентация, управленски механизми и туристическо преживяване. Тези компоненти изграждат логическа основа за устойчиво, координирано и ефективно развитие на туристическия продукт в рамките на дестинацията и функционират като аналитичен инструмент при стратегическото планиране и управление на туристическото предлагане.



Фигура 1. Концептуална рамка за диверсификация в туризма

Адаптирано по: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit
(Partale, K., Partale, A., 2022)

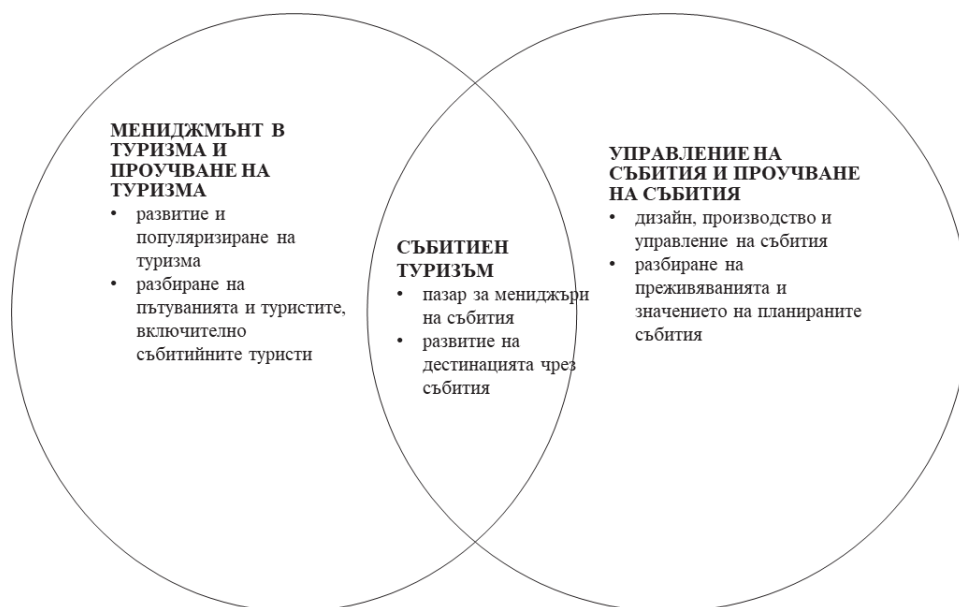
Концептуалната рамка на стратегическия подход към диверсификацията на туристическия продукт включва четири взаимосвързани компонента, които очертават основата за устойчиво управление на дестинацията. Първият компонент дефинира туристическата дестинация като целеви обект с ясно очертани географски и функционални граници, които улесняват ресурсната координация, изграждането на идентичност и ефективното управление. Вторият компонент акцентира върху необходимостта от споделени цели и интереси между всички заинтересовани страни – туристи, местна власт, бизнес и общности – чрез формулиране на обща визия, в която туризмът се разглежда и като средство за повишаване на качеството на живот. Третият компонент акцентира върху проектните принципи, необходими за ефективна диверсификация: многофункционалност на продуктите, използване на регионални ресурси и устойчиво, отговорно управление. Четвъртият компонент е свързан с ключовите компетенции, които

дестинацията трябва да развие, включително управленски и иновационен капацитет, както и ефективно управление на знанието.

В своята цялост концептуалната рамка утвърждава разбирането, че диверсификацията не представлява изолирана маркетингова тактика, а интегрирана управленска стратегия, подкрепяща икономическия растеж, социалното благосъстояние и устойчивото развитие на туристическите дестинации.

В **трети параграф** на Първа глава е разгледана диверсификацията на туристическия продукт чрез организиране чрез събития, които се утвърждават като стратегически инструмент за повишаване на интереса към дестинацията и устойчивото развитие на туризма. Организираните събития – независимо дали са културни, музикални, спортни или гастрономически – привличат нови посетители и активират туристическия поток, особено в извънпиковите периоди. Именно способността на събитията да създават туристическа мотивация и поток води до формирането и утвърждаването на понятието „събитийният туризъм“.

Във фиг. 2 се представя пресечната точка и набора от взаимовръзки, възникващи между туризма и планирането на събитията, състоящ се от двете области – мениджмънт на туризма и мениджмънт на събитията. Централната част подчертава събитийния туризъм като резултат от взаимодействието и синергията между двете области.



Фигура 2. Място на събитийния туризъм във взаимосвързката между туризма и събитията

Адаптирано по: Donald Getz (Getz, Event tourism: Definition, evolution, and research, 2008)

Събитийният туризъм възниква като отговор на нарастващото значение на събитията за туристическото преживяване и постепенно се оформя като специализирана форма на туризъм, включваща културни, спортни, празнични и делови прояви. Според Getz (2008), той представлява синергия между туризма и управлението на събития, при която преживяването, логистиката и тематиката се обединяват в единна услуга. В този контекст събитията се утвърждават като мощен инструмент за създаване на атракции, намаляване на сезонността и подобряване на имиджа на дестинацията.

Стратегическият потенциал на събитията да генерират туристически поток и да функционират като инструмент за устойчиво развитие на дестинацията е в основата на настоящото изследване.

В обобщение на изложеното в Първа глава са направени следните **изводи:**

Първо, туристическата дейност е пространствено обвързана с териториални единици, в които взаимодействат природни и антропогенни ресурси, туристическа индустрия, инфраструктура и местна администрация. Това формира функционално и управленско цяло – дестинацията – която представлява основна платформа за създаване и реализация на туристическия продукт. Изяснена е връзката между ресурсния потенциал и възможностите за стратегическо позициониране на дестинацията посредством интегриран туристически подход.

Второ, туристическият продукт следва да се разглежда като цялостно преживяване, включващо не само съвкупност от стоки и услуги, но и емоционални, културни и социални елементи, отразяващи автентичността на дестинацията и въздействието ѝ върху туристите. Това обогатено разбиране надгражда класическите дефиниции, подчертавайки ролята на преживяванията, местната идентичност и културния диалог при формирането на туристическия продукт..

Трето, диверсификацията се утвърждава като основна управленска стратегия за повишаване на устойчивостта и конкурентоспособността на туристическите дестинации. Тя позволява адаптация към динамични пазарни условия, разширяване на туристическото предлагане и въвеждане на иновации чрез нови форми на туризъм и нови тематични преживявания. Изяснена е нейната роля като комплексен механизъм за балансирано развитие, привличане на нови туристически сегменти и ефективно използване на ресурсите.

Четвърто, организираните събития са идентифицирани като ключов инструмент за диверсификация на туристическия продукт, чрез който се постига не само преодоляване на сезонността, но и устойчиво развитие на дестинацията. Те създават добавена стойност чрез културна репрезентация, икономическо активиране на местните общности и изграждане на разпознаваем туристически бранд. Теоретичната обосновка разкрива

способността на събитийния туризъм да трансформира туристическото предлагане чрез създаване на автентични и ценностно ориентирани преживявания.

Втора глава е посветена на изграждането на модел за оценка на събитията в контекста на туристическия продукт, с акцент върху ролята им като инструмент за стратегическа диверсификация на дестинациите. Разработването на Модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития утвърждава разбирането, че събитията ефективно допринасят за усвояване на туристическия потенциал, намаляване на сезонността и повишаване на устойчивостта спрямо пазарни колебания.

В първи параграф на главата се извършва оценка на ресурсната база на дестинацията и нейната пригодност за организиране на събития в рамките на туристическото предлагане. На основата на съществуващи научни типологии е разработена адаптирана класификация на туристическите ресурси, включваща природни, културни и социални елементи, приложими при формирането на диверсифициран туристически продукт.

В изследването е приложен идеографски подход, който позволява задълбочено и диференцирано описание на ресурсите, с акцент върху техните уникални характеристики и конкурентни предимства. Чрез съчетаване на качествена и количествена оценка, ориентирана към природни и социални признаци, се обхващат както природните, така и антропогенните компоненти на ресурсната база.

Приложението на този подход обхваща идентификация, класификация и експертна оценка на ресурсите в рамките на конкретна дестинация с цел определяне на техния потенциал за включване в устойчив и събитийно базиран туристически продукт. Възможността за изграждане на интерпретативна типология, подкрепена от измерими скали, прави подхода ефективен инструмент за стратегическо териториално планиране в туризма.

С оглед централната роля на ресурсите в създаването и реализацията на туристическия продукт, в изследването е разработена петстепенна оценъчна скала, която осигурява системен, експертно обоснован метод за определяне на туристическия потенциал на всеки ресурс. Скалата отчита различни нива на развитие – от ниска до изключителна стойност – като взема предвид достъпността, инфраструктурната обезпеченост, степента на разпознаваемост и възможностите за включване в събитийни инициативи.

Приложението на тази скала гарантира обективност и съпоставимост, като същевременно създава основа за вземане на информирани стратегически решения при проектирането на събития в рамките на туристическия продукт. Оценката на ресурсите чрез този инструмент представлява първия етап от модела, чрез който се идентифицират възможностите за създаване на атрактивни, устойчиви и брандово релевантни събития.

Във **втори параграф** на Втора глава се разглежда организирането на събития като форма за диверсификация на туристическия продукт, като събитията се разглеждат не просто като единични прояви, а като стратегически инструмент с многопосочно въздействие върху развитието на туристическите дестинации. Те влияят върху широк спектър от аспекти – социални, културни, икономически, екологични и политически, като създават възможности за устойчив растеж, създаване на портфолио от туристически продукти и повишаване на конкурентоспособността.

Организираните събития допринасят за удовлетворяване на социални потребности, стимулиране на инвестиции, съживяване на традиции, укрепване на идентичността и изграждане на разпознаваем публичен образ на дестинацията (Gursoy, Kim & Uysal, 2004; Andersson & Getz, 2009). В икономически план, те могат да активират бизнес средата, да повишат заетостта в хотелиерството и свързаните сектори, както и да създадат повторен интерес от страна на туристите, способстващ за удължаване на престоя и повторни посещения.

Положителните ефекти от събитията се проявяват най-често в дългосрочен план чрез подобряване на имиджа на дестинацията, увеличаване на посещаемостта и изграждане на лоялна аудитория. В същото време съществува риск от негативни въздействия – социално напрежение, екологичен натиск, прекомерна комодификация или недостатъчна социална отговорност, особено при липса на стратегическо планиране.

Поради тази причина оценката на събитията следва да включва многоизмерни показатели – икономически, социално-културни, екологични и политически въздействия.

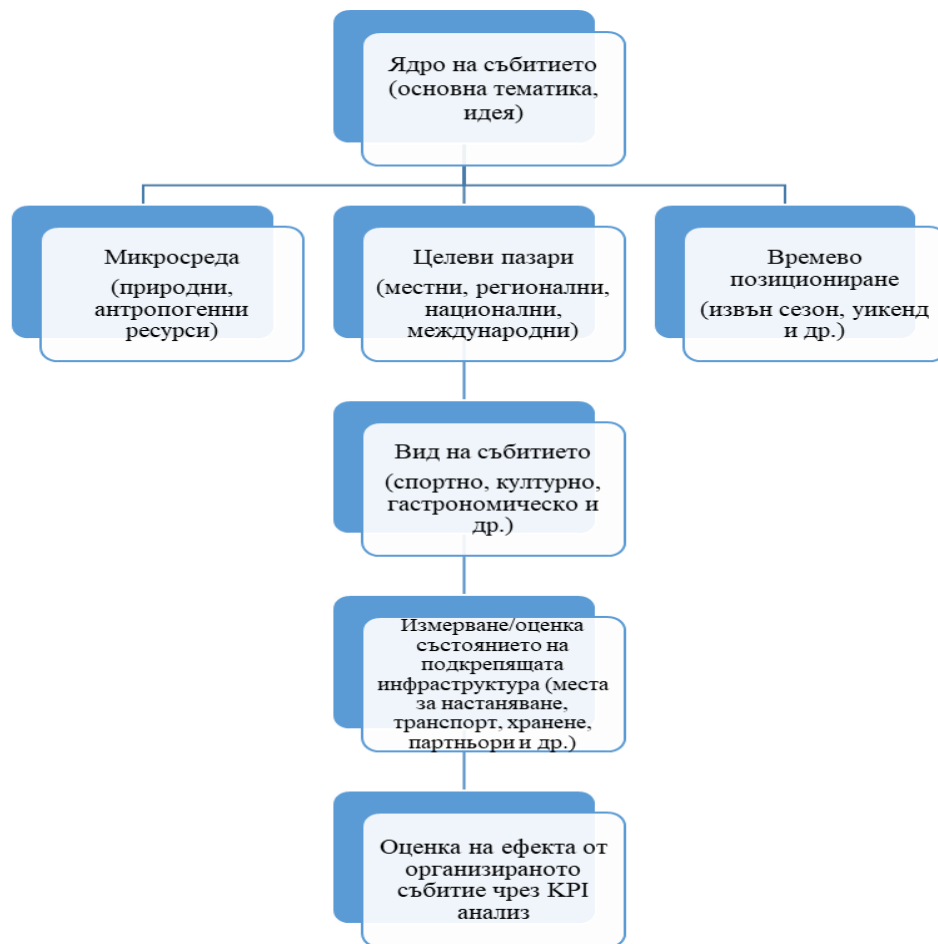
В трети параграф на Втора глава се представя разработеният Модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития, който представлява авторово концептуално решение, интегриращо ключови елементи от съвременните управленски, маркетингови и ресурсно-аналитични подходи. Моделът стъпва на разбирането, че ефективната диверсификация на туристическия продукт изисква стратегически, интегриран и многокомпонентен подход, насочен към изграждане на събитийно портфолио, адаптирано към различни интереси, целеви пазари и сезонни периоди.

Предложеният модел включва седем взаимосвързани етапа, които обхващат целия жизнен цикъл на събитието – от концепцията до оценката на въздействието (фиг. 3):

Етап 1: Ядро на събитието. На този етап се дефинира концепцията или темата на събитието. Тя трябва да бъде оригинална, автентична и тясно свързана с идентичността на дестинацията, като отразява културни, природни или исторически особености. Добре формулираното ядро повишава емоционалната ангажираност на туристите и създава дългосрочна лоялност.

Етап 2: Микросреда. Извършва се анализ на ресурсната база – природна, културна и историческа – за да се гарантира съответствие между събитието и локалния контекст. Събитието не просто използва ресурсите като сценичен

елемент, а ги интерпретира и надгражда, като засилва усещането за автентичност и локална идентичност.



**Фигура 3. Модел за диверсификация на туристическия продукт
чрез организиране на събития**

Източник: Авторова интерпретация

Етап 3: Целеви пазари и туристически сегменти. Определят се конкретните аудитории, към които е насочено събитието, вкл. по география, интереси, възраст или стил на пътуване. Точното таргетиране подпомага ефективния маркетинг и увеличава конкурентоспособността на събитието.

Етап 4: Времево позициониране. Избира се оптималният период за провеждане на събитието, като се отчитат сезонността, календарът на други прояви и капацитетът на инфраструктурата. Добре планираното времево

позициониране на събитието допринася за удължаване на туристическия сезон и оптимално използване на ресурсите.

Етап 5: Типология на събитието. Определя се видът на събитието – културно, спортно, музикално, гастронамическо и др. – съобразно профила на дестинацията и интересите на целевите групи. Изборът на подходящ формат улеснява логистичното планиране, маркетинговото позициониране и постигането на стратегически резултати.

Етап 6: Измерване/оценка състоянието на подкрепящата инфраструктура. Оценява се наличието и състоянието на ключови инфраструктурни и логистични елементи – настаняване, транспорт, храна, безопасност, достъпност – както и институционалната подкрепа. Добре развита инфраструктура е предпоставка за безпроблемно протичане на събитието и позитивно потребителско преживяване.

Етап 7: Оценка чрез КРІ анализ. Извършва се количествена и качествена оценка на въздействието на събитието чрез система от ключови показатели (КРІ). Те обхващат икономически, туристически, социални, културни и маркетингови ефекти и подпомагат проследяването на резултатите, информираното вземане на решения и отчетността пред заинтересованите страни.

Всеки от етапите в модела представлява съществен и взаимодопълващ се компонент в системата за планиране, реализация и оценка на събития, използвани като инструмент за диверсификация на туристическия продукт. В своята съвкупност те изграждат логическа рамка, чрез която дестинацията може да създаде устойчив, разпознаваем и икономически ефективен събитийно-базиран туристически продукт.

Прилагането на модела обаче не е самоцелно – постигането на реални резултати изисква системна и аргументирана оценка на всеки етап, съобразена със стратегическите цели, локалните специфики и нуждите на целевите аудитории. Оценъчният процес изпълнява три основни функции:

- улеснява сравнимостта между различни събития и дестинации;
- подпомага подобрения и адаптации чрез идентифициране на слабости;
- осигурява отчетност относно ефективността и приноса към устойчивото развитие.

За тази цел в изследването е разработена петстепенна скала за оценка, варираща от 1 (много ниска степен на съответствие) до 5 (отлично ниво, характеризиращо се с висока степен на иновация, интегрираност и въздействие). Скалата осигурява обективна диагностика и възможност за проследяване на динамиката във времето, като служи като основа за информационно и стратегическо управление на събитийния туризъм.

За потвърждаване на авторовата теза, че чрез организиране на събития туристическия продукт на дестинацията се диверсифицира и води до положителни ефекти за местната икономика и общност, се предлага **KPI (Key Performance Indicators) анализ**. В контекста на оценката на ефекта от организираните събития, KPI служи за измерване на ефективността, въздействието и успеха на дадено събитие за дестинацията. Тези показатели представляват количествени и качествени измерители, насочени към оценка на постигнатите резултати спрямо предварително заложените цели. Те не измерват самите процеси, а въздействието от тях, и по този начин служат като надежден инструмент за вземане на стратегически управленски решения.

Системата включва индикатори, отразяващи икономическия принос, туристическата активност, социалната ангажираност, културната автентичност и маркетинговата разпознаваемост на дестинацията. По този начин се проследява в каква степен събитията допринасят за разширяване на сезона, увеличаване на престоя, повишаване на удовлетвореността на посетителите, както и за утвърждаване на бранда на дестинацията.

В обобщение на изложеното във Втора глава са изведени следните **изводи:**

Първо, оценката на туристическите ресурси е ключова отправна точка при планирането на диверсифициран туристически продукт. В рамките на изследването е изграден адаптиран модел за типологизация и оценка на ресурсите, базиран на идеографски подход. Той осигурява аналитична основа за идентифициране на елементи от природната и антропогенната среда, които имат потенциал да бъдат включени в събитийни инициативи, с висока степен на съответствие с локалния контекст.

Второ, разработеният Модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития представя систематизиран, многоетапен и адаптивен подход. Моделът интегрира концептуални и практико-приложни компоненти – от дефиниране на тематичното ядро на събитието, през профилиране на целевите пазари и анализ на подкрепящата инфраструктура, до оценка на въздействието чрез KPI. Всеки етап е взаимосвързан и допринася за устойчивостта и стратегическото позициониране на дестинацията.

Трето, събитията се утвърждават като ефективен инструмент за икономическо и социално активиране на туристическите дестинации. Те разширяват туристическия сезон, стимулират местното предприемачество, насърчават социалната ангажираност и засилват културната идентичност. Това е особено важно за региони с ограничен или сезонен туристически поток.

Четвърто, оценката на ефективността на събитийното въздействие изисква използването на система от ключови показатели (KPI), които позволяват обективен мониторинг и анализ. В рамките на изследването са обособени четири групи индикатори – икономически, туристически, социално-културни и маркетингови. KPI анализът предоставя обективна основа за валидиране на приноса на събитията към диверсификацията на туристическия продукт и устойчивото развитие на дестинацията.

В **Трета глава** е застъпено емпиричното приложение на разработения модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития, като фокусът е поставен върху Община Свищов. Целта на анализа е да се оцени състоянието на ресурсната обезпеченост и степента на усвояване на туристическия потенциал чрез провеждане на ситуационен анализ, прилагане на модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития и измерване на ефективността от събитийно базирана диверсификация. Акцент е поставен върху изграждането на дългосрочни политики за устойчиво развитие на туризма чрез включване на портфолио подход към дестинационния мениджмънт и идентифициране на нови възможности за разширяване на туристическата активност.

В **първи параграф** е представен задълбочен ситуационен анализ на туристическата дестинация Свищов, извършен чрез интегриран подход, включващ географски, екологични, културно-исторически, инфраструктурни и събитийни параметри. Анализът очертава актуалния туристически профил на региона и разкрива неговите силни страни, слаби места и потенциални възможности за диференциация и специализация на туристическия продукт. Анализът на наличните ресурси и събитийния календар на общината е насочен към оценка на капацитета на Свищов да се позиционира като конкурентна туристическа дестинация с ясно изразен културен и събитийно ориентиран профил.

Съгласно Националния регистър на туристическите събития и фестивали към Министерството на туризма (<http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx>), в Община Свищов са регистрирани 21 събития с различен мащаб и степен на значимост. Сред тях се открояват събития с международен характер, като Международният конкурс за къс хумористичен разказ „Алеко“, Международното биенале за детска рисунка, Фолклорният фестивал „Фолклорен извор“ в с. Царевец и фестивалът за исторически възстановки „Орел на Дунав“. Националният

календар включва фестивала „Звездици за Лора“, Хоровите празници „Янко Мустаков“ и Националния поетичен конкурс „Свищовски лозници“. Провеждат се и редица регионални и локални събития с принос към укрепване на местната културна идентичност – например фестивалът „Харизмата на хорото“ и Съборът на католиците в с. Ореш.

Резултатите от ситуационния анализ показват, че Свищов разполага със значителен и разнообразен туристически ресурс – комбинация от природни дадености, богато културно-историческо наследство, активен културен живот и събитийна динамика. Тази основа, съчетана с инфраструктурна обезпеченост и географска достъпност, предоставя реална възможност за изграждане на устойчив, конкурентоспособен и диверсифициран туристически продукт, който да отговори на съвременните изисквания на туристическото търсене и да осигури дългосрочно развитие на дестинацията.

Съгласно извършения анализ във **втори параграф**, туристическите ресурси на Община Свищов са систематизирани в две основни категории – природни и антропогенни, с цел постигане на по-висока аналитична яснота при оценката на потенциала им за събитийно използване. Природните ресурси включват географски и биологични елементи, които създават условия за развитие на събития на открито, природни маршрути и екологично ориентирани прояви. Антропогенните ресурси обхващат културно-исторически и социално-икономически активи, които не само притежават висока символна стойност, но и осигуряват организационна и човешка подкрепа за реализиране на събитийни формати с различна степен на тематична насоченост.

Общият брой на отчетените ресурси е 30, разпределени между 11 природни и 19 антропогенни обекта. Тази типологизация разкрива съществени възможности за интегриране на местния ресурсен потенциал в рамките на диверсифициран туристически продукт, като създава основа за устойчиво

развитие на събитийния туризъм и обогатяване на туристическото преживяване в дестинацията.

Таблица 1.

**Класификация на основни туристически ресурси в Община
Свищов**

Класификация	Брой ресурси	Дял (%)	Средна стойност
Изключителен ресурс със стратегическо значение	2	6.7%	4.75
Добре развит ресурс	13	43.3%	~4.04
Умерен потенциал	14	46.7%	~3.26
Нисък потенциал и ограничена функционалност	1	3.3%	2.5
Общо	30	100%	—

В категорията на *изключителните ресурси със стратегическо значение*, която включва обекти със средна оценка 4.75, попадат два от най-високо оценените туристически ресурса – архитектурното наследство от Възраждането и бароковите фасади, както и цялостната туристическа инфраструктура и хотелска база. Тези обекти демонстрират едновременно висока степен на уникалност, добра инфраструктурна обезпеченост и потенциал за използване като сцена за събития от национален и международен мащаб.

Следващото равнище – добре развити ресурси – обхваща 13 ресурса със средна стойност около 4.04. Те се характеризират с балансирана комбинация от атрактивност, разпознаваемост и логистична пригодност. В тази група попадат музеи, читалища, културни институции, фестивали и природни обекти, които вече функционират като туристически активи или имат висока степен на адаптивност.

Най-голям брой ресурси – 14 на брой – са класифицирани в категорията *„умерен потенциал“*, със средна оценка около 3.26. Това са обекти с частично

развити функционални и комуникационни характеристики, които са известни в рамките на региона, но все още не са напълно социализирани в туристическата система.

В най-ниската класификационна група попада само един обект, определен като ресурс *с нисък потенциал и ограничена функционалност*, със средна оценка 2.5. Това е културният календар на общината, който към момента показва недостатъчна степен на интеграция в публичното пространство, слаба популяризация и липса на ясно структурирана комуникация с външни публики.

В обобщение, 50% от оценените ресурси попадат в групата на добре развитите и стратегически значими, което е стабилна основа за изграждане на дестинационна идентичност чрез събитийни формати. В същото време, значителна част от останалите ресурси могат да бъдат доразвити чрез интердисциплинарни партньорства, включително с културни институции, образователни центрове, неправителствени организации и местен бизнес. На тази база, Община Свищов има потенциал да реализира разнообразен спектър от събития – от фестивали на културното наследство, римски дни и възстановки, през агро-еко уикенди и образователни лагери, до форуми и международни срещи с участие на Дунавските и балканските региони. Такава програма би могла да постави Свищов на картата на устойчивите културно-туристически дестинации с висока добавена стойност.

Таблица 2.
Матрица ресурси-събития в Община Свищов

Ресурс	Тип събитие	Целева група	Очакван ефект
Исторически и археологически обекти (Нове, Калето, църкви, музеи)	Исторически възстановки, музикални вечери, фестивали в музейна среда	Културни туристи, семейства, ученици	Повишаване на имиджа, удължаване на сезона, активиране на културен туризъм
Културно наследство и	Фолклорни фестивали, етнографски	Любители на традиции, възрастни	Съхранение и популяризация на

фолклор (празници, традиции, занаяти)	базари, работилници	туристи, културни групи	нематериалното наследство
Дунав и прилежащи природни територии	Регати, уикенд екофестивали, риболовни събития, къмпинг уикенди	Активни млади хора, еко-туристи, спортни клубове	Диверсификация на туристическия продукт, активен туризъм извън сезона
Висшето учебно заведение и образователната традиция	Студентски фестивали, научни конференции, дебати и изложби	Студенти, академични среди, млади хора	Повишаване на академичния имидж на града, удължаване на престоя
Локално винопроизводство и гастрономия	Фестивал на виното и сиренето, дегустационни уикенди, кулинарни демонстрации	Гурме туристи, винени ентузиасты, кулинарни блогъри	Насърчаване на местното производство и кулинарен туризъм

Анализът на таблицата показва ясно профилиране на туристическите ресурси на Община Свищов спрямо типа на подходящите събития, целевите групи и очакваните ефекти от тяхната реализация. Структурирането на събитията около съществуващите ресурсни ядра създава възможност за прилагане на модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития.

В **трети параграф** е апробиран Модела за диверсифициране на туристическия продукт в Община Свищов чрез организиране на събития. С оглед на богатия, но неравномерен културен календар на общината, подборът на събитията, включени в задълбочения анализ, не е механичен. От над 30 прояви, включени в годишния културен календар, са избрани шест събития, които отговарят едновременно на няколко критерия: реална туристическа посещаемост, разнообразие на тематика и формат, сезонна разположеност и потенциал за въздействие върху бранда на дестинацията. Тези събития –

„Фолклорен извор“, „Свищовски лозници“, „Орел на Дунав“, „Звездици за Лора“, „Кафе-театри“ и „Харизмата на хорото“ – формират основата за прилагане на модела и позволяват сравнимост между различни типове събития: фолклорни, исторически, музикални, театрални и граждански.

Всяко събитие е анализирано през призмата на модела – чрез идентифициране на неговото тематично ядро (основната идея и уникалност), микросредата (териториален и културен контекст), целевите пазари (туристически сегменти), времевото позициониране (сезон, цикличност), вида на събитието (според международната класификация) и наличието на подкрепяща инфраструктура (логистика, настаняване, достъп, институционална подкрепа). Именно този холистичен подход позволи да се проследи не само как събитията функционират, но и какво точно диверсифицират – сезон, аудитория, видове преживявания, туристически мотиви (табл. 3).

Таблица 3.

Модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития за ключови събития в Община Свищов

Събитие	Ядро	Микросреда	Целеви пазари	Вид	Времево позициониране	Инфраструктура
Фолклорен извор	Национален фолклорен фестивал с акцент върху традиционната музика и танци	Село Царевец – традиционна архитектура и културна среда	Национални и международни туристи, етно- и културно ориентирани публики	Културен и фестивален	Август - извън пиковия туристически сезон	Осигурено партньорство от община, културни институции и доброволчески екипи.
Свищовски лозници	Градски празници с културно-развлекателна и музикална програма.	Град Свищов – открити пространства и исторически и градски център.	Местни, регионални и национални туристи	Културно-градско събитие	Септември – удължаване на активния туристически сезон.	Добро градско планиране и достъп до места за настаняване и хранене.

Орел на Дунав	Историческа възстановка и антично наследство (римски легиони, лагери и демонстрации).	Античният град Нове край Свищов	Нишови туристи, любители на историята и археологията.	Юни – предпиков сезон	Историческо-културно събитие	Ограничена, но компенсирана от силна тематика и партньорства с исторически клубове.
Звездици за Лора	Национален конкурс за млади поп изпълнители	Читалища и културни институции в Свищов	Млади таланти, семействата им, преподавател и, музикални експерти	Април – извън туристическия сезон	Конкурсно-младежко събитие	Подкрепа от културните институции и читалища, наличие на базова хотелска мрежа
Кафе-театри	Нетрадиционни театрални представления в кафенетата и алтернативни сцени.	Малки сцени и заведения в централната градска част.	Местни жители, ученици, театрална публика.	Март – извън туристическия сезон	Сценично-образователно събитие	Ниска зависимост от инфраструктурата – провежда се в съществуващи заведения и читалища
Харизмата на хорото	Фестивал на българските народни танци с участие на школи и ансамбли	Централната част на Свищов – открита сцена	Фолклорно ориентирани младежи и туристи, танцови формации.	Юни – началото на летния сезон	Фолклорно-образователно събитие	Обществена подкрепа, сцена и достъп до услуги в центъра на града.

При КРІ анализа, като последен етап от Модела, се извършва оценка на изпълнението на поставените цели (Виж Таблица 4):

Таблица 4.

Оценка на събитията в Община Свищов, според постигане на поставените цели

Цел/ Събитие	Увеличаване на туристопотока	Ангажираност на посетителите	Икономически ефект за местния бизнес	Изграждане на дестинационен бранд	Средна оценка по показателя
Фолклорен извор	5 (над 5 000 посетители)	5 (висока културна автентичност, местно участие)	4 (умерени приходи и нощувки)	5 (разпознаваем фолклорен фестивал)	4,75

Свищовски лозници	5 (над 5 000 посетители)	5 (празник с активно участие на общността)	5 (високи приходи от нощувки)	5 (официален празник с имиджова стойност)	5
Орел на Дунав	4 (2–3 хил. посетители)	4 (участие на исторически клубове и публика)	4 (добър принос при ограничена инфраструктура)	4 (бранд чрез историческа идентичност)	4
Звездици за Лора	4 (2–3 хил. участници)	4 (ангажираност чрез участие в конкурс)	3 (нисък, с ограничена продължителност на престоя)	3 (младежка културна насоченост)	3,5
Кафе-театри	3 (около 2 хил. участници)	4 (включване на местна публика и артисти)	5 (висока възвръщаемост при ниски разходи)	3 (локален театрален бранд)	3,75
Харизмата на хорото	4 (3–4 хил. участници)	4 (включване на танцови формации)	3 (ограничен ефект, кратък престой)	4 (фолклорна идентичност за младежка публика)	3,75

Анализът показва, че организиранияте събития в Община Свищов постигат висока степен на **изпълнение на заложените цели**, с особено изразено въздействие в следните направления: **(1) увеличаване на туристопотока, (2) повишена ангажираност на посетителите, (3) стимулиране на местната икономика и (4) изграждане на разпознаваем дестинационен бранд.**

Разглеждането на данните от табл. 5 в контекста на диверсификацията на туристическия продукт на Община Свищов чрез организиране на събития позволява провеждането на задълбочен аналитичен прочит на културните инициативи и тяхната роля за устойчивото развитие и стратегическо позициониране на дестинацията на национално и регионално ниво.

Таблица 5.

Оценъчна скала на Модела за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития в Община Свищов

Събитие	Ядро	Микро среда	Целеви пазари	Вид	Времево позициониране	Инфраструктура	KPI постигнати цели	Средна оценка
Фолклорен извор	5	5	5	5	5	4	4.75	4.82
Свищовски лозници	4	4	4	4	5	5	5	4.43
Орел на Дунав	5	4	4	5	4	3	4	4.14
Звездици за Лора	4	4	4	4	4	4	3.5	3.93
Кафе-театри	3	3	3	3	3	3	3.75	3.11
Харизмата на хорото	4	4	4	4	4	4	3.75	3.96

Резултатите от анализа сочат, че най-висока ефективност сред събитията в Община Свищов демонстрира националният фестивал „Фолклорен извор“, оценен със средна стойност 4.82. Отличителните му характеристики включват ясно дефинирано тематично ядро, силна обвързаност с местната културна среда, добре таргетирани целеви публики и високо ниво на участие на местната общност. Провеждан извън активния туристически сезон, фестивалът съществено допринася за удължаване на туристическия цикъл, повишаване на посещаемостта и изграждане на устойчив бранд, базиран на нематериалното културно наследство.

Следващото по значимост събитие е „Свищовски лозници“ със средна оценка 4.43. Макар и с по-общ тематичен профил, то се отличава с дълбока обвързаност с местната традиция, широка обществена разпознаваемост и активна подкрепа от общината. Събитието играе съществена роля за укрепване на вътрешния туристически поток и засилване на културната идентичност на дестинацията.

Данните от анализа показват, че събитията в Община Свищов имат съществен принос за увеличаване на туристопотока, особено в летния и есенния сезон. Участието на местни общности и степента на удовлетвореност показва високо ниво на ангажираност от страна на посетителите. Макар да не се регистрира пряк ръст на постъпленията в общинския бюджет, събитията оказват положително въздействие върху местния бизнес. Освен това

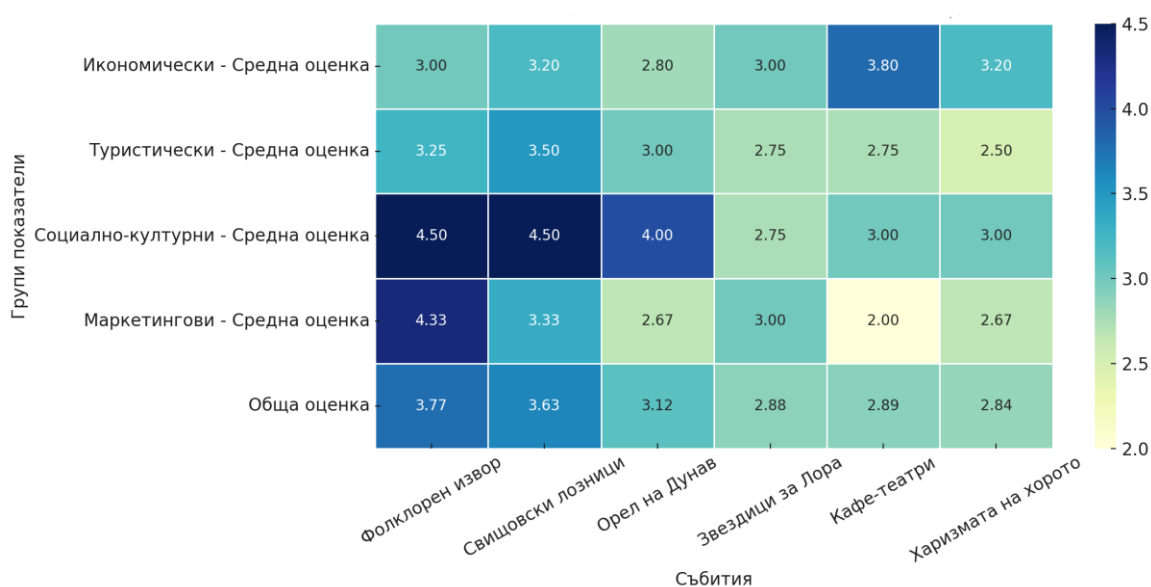
допринасят значително за формиране и утвърждаване на бранд идентичността на дестинация Свищов. Ефектите върху бюджетните постъпления на общината са ограничени, а публичната осведоменост извън кръга на участниците остава недостатъчна.

В **четвърти параграф** е извършена оценката на ефективността от организирането на събития като инструмент за диверсификация на туристическия продукт в Община Свищов. Тази оценка се основава на прилагането на ключови показатели за ефективност (KPI), които обхващат четири основни групи – икономически, туристически, социално-културни и маркетингови групи показатели.

За всяко от събитията е извършена индивидуална оценка на ефективността, като са използвани данни за последната година от неговото провеждане. За пет от водещите събития, проведени в общината през 2024 г. („Фолклорен извор“, „Свищовски лозници“, „Звездици за Лора“, „Харизмата на хорото“ и „Кафе-театри“), са използвани актуални емпирични и анкетни данни. За фестивала „Орел на Дунав“, който е изваден от културния календар на общината след 2023 г., оценката е извършена въз основа на данните от последната година на провеждане в Свищов.

Важно уточнение при интерпретацията на икономическите резултати е възможността за изкривяване на оценката на икономическата ефективност и възвръщаемостта на събитията, тъй като в голяма част от случаите Община Свищов поема разходите за организацията, без да реализира преки приходи от участниците. Основният икономически ефект се концентрира в местния бизнес – хотели, ресторанти и търговски обекти, като отчетените приходи се основават на официално декларирани данни за нощувки. За самата община индикатор за индиректен икономически принос остават постъпленията от туристически такси, които, макар и слабо изразени в абсолютна стойност, създават предпоставки за устойчиво развитие.

- **Икономически показатели.** Средната оценка в тази група варира от 2.8 („Орел на Дунав“) до 3.8 („Кафе-театри“). Макар че всички събития отчитат висок брой посетители (оценка 5), приходите от нощувки и възвръщаемостта на инвестициите (ROI) са с най-ниски стойности (оценка 1) при повечето събития. Това се дължи на факта, че общината финансира събитията, но не реализира преки приходи от участниците, а официално декларираните постъпления от туристически такси са ниски.



Фигура 4. KPI оценка на събитията в Община Свищов

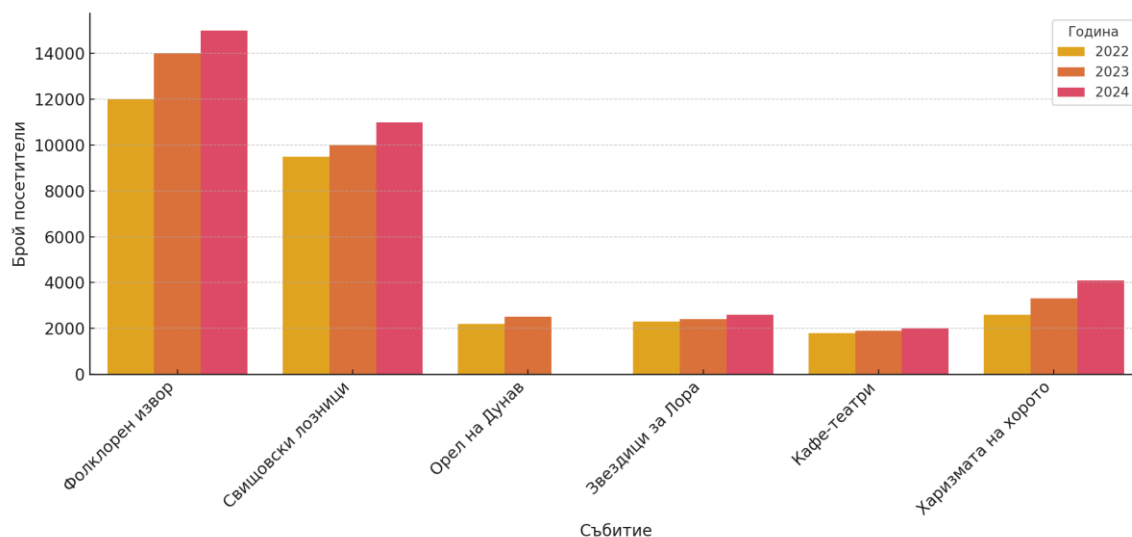
- **Туристически показатели.** В тази група се наблюдава умерена до ниска ефективност. Най-високи средни стойности постигат „Свищовски лозници“ (3.5) и „Фолклорен извор“ (3.25), докато останалите събития са в диапазона 2.5–3.0. Показателят „брой нощувки“ отбелязва най-слабо представяне, което свидетелства, че повечето събития не стимулират продължителен престой, характерен за устойчив туристически интерес.

- **Социални и културни показатели.** Тази група е с най-високи стойности, като „Фолклорен извор“ и „Свищовски лозници“ постигат средна оценка 4.5, а „Орел на Дунав“ – 4.0. Силната ангажираност на местната общност, висока степен на културна автентичност и участие на занаятчии и артисти засилват идентичността на събитията и ги позиционират като инструмент за културно опазване. По-ниски стойности при „Звездици за Лора“ и „Кафе-театри“ отразяват по-ограниченото въздействие в социално-културен план.

- **Маркетингови показатели.** Резултатите в тази група варират съществено – от 4.33 за „Фолклорен извор“ до 2.00 за „Кафе-театри“. Висока активност в социалните мрежи и добра ангажираност на партньори и спонсори засилват ефекта при фолклорните и градските празници. За останалите събития се отчита ограничена медийна видимост и нисък интерес от спонсори, което затруднява изграждането на устойчив събитиен бранд.

Резултатите съвпадат с оценките по Модела за диверсификация, като „Фолклорен извор“ и „Свищовски лозници“ отново се открояват като водещи събития с устойчив потенциал за развитие на туризма. Те комбинират висока културна стойност, добро маркетингово позициониране и икономически ползи за местната общност. „Орел на Дунав“, макар да има силно ядро и нишова насоченост, страда от ограничена инфраструктура и оттегляне на подкрепата от общината. Събития като „Звездици за Лора“ и „Кафе-театри“ изпълняват по-скоро локални и образователни функции, без съществен икономически или туристически ефект.

За определяне на акумулацията ефект и устойчивият принос на събитийния туризъм към туристическото търсене, икономическото въздействие и утвърждаването на имиджа на Свищов като атрактивна туристическа дестинация се анализира туристическата активност в Община Свищов за периода 2020–2024 г., извършен въз основа на анкетни и емпирични данни.



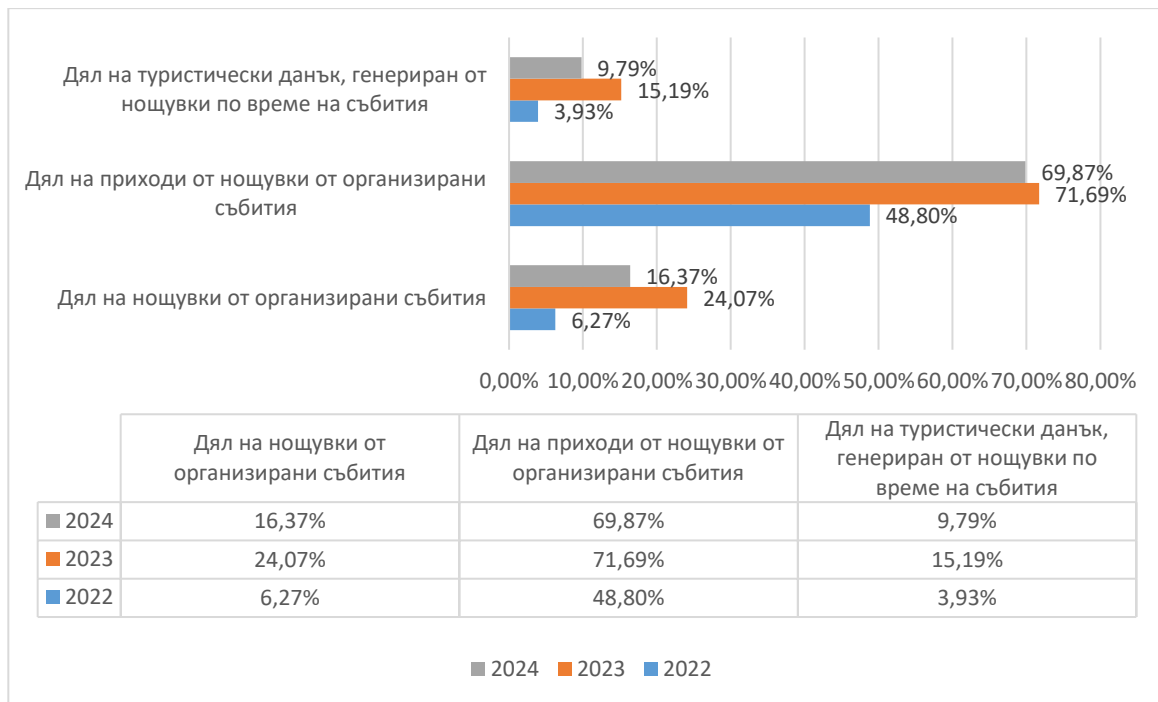
Фигура 5. Съпоставка на броя посетители по събития за периода 2022–2024 г.

Данните ясно открояват две водещи събития по показателя „брой посетители“ – „Фолклорен извор“ и „Свищовски лозници“, които формират ядрото на събитийния календар на Община Свищов и играят ключова роля в стимулирането на туристическата активност. „Фолклорен извор“ привлича хиляди участници и зрители от страната и чужбина, утвърждавайки се като събитие с международна значимост, което обединява представянето на традиционна музика, танци и обичаи. Широкият географски обхват на посетителите и високата степен на ангажираност на местната общност го превръщат в събитие с мултиплициращ ефект върху местната икономика и имиджа на дестинацията.

От своя страна, „Свищовски лозници“ носи заряда на дълбоко вкоренена градска традиция, като обединява елементи от културата, фолклора и винопроизводството. Събитието има устойчиво присъствие в местната идентичност и привлича широка публика от региона и други части на страната. Високата му посещаемост се обуславя от добрата логистична обезпеченост, централното му разположение в културния календар и активната институционална подкрепа. И двете събития функционират като ефективни

инструменти за разширяване на туристическия сезон, активиране на местния бизнес и повишаване на разпознаваемостта на Свищов като събитийна дестинация.

Данните от фиг. 6 показват отчетлива възходяща тенденция по отношение на икономическата значимост на организирани събития за периода. Най-силно изразен е приносът по показателя „дял от приходите от нощувки“, където събитията формират съответно 48.80% от всички приходи през 2022 г., 71.69% през 2023 г. и 69.87% през 2024 г.



Фигура 6. Дял на организирани събития в основните икономически показатели за отчитане на туризма в Община Свищов за периода 2022-2024 г.

В по-умерен мащаб, но с отчетлив растеж, се проявява приносът по показателя „дял на нощувки от организирани събития“. Той нараства от 6.27% през 2022 г. до 24.07% през 2023 г., след което се задържа на 16.37% през 2024

г. Относителният дял на туристическия данък, генериран в хода на събитията, следва сходна логика. Той бележи най-ниска стойност през 2022 г. (3.93%), когато системата на отчетност все още не е в пълна степен синхронизирана с активизацията на туризма. Впоследствие се наблюдава значително увеличение – до 15.19% през 2023 г., и слабо понижение до 9.79% през 2024 г.

Анализът на маркетинговите показатели, извлечен от анкетното проучване и обобщените данни за посещения в туристическите обекти на Община Свищов, ясно потвърждава значимия ефект на организиранията събития върху популярността и имиджа на дестинацията. Всички основни събития в общината – включително „Фолклорен извор“, „Свищовски лозници“, „Орел на Дунав“, „Звездици за Лора“, „Кафе-театри“ и „Харизмата на хорото“ – са обвързани с ясно формулирани цели, насочени към изграждане на бранд идентичност, популяризиране на дестинацията и повишаване на посещаемостта на културните обекти.

Анализът на данните показва, че организиранията събития не само генерират туристически поток, но и създават значим икономически принос. Делът на приходите от нощувки, реализирани по време на събития, както и увеличените постъпления от туристически данък, свидетелстват за нарастващата ефективност на този тип туризъм. За по-пълноценно използване на потенциала е необходимо по-добро интегриране на местния бизнес и насърчаване на по-дълъг престой, с цел увеличаване на добавената стойност за дестинацията.

В пети параграф се извеждат мерки и препоръки за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития на ниво община. Туристическият сектор в Община Свищов, въпреки значителния си културно-исторически ресурс и активен събитийно-културен календар, остава с неизползван потенциал поради съществуващи структурни и управленски предизвикателства. Основните проблеми се концентрират около липсата на цялостна маркетингова стратегия и слабата дигитализация, които

възпрепятстват ефективното позициониране на дестинацията и нейното представяне пред външни публики. Разпознаваемостта на общината като туристическа дестинация е ограничена, а дигиталните и комуникационни инструменти са слабо развити, остарели или напълно липсват. Това затруднява ориентацията на съвременния турист, който разчита на мобилни приложения, резервационни платформи и визуални идентификационни елементи.

Освен технологичните дефицити, ясно се откроява и проблемът с недостатъчното партньорство със секторни организации и туроператори, което затруднява включването на Свищов в национални туристически маршрути и културни пакети. Въпреки своето разнообразие и богатство, ресурсите на дестинацията са слабо социализирани – много от тях не предлагат ангажиращо туристическо преживяване, а се възприемат като пасивни културни обекти. Допълнително, липсата на ангажираност от страна на местния бизнес ограничава възможностите за устойчиво туристическо развитие.

Свищов продължава да се възприема основно като академичен център, а не като утвърдена туристическа дестинация. Това затвърждава сезонността на посещенията и намалява шансовете за изграждане на разпознаваем туристически бранд. Въпреки това, Свищов разполага със стратегически предимства, които могат да бъдат активирани чрез целенасочени и взаимодопълващи се мерки.

Първата стъпка е създаването на интегрирана културно-туристическа стратегия, съобразена с Плана за интегрирано развитие на общината и включваща конкретни цели, индикатори и приоритети. Втората насока обхваща развитието на дигитална платформа и визуална идентичност на събитията, заедно със съвременни маркетингови практики. Паралелно с това следва да се осъществи модернизация на инфраструктурата и да се осигури логистична обезпеченост за провеждане на събития на открито и в нестандартна среда. Публично-частните партньорства могат да стимулират

местната икономика, а участието в трансгранични инициативи да разшири пазарния обхват на дестинацията.

Събитийният туризъм в Свищов може да се превърне в основен инструмент за диверсификация и устойчив растеж, ако бъде управляван чрез стратегически модел с измерими индикатори (KPI), обвързан с реалната активност на местната общност, бизнеса и културните институции. Въвеждането на система за оценка и мониторинг дава възможност за проследяване на въздействието, оптимизиране на ресурсите и устойчиво развитие на дестинацията.

В обобщение на трета глава са изведени следните **изводи**:

Първо, ситуационният анализ на туристическите ресурси в Община Свищов разкри висока концентрация на културно-исторически активи и активни събитийни практики, които формират стабилна основа за развитие на диверсифициран туристически продукт. Приложението на идеографски подход и стандартизирана оценъчна скала позволи диференциране на обектите по значимост, достъпност, популярност и пригодност за събитийни инициативи.

Второ, апробирането на Модела за диверсификация на туристическия продукт чрез събития доказва неговата практическа приложимост като инструмент за стратегическо управление на дестинацията. Моделът интегрира концептуални и аналитични елементи, като успешно свързва ресурсния потенциал на дестинацията с оценката на въздействието на събитията чрез KPI показатели.

Трето, сравнителният анализ на ключови събития в общината очерта събития като „Фолклорен извор“ и „Свищовски лозници“ като добри практики, отличаващи се с висока степен на съответствие с критериите за устойчивост, културна идентичност и икономическа възвръщаемост. Те се утвърждават като водещи събития с висока стратегическа стойност за развитието на дестинацията.

Четвърто, моделът потвърждава ролята на събитийния туризъм като ефективно средство за преодоляване на сезонността, активиране на нови целеви групи и удължаване на престоя. Отчетени са положителни ефекти върху потреблението на културни услуги и повишаване на местната ангажираност, особено извън пиковите месеци.

Пето, наред с потенциала, анализът разкри и съществени ограничения – слаба дигитализация, недостатъчна координация между заинтересованите страни и липса на стратегически маркетинг. Предложените мерки очертават посоки за подобрене, които могат да допринесат за утвърждаването на Свищов като устойчива и разпознаваема културно-туристическа дестинация в регионален и трансграничен контекст.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Резултатите от проведените изследвания в Първа, Втора и Трета глава потвърждават постигането на основната цел и задачите на дисертационния труд, както и валидират изведената изследователска теза.

Постигнатите резултати демонстрират приложимостта на аналитичния подход и потвърждават неговата адаптивност към условията на дестинации със среден мащаб, специфичен туристически профил и културна наситеност.

Дисертационният труд очертава конкретни възможности за трансформация на туристическото предлагане в условия, при които преживяването, културата и локалната ангажираност са водещи фактори за конкурентоспособността на дестинациите.

IV. СПРАВКА ЗА НАУЧНИТЕ И НАУЧНО-ПРИЛОЖНИТЕ ПРИНОСИ В ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Обогаляване на теоретичната рамка на туристическия продукт и събитийния туризъм чрез концептуално систематизиране и критичен анализ на водещи научни концепции, прецизиране на ключови понятия и формулиране на авторова дефиниция, с фокус върху възможностите за диверсификация чрез събития в контекста на интегрирано туристическо управление.

2. В резултат на очертана теоретико-методологична рамка за стратегическо управление на събитията в дестинацията е разработен модел за диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития, допълнен с матрица „ресурси – събития“, портфолио подход и система от ключови показатели за изпълнение (KPI).

3. Въз основа на емпирично апробиране на предложения модел в реална дестинационна среда – Община Свищов, чрез ситуационен анализ и класификация по типологичен и идеографски подход е извършена оценка на туристическите ресурси и събития с потенциал да генерират туристическо търсене, както и на техния ефект върху развитието на дестинацията.

4. Разработване и прилагане на система за измерване на ефективността чрез KPI анализ, като инструмент за оценяване въздействието на организираните събития върху диверсифицирането на туристическия продукт в дестинацията.

5. Формулирани са практически насоки за устойчиво развитие на дестинации чрез събитийна диверсификация, подобряване на управлението на събития и ефективно позициониране на дестинацията, с приложимост в Община Свищов и други дестинации със сходен профил.

СПИСЪК НА ПУБЛИКАЦИИТЕ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

Глава от монография, индексирана в Scopus:

1. Ilieva, L.M., Procenko, Y.V., Todorova, L.K., **Spasova, S.P.**, Chumikova, S.Y. (2022). Innovative Solutions Through Digitalization of the Tourism Business as a Result of the COVID-19 Pandemic. In: Bogoviz, A.V., Popkova, E.G. (eds) Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development. Advances in Science, Technology & Innovation. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-04289-8_79

Статии:

1. Ilieva, L., Bozhinova, M., Todorova, L., Marinov, M., Ismailov, T., & Spasova, S. (2024). Festivals: an Opportunity for Sustainable Development of Tourism Regions. Revista De Gestão Social E Ambiental, 18(11), e09356. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n11-069>

2. Спасова, С. Диверсификация на туристическия продукт чрез организирани събития, Годишен алманах „Научни изследвания на докторанти“ 2024 г., Брой XVII - 2024 г., Книга 20 - Студии и статии (под печат)

Доклади:

1. **Спасова, С.** Предизвикателства пред организирането на събития в условията на COVID-19, Сборник с доклади от конференция „Устойчиво развитие и социално-икономическа кохезия през XXI век – тенденции и предизвикателства“, том 2, Академично издателство "Ценов", 2021, с.796-804, ISBN 978-954-23-2069-2

2. **Спасова, С.**, Илиева, Л. Изследване на потенциала за развитие на иновативни форми туризъм в България, Сборник с доклади от Кръгла маса с международно участие Търговията - научно знание и бизнес реалност, Академично издателство "Ценов", 2021, с. 265-271, ISBN - 978-954-23-2005-0

3. **Спасова, С.**, Илиева, Л. Организиране на събития чрез изградени формални и неформални мрежи, Сборник с доклади от Национална кръгла маса на тема: „Формалните и неформални иновационни мрежи“, проведена на 27 май 2024 г. в СА „Д. А. Ценов“ гр. Свищов, Академично издателство "Ценов", 2024, с. 131-139, ISBN: 978-954-23-2493-5

4. Кръстанова, В. **Спасова, С.** Въздействие на фестивалите върху хотелиерския бизнес в селските територии, Сборник с доклади от Кръгла маса-дискусия на тема „Теория и практика за устойчиво управление и развитие на

селските територии в България”, проведена на 30 май 2024г. в СА „Д. А. Ценов“ гр. Свищов, Академично издателство "Ценов", 2024, с.355-361, ISBN: 978-954-23-2491-1

ДЕКЛАРАЦИЯ ЗА ОРИГИНАЛНОСТ И ДОСТОВЕРНОСТ

от Сиана Пламенова Спасова,
докторант в задочна форма на обучение
към катедра „Икономика и управление на туризма”
при Стопанска академия „Д. А. Ценов” – Свищов

Във връзка с провеждането на процедура за придобиване на образователна и научна степен „доктор“ по докторска програма „Икономика и управление (туризъм)“ декларирам, че:

1. Резултатите и приносите в дисертационния труд на тема: „Диверсификация на туристическия продукт чрез организиране на събития“ са оригинални и не са заимствани от изследвания и публикации, в които авторът няма участие;

2. Представената от автора информация във вид на копия на документи и публикации, лично съставени справки и други, съответства на обективната истина;

3. Научните резултати, които са получени, описани и/или публикувани от други автори, са надлежно и подробно цитирани в библиографията.

Настоящият дисертационен труд не е прилаган за придобиване на научна степен в друго висше училище или научен институт.

Дата: м. юни 2025 г.
гр. Свищов

Декларатор:.....
/докторант - Сиана Спасова/