

**ТУРИЗМЪТ В КОНТЕКСТА НА КУЛТУРНО-
ИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО В ОБЩИНА ПЛЕВЕН**

доц. д-р Пенка Горанова
Стопанска академия „Д. А. Ценов“

**TOURISM IN THE CONTEXT OF THE CULTURAL AND
HISTORIC HERITAGE OF PLEVEN MUNICIPALITY**

Assoc. Prof. Penka Goranova, PhD
D.A. Tsenov Academy of Economics

Анотация: Туризмът, в класическия смисъл, се нарича пътуване с цел отдих и развлечение. Той може да се разглежда и като стопански отрасъл, който обслужва туристическата дейност. Чрез туристическите пътувания се създават условия за запознаване на туристите с културата на посещаваната дестинация, за обогатяване на техните знания и умения в определени области – фолклор, местни занаяти, живопис, музика и други.

Ключови думи: туризъм, култура, туристическа дейност, политика, стратегия, културен туризъм.

Abstract: Tourism, in its classical sense, is called a voyage with purpose of recreation and entertainment. It can be seen as an economic sector that serves a tourist activity. Through tourism, conditions to familiarize tourists with the culture of destinations, to enrich their knowledge and skills in certain areas – folklore, local crafts, painting, music and more – are created.

Keywords: tourism, culture, tourism activity, policy, strategy, cultural tourism.

Въведение

Туризмът е един от ускорителите на глобализацията, обхващащ във все по-голяма степен различните аспекти на социално-икономическото и културното развитие в световен мащаб. Приоритетно направление в устойчивото развитие на туристическата индустрия е културния туризъм. Неговото бъдеще, както и опазването на културното наследство, до голяма степен зависи от това кой го управлява.

Предмет на изследване в настоящата разработка е състоянието на културния туризъм в община Плевен и възможностите му за развитие.

Обект на изследване е културното наследство на община Плевен и нейното богатство от туристически ресурси, които са основа за развитието на културния туризъм и за привличането да туристи в Общината.

Основна цел на изследването е да се анализират условията, осигуряващи развитието на културен туризъм на територията на община Плевен и на тази основа да се формулират препоръки за по-успешно развитие на този вид туризъм в дестинацията.

Конкретните *научно-изследователски задачи* за постигане на целта на изследването се дефинират както следва:

- Да се очертаят теоретичните основи за развитието на културен туризъм.
- Да се направи анализ на условията за развитие на културен туризъм на територията на община Плевен.
- Да се изведат възможностите за усъвършенстване на развитието на културния туризъм в община Плевен.

Хипотезата, върху която се работи в разработката е, че община Плевен има благоприятни ресурси за развитието на културен туризъм, но недостатъчна политика по отношение на бъдещата му перспектива.

1. Същност и особености на културния туризъм

Културният туризъм се базира на консумиране продуктите на културата като цяло и на културно-историческото наследство на човешката цивилизация – в частност. Развитието на културния туризъм е от полза за опазването на паметниците на културата и културното наследство, както и за устойчивото развитие на съвременното общество.

Утвърждаването на термина е процес, който се инициира с поставянето на акцент върху културното направление като водеща концепция в различни проекти, декларации, конвенции и други официални документи на редица международни организации, сред които се открояват:

ЮНЕСКО различава културния туризъм от всички останали форми на туризма, поради това, че „отчита културата на други народи”.

Според Световната туристическа организация (СТО), същността на явлението културен туризъм се изразява в следната дефиниция: „*Културният туризъм е движение на хора със силна културна мотивация – изящни изкуства, пътувания до фестивали и други културни събития, посещения на забележителности и паметници*”.

Според Международната харта на ИКОМОС, културният туризъм е вид туризъм, който използва като ресурс наследството – културните и природните ценности на страната, съхраняващи колективната памет на обществото.

„Културният туризъм” може да се представи като „специализирано туристическо пътуване, мотивирано от задоволяване на социокултурни потребности чрез консумация на културни ценности.”[1]

Можем да обобщим, че под културен туризъм се разбират *пътувания с цел посещението на културни паметници, опознаването на чужди култури*. Особеностите на културния туризъм се свеждат до:

- **липсата на сезонност в практикуването му**, тъй като антропогенните ресурси могат да бъдат посещавани през цялата година и не се влияят особено от климатичните промени на времето;
- **всеки негов обект съдържа информация за определени събития или дори за цели исторически периоди**, като това определя и тяхната уникалност и естетически качества;
- **мобилността или преобладаване на пътуването в сравнение с престоя**, пред стационарния характер на морския ваканционен туризъм;
- **възможността за съчетаването му с всички останали форми на туризъм**;
- **автентичността** на културния туризъм, даваща възможност за свързване в общ модел двете съставни части в развитието на туризма – туриста и атракцията.

Културният туризъм способства за опазване, изучаване, сравнение и съхраняване на културното наследство на народите[2]. Използването на културния туризъм се

превръща в средство за промяна на градовете, привличане на външни инвестиции и подобряване имиджа на съответната дестинация. А процъфтяващата култура често може да подобри социално-икономическото състояние на града/дестинацията и да допринесе положително за местния обществен живот.[3]

„Постмодерният човек се намира в едно постоянно търсене на нещото, което го определя и изразява, липсата на време и невъзможността за изживяването на определени дейности, еднообразието във всекидневието, извиква нуждата от компенсацията на тези дефицити по време на почивката.“[4]

2. Условия за развитие на културния туризъм в община Плевен

Според маркетинговите специалисти, туристическата дестинация представлява дефиниран географски регион, който привлича туристи и на чиято територия се наблюдава концентрация на туристически атракции, средства за подслон и други удобства и услуги за туристите[5]. В съдържателен аспект, дестинацията се разглежда като съвкупност от туристически продукти и услуги, които в комбинация формират тоталния туристически продукт на дестинацията. В този смисъл, *три са елементите на тоталния продукт, които характеризират даден регион като важна туристическа дестинация – атрактивност, достъпност, удобства.*

Атрактивността на дадена дестинация за културен туризъм следва да се определя от способността на антропогенните и туристически ресурси да удовлетворяват потребности у туристите като познание, обогатяване на културата, разнообразие. Колкото по-многобройни и качествени са тези ресурси, толкова по-привлекателна ще бъде съответната дестинация за туристи.

• *Антропогенни туристически ресурси*

Антропогенните туристически ресурси са първичните туристически ресурси за развитието на културния туризъм. Към тях спадат културните и исторически ценности на един народ, които той създава във времето на своето изграждане и развитие. Много изследователи причисляват към антропогенните ресурси и фестивалите и специалните събития, като форма на културни ценности. Най-общо фестивалът се определя като „общодостъпен тематичен празник“, а специалното събитие е „социално или културно преживяване извън нормалния диапазон от възможности в ежедневието.“[6] Ролята на антропогенните туристически ресурси за развитието на културния туризъм се състои в три аспекта:

- Туристическите обекти следва да отговарят на потребностите и мотивите на туристите, т.е. да притежават качеството **атрактивност**;
- Да отговарят на **познавателните мотиви** на туристите, да попълват неговите образователни или общокултурни знания;
- Да провокират **естетически мотив** у туристите – да доставят удоволствие и формират позитивен мироглед у хората.

„Посещаването на антропогенните туристически ресурси с развлекателна цел е израз на утвърждавания стремеж към „бягство“ от недъзите на съвременната урбанизация; реално, пълноценно използване на увеличеното свободно време и парични средства.“[7]

Община Плевен изобилства от антропогенни ресурси. В настоящата разработка ще бъдат споменати само тези, които имат най-голямо значение за развитието на културния туризъм. Това са:

- парк Кайлъка, който се намира на 2.7 км. южно от центъра на града, на високо равно плато, на левия бряг на река Тученица;

- Крепост „Сторгозия”, която е късноантична и ранновизантийска крепост;
- античното селище Сторгозия, което води началото си от пътна станция в Римската империя. Населението на пътната станция се предвижда към природно укрепения терен, където са изградени защитни съоръжения.

• **Културно-исторически туристически обекти на територията на община Плевен са:** Военноисторически музей–Плевен [8]; Панорама „Плевенска епопея 1877г.“ [9]; Скобелев парк музей [10]; Мавзолей-параклис „Св. Георги Победоносец“ [11]; Къща музей „Цар Освободител Александър II“ [12]; Драматично-уклен театър „Иван Радоев“ [13]; Късноантична римска крепост Сторгозия [14]; Художествена галерия „Илия Бешков“ [15].

3. SWOT-анализ на община Плевен като дестинация на културен туризъм

Посредством този вид анализ (вж. табл. 1) се разглеждат елементи на микро и макросредата на туристическата дестинация. Силните и слаби страни характеризират вътрешни за дестинацията фактори. От външната, за община Плевен, среда произтичат определени възможности и заплахи, от които дестинацията може да се възползва или да се опита да избегне.

Таблица 1. SWOT-анализ на община Плевен като дестинация на културен туризъм

Силни страни	<ul style="list-style-type: none"> • Благоприятно географско местоположение. • Добра транспортна достъпност. • Съхранена природна среда. • Богата флора и фауна. • Наличие на защитени територии, местности и зони. • Богато културно-историческо наследство. • Съхранени фолклор, бит, традиции и автентични ястия. • Значими археологически открития. • Местното население е гостоприемно и има добро отношение към туризма. • Добра техническа и социална инфраструктура. • Наличие на специализирана туристическа инфраструктура. • Добре развита супер-структура[16], достатъчна да удовлетвори туристическото търсене. • Добро съотношение цена – качество на предлаганите продукти. • Увеличаване на инвестициите в сферата на туризма. • Наличие на туристически информационен център. • Наличие на туристически информационен сайт. • Безопасен район по отношение на природни бедствия и човешки дейности (престъпност и тероризъм).
Слаби страни	<ul style="list-style-type: none"> • Слаба привлекателност на допълнителните туристически услуги и специалните събития. • Отсъствие на комплексен маркетингов подход в управлението на туристическите фирми. • Липса на консолидация и единодействие сред туристическия бранш. • Ниска трудова мотивация на заетите в туризма. • Недостатъчно средства за реклама на общината като туристическа дестинация. • Недостатъчно използване на съвременните информационни средства за популяризиране и промотиране на дестинацията.

Възможности	<ul style="list-style-type: none"> • Създаване на интегрирани туристически продукти. • Инициативи в областта на публично-частните партньорства за привличане на инвеститори в туризма. • Планиране и реализиране на целенасочени медийни кампании и засилване на рекламата за популяризиране туризма в общината – презентации по време на престижни туристически форуми, привличане на известни специалисти в областта на връзките с обществеността и публични личности, прожектиране на имиджови филми по релевантни канали, производство и разпространение на заинтригуващи рекламни традиционни и електронни материали. • Производство и търговия на сувенири с акцент върху автентични за Общината символи, които да се предлагат на туристите. • Формиране и реализиране на анимационни продукти – възстановки на събития, етюди от различни епохи, модни дефилета и дефилета на бит и обичаи. • Обособяване на място в централната част на града за любителско творчество на открито. • Насърчаване и развитие на малкия и среден бизнес в сферата на туризма. • Възможности за развитие на трансгранично сътрудничество в сферата на туризма. • Идентифициране на района като атрактивна туристическа дестинация. • Съвместни проекти и взаимодействие в сферата на туризма със съседните общини. • Интегрирано планиране в използването на природните и културно-исторически ресурси с цел осигуряване развитието на туризма. • Привличане на частни инвестиции и финансови средства от европейски програми.
Заплахи	<ul style="list-style-type: none"> • Засилване неблагоприятните тенденции на демографските показатели. • Липса на насърчения, държавна подкрепа и финансиране за подобряване и развитие на селските райони и инфраструктурата. • Природни бедствия и епидемии. • Глобални екологични заплахи. • Риск от влошаване параметрите на околната среда.

Като обобщение на направения анализ, може да се заключи, че е налице значителен потенциал за развитие на туризма в община Плевен. За ефективното му оползотворяване е необходимо да се предприемат действия за справяне със слабите страни и да се използват ефективно силните страни, съобразно възможностите и заплахите, чрез едно организационно структурирано управление. Още повече интересът на търсенето на културен туризъм е насочен към туристически **продукт**, предлагащ алтернатива на ежедневието на потенциалните потребители в среда «антиподна» на тази в постоянното им местожителство. Главната потребителна стойност на продукта на културния туризъм са предимно антропогенните туристически ресурси, които се явяват средство за разпространение на духовни и културни ценности.

4. Подходи за развитието на културния туризъм в общината

- *Създаване на качествени интегрирани туристически продукти*

Целта е да се остойността устойчиво туристическите ресурси на община Плевен чрез интегрирането им в туристически продукти с голяма добавена стойност, отговарящи на изискванията на потребителите[17].

Ресурсите на община Плевен позволяват формирането и предлагането на три основни продуктови линии, които кореспондират със съвременните доминиращи мотиви за предприемане на туристическо пътуване: културно-познавателен туристически продукт; екологичен-селски туристически продукт и спортно-развлекателен туристически продукт.

- *Провеждане на маркетингови комуникации в България и чужбина*

Успехът на туристическата дестинация зависи до голяма степен от ефективността на маркетинговите ѝ комуникации. „Комуникационният микс или промоцията в най-широкия смисъл на термина може да изпълнява минимум три или повече задачи – да информира аудиторията, да настоява или да напомня на целевата аудитория.“[18]

Важна роля следва да се отрежда на специфичните комуникационни канали и средства. При туристическата дестинация такива се явяват информационните офиси в страната и на емитивните пазари, туристическите изложения и борси, експедиентските пътувания за туроператори и турагенти, туровете за журналисти, брошурите и наръчниците за партньори – продавачи и клиенти.

- *Организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма.*

- *Провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината.*

- *Реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения.*

- *Реклама в страната и в чужбина на туристическите обекти, намиращи се на територията на общината*

Заклучение

От направения преглед на община Плевен като дестинация за културен туризъм, може да се заключи, че регионът има потенциал да се превърне в предпочитана туристическа дестинация за привържениците на този вид туризъм. Част от предпоставките за развитие на културния туризъм в областта са налице, други обаче тепърва ще трябва да се изградят и да станат предмет на общи усилия между областни и общински институции и неправителствени организации, от една страна, и туристическа индустрия, от друга.

Основната цел, която анализът си поставя е постигането, чрез туризма, на икономически растеж, който да подобри качеството на живот в община Плевен, съхранявайки нейното природно и културно наследство за бъдещите поколения, чрез позиционирането ѝ на пазара като туристическа дестинация, предлагаща привлекателни и качествени туристически продукти с голяма добавена стойност, доставящи високо удовлетворение на потребителите.

Бележки:

- [1] Костов, Ен., Културният туризъм, София, Изд. Университетско издателство „Стопанство”, 2001.
- [2] Вж. Hughes, H. Culture and tourism: A framework for further analysis. *Managing Leisure*, 7(3), 2002, pp. 164–175.
- [3] Smith, M.C. *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, 2003, p.153.
- [4] Рибов, М., Туризмът на новото хилядолетие, София, 2003.
- [5] Ракаджийска, С., Маринов, С., Маркетинг в туризма, Икономически университет – Варна, изд. „Наука и икономика”, 2004, с. 192.
- [6] Апостолов, Н., Туристически ресурси, Икономически университет – Варна, 2003, с.169.
- [7] Пак там, с.170.
- [8] Една от първите музейни институции на Следосвобожденска България, отвори-ла врати още през 1907 г., вече век събира, съхранява, изучава и популяризира културно-историческото наследство на Руско-турската война от 1877-1878 г. Днес в структурата им са 9 музея и 166 паметника.
- [9] Панорамата, която представя събитията от Плевенската епопея. Сградата симво-лизира трите щурма и блокадата на града. В парка се намират още и Костница-та, къщата музей “Стоян и Владимир Заимови”, братски могили и паметници, а в батареи са подредени десетки автентични оръдия.
- [10] Скобелев парк – тържествено осветен заедно с къща музей “Цар Освободител Александър II” и параклис-мавзолей “Свети Георги Победоносец” на 3 септември 1907 г. в присъствието на височайши гости от Русия, българския държавен глава княз Фердинанд I.
- [11] Параклис-мавзолеят “Св. Георги Победоносец”, изграден в периода 1903-1907 г. в памет на загиналите руски и румънски войни в боевете около Плевен по време на Руско-турската война 1877/1878 г.
- [12] Къщата на плевенския търговец Иван Вацов, построена в навечерието на Руско-турската война 1877-1878 г. С богатата си вътрешна уредба е типичен пример за възрожденски градски бит. На 11 декември 1877 г. в този дом е посрещнат тър-жествено руският император Александър II.
- [13] Като професионален театър съществува от 1919 година. Сградата, която обитава плевенската трупа, е построена в края на 19 век и разполага с четири сцени: го-ляма, камерна, сцена „Фоайе” и Арт-клуб (кафе-театър).
- [14] Античното селище Сторгозия води началото си от пътна станция в Римската им-перия, намираща се в центъра на съвременния Плевен, и вероятно създадена на мястото на по-старо тракийско селище. В града е настанен гарнизон, съставен от по-деления от I Италийски легион, разквартируван в Нове (край днешния Свищов).
- [15] Основана през 1958г по инициатива на работещите в града художници като фи-лиал на Исторически музей – Плевен, художествена галерия „Илия Бешков“, се помещава в специално построена за нея сграда през 1978г на бул. „Скобелев“ 1.
- [16] Към туристическата супер-структура се отнасят сградите, обзавеждането и обо-рудването на средствата за подслон, местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечение, посредническите фирми и търговските обекти.
- [17] За повече информация по разискваната тема вж. Moulin, C. and P.Boniface, *Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development*, *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 7, No. 3, 2001, pp. 237- 248.
- [18] Анастасова, Л. Маркетинг на туристически продукт – комуникационна политика в туризма и услугите, Изд. „ЕКС-ПРЕС“ Габрово, 2010, с. 37.

Литература:

1. **Анастасова, Л.** Маркетинг на туристически продукт – комуникационна политика в туризма и услугите, Изд. „ЕКС-ПРЕС“ Габрово, 2010.
2. **Апостолов, Н.** Туристически ресурси, Икономически университет – Варна, 2003.
3. **Костов, Ен.** Културният туризъм, София, Изд. Университетско издателство „Стопанство“, 2001.
4. **Рибов, М.** Туризмът на новото хилядолетие, София, 2003.
5. **Ракаджийска, С., Маринов, С.** Маркетинг в туризма, Икономически университет - Варна, изд. „Наука и икономика“, 2004.
6. **Сіорі, М. О.** Marketing Plan for the Development of Historical, Cultural and Wine Tourism in Prahova, Economic Sciences Series, Vol. LXII, No. 2/2010, pp. 116-123.
7. **Hughes, H.** Culture and tourism: A framework for further analysis. *Managing Leisure*, 7(3), 2002, pp. 164–175.
8. **McKercher, B.** Towards a classification of cultural tourists. *International Journal of Tourism Research*, 4(1), 2002, pp. 29–38.
9. **Moulin, C.** and P.Boniface, Routeing Heritage for Tourism: making heritage and cultural tourism networks for socio-economic development, *International Journal of Heritage Studies*, Vol. 7, No. 3, 2001, pp. 237- 248.
10. **Smith, M.C.** *Issues in Cultural Tourism Studies*, Routledge, 2003.