

ВЪЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМИ В ОРГАНИЗАЦИЯТА НА РАЗЛИЧНИ ВИДОВЕ АЛТЕРНАТИВНИ ПЪТУВАНИЯ

Доц. д-р Йордан Йорданов
Лесотехнически университет – София
Катедра „Икономика“
Гл. ас. д-р Десислава Алексова
Международно висше бизнес училище

Резюме: Процесът на постепенно и трайно утвърждаване на алтернативните видове туризъм в българската пазарна и обществена среда е съпътстван с индикация на динамично променящи се проблемни условия и фактори, съчетани от паралелни възможности и предпоставки за успешното им развитие. Анализът на тенденциите в пазарния пробив на уникални съчетания или комбинации от алтернативни туристически предложения на все повече малки и средни фирми в различни български селища и региони през последните години, изискват разширение на дебата за целесъобразността от координирани действия на всички заинтересовани страни. Направен е опит да се споделят и експертно да се интерпретират някои от тези проблемни и перспективни условия.

Ключови думи: алтернативен туризъм, организирано и неорганизирано пътуване, пазарни и секторни проблеми и възможности, координирана политика.

Увод

Туризмът е сред най-динамично развиващите се икономически отрасли, както в световен, така и в национален мащаб. Приоритетната му роля в социално-икономическия живот на страна ни изисква гъвкава туристическа политика и адаптиране към променящата се във времето среда съобразно световните тенденции. В резултат на презастрояването и пренасянето на пазара се наблюдава известен спад на цените, което налага на България образа на евтина туристическа дестинация. Възниква необходимостта да се наблегне приоритентно вместо на масовия ваканционен летен и зимен туризъм, на алтернативно туристическо предлагане, включително във вътрешността на страната, което да допринесе за оползотворяване на националните природни и културно-исторически материални и нематериални богатства, привличане на по-платежоспособни туристи и развитие на устойчив целогодишен

туризъм. Пазарът изисква да се потърси алтернатива на традиционните туристически продукти, съобразно новите потребителски нужди и въвеждане на добри европейски практики.

Особености при организацията на алтернативни пътувания

Алтернативните видове туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажирания човешкия ресурс. Формите на алтернативното туристическо пътуване са две: **организирана и неорганизирана**. Туристическата статистика не само в България, а и в много други държави в Европа и света трудно улавя и за това не точно отразява общия брой през годината на индивидуално пътуващите любители на специализираните и хоби туристически програми. Само тази причина е достатъчна, за да се заяви, че е трудно да се каже, коя от двете групи -организирани или неорганизирани туристи преобладава в рамките на общия туристопоток.

Туристите предприемащи алтернативни пътешествия обикновено пътуват индивидуално или са организирани в малки до средно-големи групи. Те са любознателни, значително платежоспособни, с по-висока обща култура и очакват да научат повече за посещаваната страна и нейните жители по време на своята ваканция или да задоволят свои хоби интереси. Предпочитани дестинации са планинските и селски райони, по-малко познати и некомерсиални обекти и туристически зони, характеризирани се със собствен облик, автентична култура и съхранена природа. Туристическите програми обикновено включват разнообразни дейности, които не увреждат околната среда и не накърняват морала на местните жители. Основни доставчици на услуги са собственици на семейни хотели, къщи за гости, хижи, манастири, планински водачи, занаятчии, аниматори, коняри и др. /2/

Туроператорите са основните организатори на този вид пътувания през цялата година, като техните възможности зависят, както от тяхната специализация, така и от различни други условия и фактори. Специализираните туроператори, предлагащи алтернативни пътувания, следва да изпълняват конкретни ангажименти към ресурса, чрез който се реализира туристическият продукт. В практиката са установени редица изисквания и критерии, свързани с различни аспекти от работата им, които включват ангажименти към клиентите, персонала, търговските партньори и местни доставчици на стоки и услуги, спрямо посещаваните места и опазването на застрашени райони. /1/

Предизвикателства пред предлагането на алтернативни пътувания

Организирането на алтернативни туристически пътувания, традиционно са свързани с общите и специфични трудности и проблеми. Те произтичат от една типична характеристика на туристическия продукт – неповторимостта и уникалността на туристическата услуга.

Една от проблемните теми на много атрактивни места и туристически зони в България е **лошата инфраструктура, липсата или недостатъчната обща и туристическа инфраструктура**. На много места липсата на професионално и езиково подготвени кадри за целогодишно обслужване на гости от страната и чужбина по конкретните продуктови линии на алтернативното предлагане, пречат на тяхното развитие и на „осребряването” на местните природни и антропогенни ресурси.

Така например, типичен проблем на организацията на пътуванията, предпочитани от любителите на доброто вино и традициите, характерни за различните лозаро-винарски краища в България е липсата на настанителна и дегустационна база в техните комплекси. Редица лозаро-винарски изби не развиват винен туризъм, поради липсата на подготвени екскурзоводи, сомелиери или аниматори, подценявайки принципно тази форма за дребнови продажби на своите вина, особено в условия на финасова, икономическа и пазарна криза.

Включването на Белоградчишките скали в световен интернет конкурс през 2008 и 2010 г., подпомогна преодоляването на един от сериозните проблеми за развитие на организираните и неорганизираните, познавателен, хоби или екологичен туризъм в този туристически район. Гласуванията по интернет провокираха любителски интерес към този природен феномен и в град Белоградчик, в близост до скалните обра-

зувания се изгради високотехнологична хотелска база за посрещане на туристи през цялата година.

Тази атракция, станала достъпна за стотици хиляди български и чуждестранни граждани чрез интернет, реално разкрива нови възможности за предприемчивите, местни професионално подготвени кадри. Пазарните условия са благоприятни за разработване на тематични екскурзии и турове през четирите сезона на годината, включващи разнообразни природни и културно-исторически забележителности, разположени в целия регион на Северозападна България и т.н.

Един от успешните градове да създадат целогодишен интерес към алтернативните форми на туристическо предлагане е Каварна. Към опита на тази морска община следва да проявят интерес всички анализатори на тенденциите в алтернативния туризъм в морските райони където властва масовия ваканционен туризъм, чийто върхов период става все по кратък през последните години. Каварна е пример за община с ясна програма за развитие на алтернативен туризъм на базата на все по-атрактивни и променящи се в съответствие с потребителското търсене фестивални и културни събития през четирите сезона на годината.

Индивидуалните туристи-любители предпочитат пътувания, при които разчитат основно на собствените си проучвания и на местни посредници и фирми за организиране на своето пребиваване и целево пътуване до дадени интересни за тях обекти или зони /2/. Най-добрите помощници по места за туристите от двете групи особено в по-отдалечените и селски райони на България са **служителите в местните туристически информационни центрове (ТИЦ) и посетителските центрове към природните и национални паркове**. Благодарение на тяхната компетентност и информираност, туристите си спестяват редица проблеми и облекчават чувствително своите излети или пътешествия в любими, понякога непознати и трудно достъпни дестинации. Във всеки туристически обект може да бъде обособен информационен кът, където посетителите да се запознаят с културно-историческите дадености, защитените територии в околността, редки и застрашени растителни и животински видове, препоръки за екологосъобразно и отговорно поведение. /1/

Редица неправителствени организации, дирекции на природни и национални паркове участват в **разработване, маркиране и под-**

дръжка на екотуристически, образователни, тематични и специализирани маршрути, включително за хора в неравностойно положение. Такива са маршрутите за пешеходен туризъм и велокрос в ПП "Русенски Лом"; детски и дендрологически опознавателен маршрут в ПП "Златни пясъци"; "Пътека на здравето" за незрящи и "Образователна екопътека" в ПП "Сините камъни"; алеи за хора с увреждания, дендрологични и торфени алеи в ПП "Витоша" и др. /1/

Някои от най-типичните проблемни условия и фактори, свързани с организацията на алтернативни туристически пътувания могат да се свържат с обстоятелства като това, че:

- По-малкият брой на участниците в едно алтернативно пътуване и спецификата на техните интереси налагат по-диференциран подход към туристическото им обслужване. Качественото обслужване и атрактивността на преживяванията с които може да се постигне по-голям и траен интерес на крайните потребители от страната и чужбина изисква предварителна професионална организация на пътуването. То отразява синхрона и добрата комуникация на всички участващи в туристическото обслужване фирми и обекти.

- Повечето от туристическите обекти и забележителности, представляващи интерес за посещения на любители на алтернативните пътувания, са от различни сфери на обществения живот. Това, принципно налага координация на действията на публичните и частни структури, както и на туристическите предприятия участващи в самия процес на обслужване.

Така например, при маршрутно-познавателните пътувания се посещават обекти от различни сфери като музеи, изложбени зали и галерии, театри и концертни зали, културни паметници и исторически места, природни забележителности и спортно-технически съоръжения, заведения за развлечения и хоби забавления и много други. Повечето от тези атрактивни места са съобразени с интереса и на местните жители и имат специфичен режим на функциониране. Това често затруднява организаторите на маршрутни и тематични пътувания и налага нуждата от предварителна договореност и координация на участниците и т. н.

Необходимост от нова пазарна политика

Нуждата от нова пазарна политика, в частност означава преориентиране с подкрепата на държавата на хилядите малки и средни туристически

предприятия, офериращи този асортимент на български и чуждестранни туристи, за да бъдат придобити от тях сертификати за управление на качеството, утвърдени от европейските органи за обществено здравеопазване и туризъм. Ценовата политика би следвало да бъде обект на самостоятелна концепция на всеки участник в търговските взаимоотношения в тези сектори. Но Придобиването на сертификати като ISO 9001, HASAP, екосертификати, ISO14000, ISO 14001 и други документи за съответствие в рамките на ЕСПА, от своя страна ще наложи координиране на цените за видовете групи услуги и политиката през различните сезони на годината.

В продуктовата листа на българските доставчици е целесъобразно да се наложат освен традиционните и „екзотични“ програми за поддържане и възстановяване на психофизическото и емоционално здраве на туристите чрез **пазарна политика за налагане на типично българските продуктови марки** /2/ като:

1. Българска маслодайна роза и набор от козметични, лечебни и сувенирни продукти с тази тематика, в рамките на нова търговска марка „Българска СПА-бюти програма“.

2. Здраве и красота чрез продуктите на шестте български винени сорта грозде с тематично развитие на търговска марка „Програма за енотерапия“.

3. Експониране на феномените в хранителния асортимент – кисело мляко, пчелен мед и билки – чрез включването им в търговска марка с Програми за различни възрасти туристи, любители на здравословното хранене и природосъобразния стил на живот (Уелнес).

4. Регионализация на надграждащите основната продуктова структура туристически програми и атракции, даващи възможност за онлайн предлагане на туристически пакети на богати, високо информирани и търсещи чрез интернет предпочитани пакети с VIP услуги.

5. Развитие на туристическите атракции, чрез анимации и възстановки на исторически събития, с активно включване на експозициите на музеи, уникалността на резерватите, паметниците на културата и на историческото наследство (по Закона за паметниците на културата и музеите), както и културните институти (по Закона за закрила и развитие на културата).

6. Развитие на туристическите атракции, представляващи приключенски съоръжения (въжени градини, алпийски люлки и тролеи, виа ферата и др.), посетителски центрове, и тематични маршрути в национални и природни

паркове, резервати, поддържани резервати, защитени местности и природни забележителности (по Закона за защитените територии).

7. Развитие на туристическите атракции свързани с нематериалното културно наследство като форми на събитийния туризъм, свързани с местни чествания, празници и фестивали, културни и спортни мероприятия и т.н.

Към тази базисна група продукти, туристическата политика следва да се насочи целево в подкрепа на маркетинга и рекламата на регионалните и местните дестинации, разполагащи с проучени условия за включване в т.нар. „антискука програми”, чиито **алтернативни предложения** трябва да отразяват уникалното ни природно и културно-историческо (материално и нематериално) наследство.

Заклучение и изводи

В обобщение следва да се направи извода, че е нужна предварителна оценка на проблемите и рисковете на едно пътуване и създаване на организация на безконфликтното му провеждане, както и възможностите за повишаване качеството и диверсификация на туристическите услуги и продукти, качествено обслужване, иновации, туристическа анимация и интерпре-

тация.

1. На базата на договори между туроператорите и местните доставчици се балансират търговските интереси и се работи за подобро и качествено обслужване на редовните и нови туристи-любители.

2. Координираната на национално и регионално ниво туристическа политика следва да се насочи целево в подкрепа на маркетинга и рекламата на регионалните и местните дестинации, разполагащи с проучени условия за включване в т.нар. „антискука програми”, чиито целогодишни **алтернативни предложения** трябва да отразяват уникалното ни природно и културно-историческо (материално и нематериално) наследство.

Използвана литература

1. Алексова, Десислава (2011) Отговорният и солидарен туризъм – път към Човека и съприкосновението с него. In: Туризмът – предизвикателства в условията на икономическа криза : Сборник статии. Икономика. Нов български университет, София, pp. 481-493.

2. Йордан Йорданов /2013/ Основи на алтернативния туризъм, изд. Интел Ентранс, София.