

# УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ГРАДСКИЯ ТУРИЗЪМ

Ирена Кирилова ЕМИЛОВА, доцент, доктор  
Нов български университет, e-mail: [iemilova@nbu.bg](mailto:iemilova@nbu.bg)  
Мария Георгиева БИСТРИНА, магистър  
Нов български университет, e-mail: [m.bistrina@abv.bg](mailto:m.bistrina@abv.bg)

## SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF URBAN TOURISM

Irena Kirilova EMILOVA, Assoc. Prof. Ph.D, New Bulgarian University  
e-mail: [iemilova@nbu.bg](mailto:iemilova@nbu.bg)  
Maria Georgieva BISTRINA, master, New Bulgarian University  
e-mail: [m.bistrina@abv.bg](mailto:m.bistrina@abv.bg)

**Резюме:** Средата, в която се развива градският туризъм, търпи множество проблеми от екологичен, икономически и социален характер. В този смисъл устойчивият туризъм е в основата на разумно устойчивото усвояване, използване и възстановяване на специфичните туристически ресурси в хармония със заобикалящата го среда. Ценността на природните дадености, които използват туристите, е с непреходен характер. Тя принадлежи на бъдещите поколения и нейното съхраняване трябва да се осъществява в дългосрочен план. Унищожаването на ресурсите, които са предпоставка за развитие на градския туризъм, унищожават самия туризъм.

**Ключови думи:** устойчиво развитие, градски туризъм, дестинация, измерения, опазване на околната среда, развлекателни дейности, рекреационни дейности, потребителски предпочитания, специални събития.

**Abstract:** Environment in which to develop urban tourism suffers many problems of environmental, economic and social nature. In this context, sustainable tourism is the basis of equitable sustainable utilization, use and recovery of specific tourism resources in harmony with the surrounding environment. The value of the natural resources they use is heating tourists character. It belongs to future generations and its storage should be done in the long run. The destruction of the resources for the development of urban tourism, tourism itself destroyed.

**Keywords:** sustainable development, urban tourism, destination, new dimensions, environmental recreational activities, business activities, consumer preferences, special events.

Това изследване има за цел да анализира устойчивото развитие на градския туризъм в условията на глобализация на световните пазари. В подкрепа на тази цел ще бъдат изследвани и по-конкретно задачите, касаещи непрекъснато изменящите се потребителски предпочитания и взаимодействието на човека с природата, както и последствията от това взаимодействие върху околната среда. Предмет на изследването е устойчивото развитие на градския туризъм. Обект на изследването са различните дейности – рекре-

ационни, развлекателни и бизнес, съчетани с екологичните проблеми, намаляване на замърсяването, подобряване на достъпа до извънградски зони, които стоят на вниманието на туристите.

Един от най-бързо развиващите се сектори в туризма е именно градският. Той е следствие от глобалната конкуренция в контекста на придобиване на инвестиции и едновременно с това нарастване на туристическото потребление в градовете. В случая, съществен компонент представлява суперструктурата, благодарение на която се осъществява възпроизводството на основните туристически услуги.

Урбанизацията и инфраструктурата пък включват всички съоръжения и дейности, които създават нормални условия за функциониране на суперструктурата или съдействат за създаването на допълнителни туристически продукти и услуги. Според редица автори именно урбанизацията е причина за бързото развитие на градския туризъм. Отчитайки броя на туристическите пристигания в световноизвестните дестинации като Ню Йорк, Париж, Лондон, Пекин и Москва, трябва да отбележим, че те предизвикват интерес сред туристите не само заради развитата си супер- и инфраструктура, обезпечаваща развитието на отрасъла, но и заради многобройните развлекателни дейности и специални събития, организирани регулярно. Наред с това, посочените градове имат развити икономики и предлагат все иновативни туристически продукти и услуги, които привличат изключително много туристи.

## **1. Особености на развитието на устойчив градски туризъм**

Туристическите дейности имат подчертан стопански характер и се осъществяват в рамките на определена икономическа среда в съответствие с действието на законите на пазара. Те са насочени към производство, предлагане и продажба на туристически продукти с цел реализиране на печалба. Резултатът е активизиране на икономическите отношения на пазара, както и влияние върху платежния баланс на страната с онази част от дейността си, която е свързана с покупко-продажбата на чуждестранна валута. Туристическите дейности търпят изменения по отношение на основните си характеристики, като насоките се определят въз основа на тенденциите, наблюдавани в рамките на международния туристически пазар. Дългосрочната прогноза на СОТ относно растежа на туристопотоците в световен мащаб предвижда средногодишно нарастване с 4,1 % през следващите две десетилетия, като общият брой на международните туристи се очаква да достигне 1,6 млрд. през 2020 г.<sup>1</sup>. При изготвянето на анализите се смята, че нетният интензитет на пътуванията на основните пазари, осигуряващи

<sup>1</sup> <http://www2.unwto.org/>

туристи като фактор за развитие, е в процес на достигане на максималните си стойности. Под натиска на два основни фактора – ремотивацията на съвременния турист и нарастващият интензитет на конкурентната борба, се провежда насочване на конкурентните „взаимоотношения“ между предоставящите основните туристически дейности и стремеж за запазване на пазарните позиции и преразпределяне на пазарните дялове.

Превръщайки се от „аз-икономика“ (homo economicus) в „разумния потребител“ (smart shopper), съвременният потребител на туристически продукт изисква нов подход на обслужване. Във все по-голяма степен той се ангажира с проблемите на екологията и глобализацията, защото е индивидуалист, интелигентен, осъзнат, космополитен, претенциозен. Съвременният профил на потребителя в туризма предполага бъдеща тясна специализация на предоставящите туристически услуги, съобразно налагащите се и ясно разграничими сегменти на „третата възраст“, „семейства с деца“, „групи по индивидуални интереси“, „организиранни индивидуални туристи“, „all inclusive туристи“, „last minute купувачи“, „only seat купувачи“ и преди всичко „on-line купувачи“ в световната глобална мрежа.

Същевременно в резултат на глобализационните процеси, протичащи и на международния туристически пазар, нараства конкуренцията между отделните туристически дейности, което налага тенденцията в предлагането на максимален брой възможности за почивка и възстановяване. Отпадането на остатъчните регулации като логично продължение на либерализацията на бизнеса поради регионалната интеграция води до трайно премахване на териториалните и количествени граници на ангажираните в дейността капитали. Наблюдава се както хоризонтална конкуренция, така и вертикална интеграция по цялата верига на създаване на стойността в туризма.

Събитията на българския туристически пазар през последните няколко години налагат необходимостта от промяна в цялостната концепция на туристически дейности в съответствие на измененията, настъпили в средата на осъществяването им, с цел утвърждаване на конкурентна позиция както в национален, така и в международен мащаб. В този смисъл туроператорите, предлагащи дестинация България, трябва бързо да отстъпят от масовия зимен и летен ваканционен туризъм, обогатявайки продуктовата си гама със специфични и специализирани туристически пътувания. Водещата цел трябва да бъде запазване на старите пазари и завладяване на нови.

Целта е да се предложат уникални оферти, в които разполагаемите ресурси – море, слънце, планина, сняг, са превърнати във фон на здравословен, наситен с емоции и приключения туристически престой. Подходящото предлагане на специфични ресурси, позволява привличането на целева аудитория на ваканционния тематичен маршрутно-познавателен туризъм, културния, еко- и опознавателния туризъм, краткотрайния, лечебния, рели-

гиозния, селския и градския туризъм. Същевременно като основна насока на дейност трябва да се възприеме и обслужването на вътрешния туристически пазар, който също създава предпоставки за добри финансови постъпления. Това е първото и най-важно условие за успешното привличане на чуждестранни туристи. Повечето туристически експерти са категорични, че качествено обслужване на вътрешния пазар е основната предпоставка за големи пристигания отвън.

Още от дълбока древност хората са пътували в големите градове, за да осъществяват търговска дейност. Затова се счита, че те са били едни от най-предпочитаните туристически дестинации в света. Днес градският туризъм се превръща в проблем с комплексен характер в международен мащаб, свързан със задоволяване на нуждите и потребностите на туристите, които искат през свободното си време да пътуват в различни градове по света, да се докосват до нови култури и преживявания, но това трябва да бъде в хармония с устойчивото му развитие.

Понятието градски туризъм се отнася до свободното провеждане на познавателни, делови и развлекателни дейности в пределите на градовете<sup>2</sup>. Той отразява административното и статистическото състояние на туристическите дейности, които се предлагат в градска среда. Градският туризъм като демографски, социален и стопански процес е свързан с нарастващата роля на градовете, в които се съсредоточава по-голямата част от населението и туристическото обслужване е на по-високо качествено равнище. По предварителни прогнози се очаква до 2030 г. световното население, живеещо в градовете, да достигне 61%<sup>3</sup>, което е реална възможност и предпоставка за развитие на градския туризъм.

Средата, в която се развива градският туризъм, търпи множество проблеми от екологичен, икономически и социален характер. В този смисъл устойчивият туризъм е в основата на разумно устойчивото усвояване, използване и възстановяване на специфичните туристически ресурси в хармония със заобикалящата го среда.

Трябва да отбележим и факта, че през последните години все повече нарастват приходите от международен туризъм в българската икономика, генерирани именно от туристическите дейности в градовете, и в частност от рекреационните дейности, които там се предлагат. Градовете могат да развият успешен градски туризъм като форма на устойчивост само ако притежават атрактивност, културно-историческо наследство, необходимата супер- и инфраструктура, средства за подслон и заведения за хранене,

2 Ashworth, G.J. „Heritage and economy”. In Kitchen, R and N. Thrift(Eds) Encyclopaedia of Human Geography Elsevier, 2008, London

3 European Commission eurostat. Тенденции в туризма -[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Tourism\\_trends/bg](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends/bg)

и организират специални събития като фестивали, празници и чествания, панаири, изложения, спортни и еко прояви.

При наличието на посочените по-горе характеристики би могло да се определи изключително точно значението на този вид туризъм. Градовете, които притежават две или повече от тези характеристики, могат да удължат туристическия си сезон, с което от една страна да задоволят потребностите на туристите, а друга да повишат имиджа на дестинацията.

В конкретните основания за включване на градския туризъм в рамките на устойчиво развитие могат да се определят следните аспекти. Ценността на природните дадености, които използват туристите е с непреходен характер. Тя принадлежи на бъдещите поколения и нейното съхраняване трябва да се осъществява в дългосрочен план. Унищожаването на ресурсите, които са предпоставка за развитие на туризма, унищожават самия туризъм.

Градският туризъм се намира в тясна връзка с необходимостта на хората да пътуват и да задоволяват своите потребности. Важно е в случая продуктите и услугите, които се предлагат на туристите, за да предизвикват техния интерес в градовете, да не са в противовес с екологичното равновесие в природата. Такива могат да бъдат организирането на различни атракции, посещението на събития, културни паметници, изложби, театри, музеи, търговски центрове, нощни клубове и други. В тези сложни взаимодействия между търсенето и предлагането на туристическия пазар не бива да се пренебрегва и влиянието на редица външни фактори - например политически, икономически, правни и други. В този смисъл се налага координация на действията между частния и държавния сектор във връзка със създаването на стратегия за управление на градския туризъм, която да включва форми за устойчиво развитие; потребление на туристическите продукти и услуги; маркетинг и PR на дестинацията и не на последно място опазване на околната среда.

## **2. Потребителският избор при градския туризъм**

Ефективното развитие на туризма зависи от постигнатата хармония между интересите на туристите и потребностите на общността и притегателната сила на територията, която се посещава. Изследването на възможностите за устойчиво развитие не трябва да се разглежда само в контекста на туристическия бизнес. Усилията на международните организации се обединяват върху провеждането на световна конференция по проблемите на устойчивия туризъм, на която се приема харта, съдържаща 18 принципи въпроса за основните действия, които следва да се приемат за неговото развитие. Тези действия се изразяват в:

- управление на туризма, което гарантира опазване на ресурсите, от което зависи успешното развитие;
- опазване на природата и културния капитал в специално защитените територии;
- контрол на всеки ефект върху националното културно наследство и традиционното поведение на местното население, за да се избегнат определени въздействия;
- критерии за качество по отношение на ресурсите и тяхното опазване, степента на задоволяване потребностите на туристите и тези на местното население следва да се зложат като приоритетни цели при разработването на стратегии и проекти за туристическо развитие. Туризмът да се развива на основа на потенциалните възможности на локалната икономика, като се интегрира в нея, за да се допринесе за позитивното ѝ развитие, съвместно зачитане и подпомагане на всички участващи в процеса (обществени и частни организации) чрез използване на подходящи механизми за коопериране на усилията на локално национално и международно равнище;
- стимулиране и партниране от страна на правителствени, неправителствени организации, туристически предприятия и компетентни лица при създаване на подходящи изследователски звена, разпространение на ноу-хау, трансфер на знания и технологии, подпомагане развитието на устойчив туризъм.

През последните години тенденциите на развитие в туризма показват повишаване на предлаганите от туроператорите и туристическите агенти посещения на градски туристически обекти като част от туристическите пакети с обща цена или като отделни услуги. Едновременно с това се наблюдава и фактът, че съвременните туристи имат все по-високи изисквания към туристическите продукти, предлагани в дестинациите, както и към качеството на обслужване<sup>4</sup>. В условията на глобализация, съвременните туристи са по-информирани, по-мобилни и използват високите технологии, което ги прави и по-взискателни към предлаганите туристически продукти. Необходимо е предлагане на висококачествени и конкурентни градски туристически продукти, които да отговарят на нуждите на туристите, да повишават удовлетвореността им и да предизвикват интерес за следващи пътувания и същевременно да опазват околната среда. Има различни класификации на градския туризъм, но основната е според вида дейности, които туристите извършват в градовете, а именно:

<sup>4</sup> Емилова, И., Бистрина, М. – „Новите измерения на градския туризъм“ – Юбилейна международна научно-практическа конференция. „Бизнесът – позитивната сила в обществото“, изд. НБУ, София, 2014, стр. 538

- културни дейности - туристите посещават музеи, монументи, изложби;
- професионални дейности - участия в панаири, изложения, конференции и конгреси;
- рекреационни дейности - посещения на тематични паркове, молове.

Често тези три вида дейности се практикуват едновременно и най-пълно отразяват профила на градския турист<sup>5</sup>.

Промените от 50-те години на ХХ век са свързани с това, че човек прекарва половината от живота си в самота. Изследвайки живота на жителите на големите градове, учените са открили, че хората на възраст от 18 до 59 години, преди да се оженят, живеят заедно около четири години. Браковете им продължават 18 години, а останалото време, около 19 години, те прекарват сами, без постоянен партньор<sup>6</sup>. Това е показател за това, че хората трудно откриват себе си и своята идентичност. В стремежа си да намерят подходящото „лекарство“, което да ги интегрира и от което да изпитат истинска наслада, те често стават психически неразположени. За да се изгради здрава психика и пълноценен емоционален живот, е необходимо да се осигури чувство за общност. Този проблем може да бъде решен, като се предложат нови туристически дестинации и иновативни продукти и услуги в сферата на туризма. С тази цел се организират и туристически пътувания до големи градове, които да зареждат хората с необходимия емоционален заряд.

Социалният ефект, който получават туристите от осъществяването на тези туристически пътувания, е свързан с контакти и свободно общуване с природата, с различни култури и ценности, придобиване на нови знания и умения, и наслада от загърбване на еднообразното ежедневие. Най-честите мотиви, които карат хората да предприемат туристически пътувания, са: избягване на работната обстановка и всекидневната среда; осъществяване на социални контакти; задоволяване на определени потребности – културни, бизнес и рекреационни потребности; посещения на мегасъбития, спортни прояви, религиозни места, търговски обекти; посещения на различни терапии, разходки сред природата; интерес към културните особености на различни общества.

---

5 Пенкова, Д., – „За същността на градския туризъм и новите възможности за развитие на икономиката на градовете”, Научна конференция „РУ&СУ`08”, Русенски университет и Съюз на учените в България, Научни трудове, том 47; Русе, 2008 г.

6 Рибов, М., Туризмът в ерата на развлекателната индустрия, Тракия-М, София, 2008, стр. 21

### **3. Концепцията за устойчиво развитие и нейното приложение в градския туризъм**

Тази концепция придоби голяма популярност през последните 10 години, както в практиката, така и в научната сфера, въпреки че това понятие все още не е изяснено до степен, до която да се опознае неговата същност и начините на въздействие както в локален, така и в глобален аспект. Идеята на тази концепция и нейното възприемане в практиката е дълъг и сложен процес, който води началото си от осъзнаването на допуснатите грешки и на проблемите, които икономическото развитие е довело. В обсега на въпросите, които засягат устойчивото развитие, влиза разрешаването на въпросите, касаещи настоящите и бъдещите поколения.

В този смисъл можем да говорим за една социално отговорна позиция, която не се ограничава само с реалността, а създава и връзка с бъдещото поколение и възможностите за тяхното пълноценно съществуване. Световната комисия по околната среда и развитие определя няколко основни елемента за устойчиво развитие. По-конкретно те са:

- установяване на екологични стандарти – става чрез изграждане на нова ценностна система, която да доведе до възприемане на екологично-съобразно потребителско поведение;
- преразпределение на икономическата активност и ресурсите – удовлетворяването на основни потребности в зависимост от постигане на потенциала за растеж;
- устойчивото развитие предполага икономически растеж там, където тези потребностите не са удовлетворени;
- контрол на населението - устойчивото развитие може да се установи, ако демографското развитие е в хармония с променящия се продуктивен потенциал на екосистемата;
- опазване на основните ресурси – в контекста на устойчивото развитие, това означава съхраняване на природните системи, които поддържат живота на планетата. Това са води, почви, атмосфера и живи организми.

Растежът няма установени граници, както по отношение на населението, така и по отношение обекта на използваните ресурси, дотолкова, доколкото не се предизвикват екологични катастрофи. Крайни ограничения обаче съществуват и устойчивостта изисква много преди те да бъдат достигнати, светът да осигури справедлив и равен достъп и да се разработят технологии, които да позволяват максимално ефективно тяхното използване:

- носещ капацитет и устойчиво използване – повечето възобновяеми ресурси са част от комплексна и взаимосвързана система. Максимално устойчиво използване трябва да се определя, като се взема предвид системния ефект;



- съхраняване на ресурсите – устойчивото развитие изисква съобразяване с нормата на изчерпване на невъзобновяемите ресурси, да не се ограничават бъдещите възможности за тяхното използване;
- диверсификация на видовете – устойчивостта изисква опазване и съхранение на растителните и животински видове;
- минимизиране на неблагоприятните въздействия върху качеството на въздуха, водата или други природни елементи.

Устойчивото развитие предполага допускане на минимални неблагоприятни въздействия върху тях, за да се поддържа целостта на екосистемата.

В центъра на концепцията стои човекът и съблюдаването на неговите права за здравословен и плодотворен живот в хармония с природата. Принципно значение има акцентът върху необходимостта от удовлетворяване на потребностите не само на настоящите, но и на бъдещите поколения.

Стремежът към почитане на традициите, икономическите критерии и сляпото преследване на максимална печалба са неприемливи в контекста на тази концепция. Защитата на околната среда трябва да стане неделима част от процеса на развитие на обществото. Световната организация по туризъм започва усилена дейност за систематизиране на теоретичните аспекти на устойчивостта в туризма и за стимулиране развитието на устойчив туризъм. Според СOT насоките и управленските практики за устойчиво туристическо развитие са приложими към всички видове туризъм и туристически дестинации. Принципите на устойчивостта се отнасят до природата, икономиката и социално-културните аспекти и е необходимо да се установи и поддържа подходящ баланс между тези три направления, за да се гарантира дългосрочна устойчивост.

Важно е да отбележим, че съществува официален документ „Дневен ред за устойчив и конкурентоспособен европейски туризъм”, приет от комисията на ЕС през октомври 2007 г. Според него, намирането на точния баланс между благополучното подсигуриране на туристите, нуждите на природната и културна среда, и развитието им, както и конкурентоспособността на дестинациите и бизнеса, изискват интегриран и цялостен политически подход, при който всички страни споделят едни и същи цели. Освен това, при преследване на конкретни цели е необходимо преодоляването на известни предизвикателства, специфични за сектора туризъм. Те се изразяват в гарантиране за безопасността и сигурността на туристите и местните общности; решаване на проблема за наемане на незаконно пребиваващи граждани на трети страни в рамките на миграционната политика в ЕС; подобряване качеството на работните места, предлагани в сферата на туризма; създаване на възможности за достъпен за всички туризъм; намаляване на сезонния характер на търсенето; намаляване използването на ресур-

сите и замърсяването на туристическите дестинации за постигане на конкурентоспособен и устойчив туризъм. Необходимо е да се приложи цялостен и интегриран подход, при който всички различни въздействия от туристите трябва да бъдат взети предвид при неговото планиране и развитие.

#### **4. Измеренията на устойчивия градски туризъм**

Факторите, които оказват влияние върху привличането на туристите в градовете, са различни. Например това е градската инфраструктура и комуникационните връзки; концентрацията на местата за настаняване и изхранване; природата и биоразнообразието, традиционните културно-исторически паметници; парковете за отдих; красивите пейзажи и организирането на събития, които са с временен характер като фестивали, панаири, изложби, културни и спортни събития, мегасъбития с национален и международен отзвук.

След задоволяване на потребностите на туристите от качествено обслужване, настаняване, изхранване и транспорт възникват потребности от забавления и рекреация. Пътуванията освен като средство за релаксация могат да имат и опознавателен характер. Те са свързани с организирането на различни мероприятия и специални събития, които представляват атрактивни форми на предлагане на туристическите продукти и услуги.

Интерес представлява и фактът, че градският туризъм предимно се свързва с културата. Туристите обаче не търсят само да се запознаят с културата и историята на народите, а да се докоснат до чистата природа, да се потопят в новата мода и дизайна на градовете. Модата в туризма намира широко приложение в туристическите обекти – курорти, хотели, ресторанти, спортни клубове, казина, нощни заведения, търговски центрове и други. Това умело съчетаване на античното и модерното прави градовете привлекателни дестинации. Съвременните туристи търсят висококачествени туристически продукти и услуги, стремейки се да преживеят ново и емоционално туристическо пътуване до непознати места.

Устойчивите форми за развитие на туризма се използват като част от маркетинговата стратегия на туристическите дестинации за изграждане на положителен имидж и за продажба или за подбуда към продажба на определен продукт/услуга. Туризмът е известен като най-добрият начин за запознаване с чуждата култура. Комбинацията от култура и туризъм, изразена чрез туристическо пътуване, е един от перфектните начини за демонстриране на разграничаване и осъзнаване. Обекти на културното наследство, представляващи мотив за пътуване, могат да бъдат археологическите паметници; архитектурните шедьоври; природните забележителности; религиозните паметници; етнографските обекти; художествените галерии,

музеите, театрите, кината и изложбените зали; спортните обекти и съоръжения.

Туристическите пътувания с културно-познавателна цел или арттуристическите пътувания предизвикват все по-голям интерес у туристите, които често биват мотивирани да предприемат дадено туристическо пътуване с цел да се запознаят с изкуството, историческите паметници и забележителностите. Този интерес може да бъде обяснен и с факта, че модерното общество разграничава идентичността си, а това води до желание за осъществяване на повече значими дейности в свободното време. В този смисъл, градският туризъм трябва да предложи на туристите най-интересните, емоционални, антични и модерни изкуства, с които да се идентифицира и да бъде запомнен и асоцииран.

Известните туристически дестинации в света за градски туризъм се свързват преди всичко с културно-историческото си наследство – Париж с Нотр Дам дьо Пари и Версай, Рим с Колизеума, Ню Йорк с Емпайър Стейт Билдинг, Венеция с моста Риалто и Двореца на Дожите, Мадрид с музея Ел Прадо, Санкт Петербург с Ермитажа<sup>7</sup>. Туристическите пътувания, които се свързват с природата, културата и изкуството, са едни от най-значимите за туристите, тъй като това допринася за повишаване на тяхното образование и придобиване на нов социален статус в обществото.

Музиката като изкуство също често е елемент на градския туристически продукт. Известни музикални фестивали ежегодно събират хиляди почитатели на определен стил музика. Ако анализираме повечето европейски градове, които са специализирани в развитието на градски туризъм, в стремежа си да задоволят различните предпочитания на туристите от цял свят, те модернизират и прилагат нови иновативни подходи при предлагането на различни музикални атракции и забавления. Тук има и друг момент - организирането на местни музикални фестивали е насочено към запазването на идентичността, която постоянно се сблъсква с глобализиращата се човешка цивилизация. Местните фестивали запознават туристите с националната музика и танците чрез развлекателни програми, фолклорни вечери и концерти. За да се превърне музиката в конкурентно предимство на даден град, трябва да бъдат очертаните следните характеристики: социална и културна значимост за развитие на обществото като цяло; икономическа ползност; разпространение, съхранение и обогатяване на културно-историческото наследство.

---

7 Емилова, И., Бистрина, М. – „Новите измерения на градския туризъм“ – Юбилейна международна научно-практическа конференция. „Бизнесът – позитивната сила в обществото“, Нов български университет, София, 2014, стр. 541

По данни на Световната туристическа организация около 65% от населението на Европа пътува годишно<sup>8</sup>. Това е следствие от нарасналите доходи и свободното време на туристите. В тази връзка трябва големите градове да се насочат към предлагане на нови и атрактивни продукти – например към специфични изкуства като театър и балет. Но важно е всичко това да съответства с принципите за устойчиво развитие. Съществува и друга категория туристи, за които на преден план стои удоволствието от посещенията в естествена среда. На тези туристи трябва да се осигури възможност да се докоснат до дивата природа чрез подбор на подходящи маршрути. Новите тенденции са свързани с организиране на индивидуални походи с гид.

Ценителите на изкуството предприемат кратки пътувания с една единствена цел – да задоволят потребността си. Разходките сред природата имат значение за популяризирането на местата, на които се провеждат.

Днес в световен мащаб се наблюдава организирането и провеждането на все повече спортни и еко събития, които се използват като средство за придобиване на популярност на дестинациите, в които се организират. Едни от най-известните спортни събития са провеждането на мондиали или Олимпийски игри, които предизвикват огромен интерес не само от любителите на различните видове спортове, но и сред цялата световна обществено-ност. Големите градове - домакини на спортните прояви, придобиват имидж и биват идентифицирани с високите икономически, материално-технически и организационни възможности, които притежават. Съвременните туристи пътуват с цел посещение на конкретно спортно събитие, едновременно с това преживявайки заедно с най-добрите спортисти поставянето на рекорди и церемонии по награждавания. Често спортните мероприятия се използват като маркетингов инструмент за привличане на туристическия поток. Безспорно можем да отнесем спортните събития към елементите, осигуряващи развитие на градския туризъм.

В контекста на анализа на разгледаните проблеми в България, можем да изтъкнем, че съществуват програми със съответното финансиране за популяризиране и реклама на България в чужбина, както и за насърчаване на туристическите пътувания на българите вътре в страната.

По този начин фокусът се измества от представянето на страната ни като зимна-ски и лятна-морска дестинация, към промотиране на възможностите за практикуване на градски и еко- туризъм в края на седмицата, което се предвижда да се осъществява целогодишно. Широко разпространените в Европа крайноседмични туристически пътувания с продължителност от два-три дни в края на седмицата, стават популярни и у нас, т.нар. „city break” турове.

8 <http://asiapacific.unwto.org/en/publication/report-urban-tourism-development-china>

Трябва да подчертаем, че добри практики в предлагането на градски туризъм в България имат градовете Пловдив, Велико Търново и Бургас. Страната ни притежава голям потенциал за развитие на градски туризъм, но е необходимо да се предприемат действия относно изграждането на по-добри комуникационни връзки между отделните градове, подобряване на инфраструктурата, качеството на обслужване, разнообразието на предлаганите културни програми, събития и атракции.

Насочвайки вниманието към европейския градски туризъм, се установява, че той като цяло е нараснал с около 5,9% през изминалата година, а градските хотелски резервации са се увеличили с 8%, въпреки неблагоприятната икономическа обстановка. В класацията за най-посещаваните туристически дестинации, Лондон, Париж и Берлин остават трите най-популярни европейски града, въз основа на общите годишни реализирани нощувки, общо над 20 млн. през последните три години. От друга страна, Барселона и Прага постигат изключително високи темповете на растеж на туристически пристигания на година, съответно 11% и 9%. САЩ продължава да бъде най-предпочитаната световна дестинация, следвана от Германия, Великобритания и Италия. Освен това Русия и Китай показват най-високите за година темпове на растеж, съответно 36% и 30%, очертавайки се като едни от най-големите пазари, генериращи туристи<sup>9</sup>.

## **5. Анализ и оценка на устойчивото развитие на градския туризъм**

Проучванията, които е необходимо да бъдат направени в градските туристически дестинации, е важно да обхващат няколко направления. Първо, те трябва да отчитат факторите, които оказват влияние на съвременните туристи да предприемат този вид туристически пътувания и съответно как туристическите предпочитания рефлектират върху избора на определена дестинация. Второ, трябва да се правят анализи на външната среда, конкурентната среда и конкурентното предимство. На следващо място е необходимо да се изследват антропогенните туристически ресурси на града. Човешките ресурси също са един от основните елементи за качество на предлагания туристически продукт. Последващи са изготвянето на идейни проекти за опазване на околната среда, адекватно ценообразуване на предлагания туристически продукт и избор на канали за реклама и осъществяване на дистрибуционната политика.

След като всичките тези етапи бъдат последователно изпълнени, може да се премине към реализиране на изготвеното туристическо пътуване. Последният етап е свързан с анализ и оценка на резултатите от осъществените

9 [http://echa.europa.eu/documents/10162/13560/mb\\_06\\_2012\\_general\\_report\\_2011\\_final\\_bg.pdf](http://echa.europa.eu/documents/10162/13560/mb_06_2012_general_report_2011_final_bg.pdf) – Европейска конференция на ЕСМ

туристически пътувания в конкретната градска среда. За да бъдат конкурентоспособни на световния туристически пазар, европейските градовете трябва да търсят нови методи и средства, нови атрактивни форми на предлагане на туристическите атракции.

През последните години нараства значението на градския туризъм, който навлиза широко в живота на хората и бива успешно използван от туристическия бранш. Чрез него публично се доказват не само амбициите, опита и отговорността на градовете да се справят успешно с организирането на различни прояви, но и финансовите, материалните, техническите и организационните възможности, които притежава дестинацията<sup>10</sup>.

Новите измерения на градския туризъм са свързани с подобрения в инфраструктурата, достъпността и материално-техническата база; технологията и начина на обслужване; квалификацията на обслужващия персонал; предлагането на нови и атрактивни туристически продукти, с включени развлекателни услуги и опазване на околната среда. Усъвършенстването на градския туризъм в технологичен аспект трябва да се свързва с усъвършенстване на методите и средствата при създаването на продукти за градски туризъм.

Градовете, които искат да се специализират в предлагането на градски туризъм, е необходимо да организират както интересни събития и прояви - кино фестивали; музикални международни фестивали; концерти; панаири; карнавали; изложби; спортни състезания, така и бизнес конференции, конгреси, симпозиуми, планински походи, които да се провеждат ежегодно и постепенно да бъдат брандирани като туристически продукт на определена дестинация.

В заключение градският туризъм може да бъде разглеждан като сложно явление с нарастващо значение както за градовете, така и за туристическия бизнес. Той дава възможности за повишаване на инвестициите в определени региони, което облагодетелства и местното население чрез увеличаване на работните места и местните доходи. Този вид туризъм е стабилен източник на приходи за градовете. Усилията, които полагат градовете за развитие на туризма, предизвиква конкуренция за привличане на един и същи пазарен дял от туристи, което от своя страна налага много дестинации да се конкурират и да придобиват конкурентно предимство в предлагането на еднакви туристически атракции. Ако даден град притежава необходимите природни и антропогенни ресурси, може да бъде превърнат в предпочитана туристическа дестинация, предлагаща градски туризъм. Разбира се, необходимо е да се постигне консенсус между държавния, частния сектор и раз-

<sup>10</sup> Емилова, И., Бистрина, М. – „Новите измерения на градския туризъм“ – Юбилейна международна научно-практическа конференция. „Бизнесът – позитивната сила на обществото“, Нов български университет, София, 2014, стр. 544

лични неправителствени организации, които имат общ поглед и политика към развитието на градовете.

Устойчивото развитие на градския туризъм винаги ще бъде актуална тема за изследване, защото основните цели, които се поставят при организирането и провеждането му, са свързани с опазване на природните богатства, удължаване на туристическия сезон, равномерно разпределение на туристическото търсене в региона; привличане на повече местни и чуждестранни туристи и създаване на благоприятен PR на дестинацията. Устойчивото развитие трябва да бъде използвано като инструмент за маркетинговите стратегии на градските дестинации за изграждане на положителен имидж и популяризирането им на националния и международен туристически пазар. Препоръките, които могат да бъдат направени, са в посока организиране и провеждане на еко събития в градовете. Това трябва да стане част от стратегията за развитие на градския туризъм. Само по този начин ще се осигури конкурентно предимство на дестинацията. Трябва да се търсят атрактивни идеи, които да удовлетворят интересите и потребностите на съвременните туристи. Чрез избора на правилни комуникационни стратегии и тактики, публиката правилно ще разбере посланията.

Също така е важно градският туризъм да осигури на туристите разнообразни атракции, които да бъдат израз на съвременните тенденции на развитие на туризма, а именно свързани с осъществяване на нови срещи и социални контакти; задоволяване на различни потребности; развлечения и забавления, а те от своя страна да генерират нов заряд чрез създадените преживявания, едновременно с това да бъде в хармония с опазването на околната среда.

Елементите на уникалност, заложи в Националната стратегия за еко-туризъм, са именно човешките усилия и съзнанието, насочени към опазване както на природата среда, така и на културно-историческото наследство на българите, съпроводено от предлагана алтернатива на масовия туризъм под формата на природозащитни дейности или запознаване с фолклора и културата на населението в различните региони на страната.

България се откроява с отлично географско положение, уникална природа и запомнящи се ландшафти, благоприятен климат и води. Усвояването на потенциала за развитие на устойчиви форми на градския туризъм е важна предпоставка за повишаване качеството на живот на местното население. Този подход изисква дългосрочно планиране на ресурсите и грижа за околната среда, за да се повиши благосъстоянието на местните хора. развитието на устойчив туризъм води до екологични подобрения, намаляване на замърсяването, подобряване на достъпа до извънградските зони и културните забележителности, популяризиране на местните занаяти, насърчаване

на местните производства, насърчаване на местните общности сами да развиват и управляват туристически дейности и инициативи.

Устойчивото развитие е свързано с полагане на грижи за нуждите на бъдещите поколения, както и за нуждите на нашето поколение. Дългосрочното планиране изисква способност за продължителното поддържане на много дейности едновременно във времето. Проследяването на развитието на концепцията за устойчивост показва, че тя не възниква като готово решение за преодоляване на съществуващите и потенциални проблеми. Нейното разпространение и възприемане се дължи на осъзнатата потребност от ограничаване на неразумните темпове на растеж, които разрушават целостта на жизнената среда. развитието на тази концепция се свързва с преоценка на действителността и определяне на нови оценъчни критерии за всеки един участник и за резултатите от неговите действия.

### **Литература:**

1. Алексиева, С., Пъблик рилейшънс – Книга за това, което не може да се купи, а трябва да се спечели. С.: изд. НБУ, 2008
2. Пенкова, Д., – „За същността на градския туризъм и новите възможности за развитие на икономиката на градовете”, Научна конференция „РУ&СУ’08”, Русенски университет и Съюз на учените в България, Научни трудове, том 47; Русе, 2008
3. Емилова, И., Бистрина, М. – „Новите измерения на градския туризъм“ – Юбилейна международна научно-практическа конференция. „Бизнесът – позитивната сила в обществото“, Нов български университет, София, 2014, стр. 538
4. Рибов, М., Емилова И., кол., Туризмът в ерата на развлекателната индустрия. – София; Тракия-М, 2008
5. Ashworth, G.J. „Heritage and economy”. In Kitchen, R and N. Thrift (Eds) Encyclopaedia of Human Geography Elsevier, 2008, London
6. European Commission Eurostat. Тенденции в туризма - [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics\\_explained/index.php/Tourism\\_trends/bg](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Tourism_trends/bg)
7. [http://echa.europa.eu/documents/10162/13560/mb\\_06\\_2012\\_general\\_report\\_2011\\_final\\_bg.pdf](http://echa.europa.eu/documents/10162/13560/mb_06_2012_general_report_2011_final_bg.pdf) – Европейска конференция на ЕСМ
8. <http://asiapacific.unwto.org/en/publication/report-urban-tourism-development-china>
9. <http://www2.unwto.org/>