

**МТИ „КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ 2015”
ВЕЛИКО ТЪРНОВО**

ТЕМА:

**„Какво не достига за по-доброто развитие на
вътрешния туризъм в България?”**

**ЮЗУ „НЕОФИТ РИЛСКИ” – СТОПАНСКИ ФАКУЛТЕТ
БЛАГОЕВГРАД**

Ивета Александрова Грахльова
Специалност „Туризм” I курс
Факултетен № 14150221010
Бакалавърска програма

Туризмът е пътуване /разходка/ с цел възстановяване и почивка. Туристическото пътуване е свързано с опознаване на нови селища и местности, на бита и културните особености на хората. Туристите попадат в нова среда и се откъсват от ежедневието си, което е дълбокият смисъл на туризма като дейност. Към туризма се отнасят и дейностите, подпомагащи пътуванията; осигуряващи почивката на пенсионери, деца, ученици, студенти и други групи от населението.

В условията на стопанска криза туризмът е един от малкото отрасли, които са печеливши и чиято “продукция” има пазар в страната и в чужбина. През 1999г. той създава около 3% от БДС в страната, а чистите приходи от него са около 300млн. долара. От туристическите услуги се получават приходи във валута срещу “износ” на стоки и услуги чрез чужденците, които посещават България. Част от приходите в туризма са преки /от храна и нощувки/, а друга част са косвени /транспорт, търговия, посещения на музеи, театри, концерти и др./. Чрез туризма се съдейства за развитие на екологичното земеделие, транспортната инфраструктура, търговията и други обработващи и обслужващи отрасли и дейности. Това е доказателство за голямото стопанско значение на туризма и за неговото приоритетно място в стопанската структура на България.

Туризмът има и социално значение. То се изразява в: осигуряването на доходи, трудова заетост за около 2,4% от всички заети лица в страната, пълноценно използване на свободното време ; съдействие за опазване здравето на хората и повишаване на трудоспособността им; задоволяване културно-познавателни потребности и др. Туризмът съдейства и за подобряване на междудържавните отношения, с което нараства политическото му значение. Той дава възможност за обогатяване културата на българското население чрез общуването му с представители на различни народи и за придобиване на чуждоезикови знания. Туризмът влияе и върху демографското развитие на селища и региони чрез привличането в туристическия бизнес на млади хора. Отрасълът има и екологично значение, тъй като оказва влияние върху екологичната обстановка в страната в 2 аспекта:

- Западните туристи изискват екологично чиста обстановка. В тази връзка развитието на туризма е немислимо без строги мерки за опазване на природната среда и подобряване чистотата на селищата. Тези мерки са функция на общата култура на българското население и в частност - на екологичната му култура.

- Туристическите пътувания обикновено са свързани със замърсяване на селища, паркове и други туристически обекти. Това налага към туристическите услуги да се включват разяснения по “режимите на ползване” на определени територии.

Фактори и ресурси за развитието на туризма:

Върху развитието на отрасъла влияят множество фактори-природните условия, стопанското развитие, политическата обстановка, етно-културният облик на населението, географското положение, богатото историческо и културно наследство, държавната политика в областта на туризма и законодателството, рекламната дейност, наличие на квалифицирани кадри и др. Те могат да се обединят в две групи - природни и обществени фактори. Самостоятелно въздействащ фактор е географското положение на страната. България се намира на кръстопът между Европа и Азия, което има голямо значение за развитието ѝ. В тази връзка е развит “транзитен туризъм”, в който участват предимно турски граждани.

1. Природни фактори.

В групата на природните фактори се включват всички природни компоненти. Те оказват пряко или косвено влияние върху туристическите дейности. Влиянието на климата е пряко и косвено. Силно въздействие имат водите. Те влияят пряко /чрез количеството и качеството на питейната вода /и косвено / чрез възможностите за круизи, риболов и др. дейности/ върху туризма. Подобно е влиянието и на другите природни компоненти. Те обаче не са решаващи за развитието на туризма днес.

2. Обществени фактори.

В тази група се включват взаимоотношенията на страната с другите държави, урбанизационният процес, състоянието на МТБ на туризма /хотели, почивни домове и станции, хижи, ресторанти, спортни съоръжения и др./, управлението на туризма, демографската ситуация в страната и др. Важен фактор за развитието на туризма е изградеността и състоянието на транспортната инфраструктура в България. Страната разполага с добра инфраструктура /летища, автомагистрала, ж.п. линии, пристанища и др. /, която обаче по качество отстъпва на европейските стандарти. Това влияе неблагоприятно върху разрастването на индивидуалния и автомобилен туризъм. Силно въздействие върху туризма оказва състоянието на МТБ. Основната част от тази база е

концентрирана в големите туристически комплекси по Черноморието. Голяма част от хотелите вече са остаряли и не отговарят на изискванията на чуждите туристи. Около 2/3 от легловата база е концентрирана по Черноморието. Това е оправдано, поради огромните туристически ресурси на този регион. През последните 10 години факторът "държавна политика" влияе върху приватизацията на хотелската база, изготвянето на "Закон за туризма", организация на туристически борси, облагането с данъци на туристическите дейности и др. Политическата обстановка в страната е друг фактор за развитието на туризма. България се отличава с политическа стабилност. Това е предпоставка за "връщането" на западните туристи в страната. Важен фактор е демографската ситуация в страната. Застаряването на населението, влошената му образователна структура и редица други негови особености от една страна ограничават туристопотоците, а от друга - влияят неблагоприятно върху качеството на туристическото обслужване.

Ограничаващ фактор за развитието на вътрешния туризъм в България през последните 10 години са високата безработица и ниският жизнен стандарт на българското население. Като цяло влиянието на обществените фактори е негативно. Това се доказва от намаляването на посещенията на чужденци в страната. България разполага със значителни туристически ресурси, което определя и благоприятните перспективи пред развитието на туризма в бъдеще. Туристически ресурси са обекти и явления /природни или дело на човека/, които са предпоставка за извършването на туристически пътувания. Българските туристически ресурси се отличават с голяма атрактивност. Те изискват малки капиталовложения и дават възможност за многократно ползване. Всичко това ги прави привлекателни за туристите. Ресурсите биват природни и антропогенни. Природни туристически ресурси са възможностите, които предоставят природните компоненти /релеф, води, климат, растителност, животински свят/. Могат да бъдат разкрити 3 природно-териториални комплекса в България: Черноморско крайбрежие, планини, равнини и низини. Основните елементи на Черноморското крайбрежие като природно-териториален комплекс са морската вода, климатът, особеностите на брега, флората и фауната. Бреговата ивица е дълга 378км, от които 28% са заети с плажове. Общата площ на плажовете и пясъчните дюни зад тях е около 16млн.м². Добруджанското крайбрежие се отличава с белезникав цвят на пясъка, поради многото примеси в него /черупки и др./. Най-фин е пясъкът по плажовата ивица между Балчик и Несебър. Между Несебър и Созопол той е с примеси на магнетит,

поради което има тъмен цвят. В пясъка по Странджанското крайбрежие има примеси от кварцити, магнетит, карбонати и др., поради което цветът му е с различни нюанси. Морската вода е основният ресурс на Черноморското крайбрежие. Тя се отличава с пониска концентрация на соли (около 18%) в сравнение със Световния океан. Средната ѝ температура през месеците юли и август е от 16⁰ до 27⁰С, а през зимните месеци се задържа около 3⁰-4⁰. Почти 50% от годината повърхностният воден слой има температура над 15⁰. Климатът по Черноморското крайбрежие със своите особености превръща региона в балнеоклиматична зона. Продължителността на слънчевото греене е около 2100-2250 часа, или около 50% от дните през годината. През периода от май до септември над 75% от дните са топли, докато едва 10% от този период се отличава с мрачно и дъждовно време. Друга климатична особеност на Черноморското крайбрежие е по-хладното лято и по-топлата зима в сравнение с вътрешността на страната. Основна причина за това е топлообмена между морската вода и въздуха. През зимата по крайбрежието често духат ураганни ветрове, придружени с обилни валежи от дъжд, което пречи на туризма. Залесените площи също са природен ресурс за развитието на туризма. Те допринасят за регулирането на микроклимата. В крайбрежната зона се включват лонгозните гори по реките Камчия, Велека и Ропотамо. Посочените реки са плавателни в устията си, което увеличава тяхната атрактивност. Важен ресурс са природните феномени “Побити камъни” край Варна, лечебната кал в Поморие, водните лилии в устието на Ропотамо и др. От посочените природни ресурси на Черноморското крайбрежие най-важни са морската вода, плажовите ивици и климатът. Това определя тясната му специализация в морски туризъм. Планинският природно-териториален комплекс има площ 30000 км². Нископланинските територии са 17000км², само 2800км² заемат териториите над 1600м височина. Спецификата на климатичните условия в планините определят развитието на климатотерапия, рекреация и познавателен туризъм, пещернячество, скално катерене и др. Най-важни за развитието на туризма природни ресурси в българските планини са климатът и релефът. Слабо се експлоатират възможностите на останалите природни компоненти /растителност, животински свят, води и др./. За развитието на туризма в планините пречи и неразвитата туристическа инфраструктура. Това важи преди всичко за Стара планина, Осогово, Пирин и Средна гора. Третият природно-териториален комплекс включва равнините, низините и хълмистите земи в България. В климатично отношение те се характеризират с температурни инверсии /горещо лято и студена зима/, което ограничава възможностите за развитие на туризъм. По-добри възможности има за

краткотраен семеен туризъм. В комплекса не се използват рационално възможностите на реките и язовирите за развитието на риболов и водни спортове /гребане, плуване и др./. С по-добри възможности се отличават крайградските рекреационни зони и паркове. Те се използват за краткотраен туризъм.

Антропогенни условия и ресурси. Към антропогенните ресурси се отнасят всички прояви на материалната и духовна култура на населението в България. Атрактивността им не се влияе от климатичните условия, което дава възможност за целогодишната им експлоатация. Антропогенни туристически ресурси са архитектурните паметници, археологическите находки, религиозни обекти /черкви, манастири, джамии, медресета и др./, музейни експозиции, културни институции /театри, оперети, опери, хорове, балет, състави/, индустриални обекти /АЕЦ, ВЕЦ, язовири и др./, спортни обекти /стадиони, мототрасета, хиподруми, колодруми и др./, циркови представления, концерти, кинопрожекции и др. Антропогенните ресурси спомагат за развитието на рекреативен /морски, планински, балнеолечебен, пешеходен, спортен и др./ и познавателен /маршрутно-познавателен, конгресен, делово-познавателен и др./ туризъм. От тях с най-голяма атрактивност са културно-историческите паметници, архитектурните резервати и музейните експозиции. Българските културно-исторически паметници имат висока атрактивна стойност. Такива са манастирите, крепостите, църкви, барелефи, архитектурни и етнографски музеи и резервати, гробници и други археологически находки. Някои от тях се посещават главно от специалисти /гробниците, Боянската църква, скалните манастири в Иваново, Мадарският конник, погребални и селищни тракийски могили и др./. Обект на масови посещения са Шипка, Старият Пловдив, Рилски манастир, Мелник, Боженци, Етъра, Несебър, Жеравна, Созопол, Банско, Бачковски манастир, Троянски манастир, Кръстова гора, Широка лъка, Преслав, Мадара, Самоков, Трявна, Котел, Арбанаси и др. Най-атрактивните музейни експозиции са Варненското златно съкровище, Вълчедръмското съкровище, Военно-историческият музей в София, Националният исторически музей, Военноморският музей във Варна и др. С най-голяма атрактивност сред културните прояви са концертите на ансамблите за народни песни и танци, представленията на водещите циркови трупи, концертите с участие на световноизвестните български оперни певци /Р.Кабаиванска, Н.Гяуров, Н.Гюзелев и др./ и др. В тази група спадат и ежегодният фолклорен събор в Копривщица, съборът на каракачаните и др. Към антропогенните туристически ресурси се отнасят и

особеностите на населението /етно-културен облик, народните носии, особености в храната на хората от различни региони от страната и др./. Тези ресурси все още не се използват пълноценно за развитието на алтернативния туризъм. За да се проучат и анализират съставните елементи на материалната база на туризма е необходимо да се изследва нейната структура, която представлява групиране на сходни или еднородни елементи по предварително избрани признаци. В литературата няма единна класификация на структурата на материалната база. Въвеждат се две основни понятия, с което се цели да се разграничи общото от специфичното. Това са инфраструктура и суперструктура. Те са части от цялото и не съществуват изолирано. Съществуването им е еднакво необходимо за усвояване и развитие на туристическите територии. Инфраструктурата може да бъде разграничена на обща и специализирана. Специализираната инфраструктура е отражение на общата, но при специфични условия. Като цяло туристическата инфраструктура включва три основни елемента: достъп и комуникации до туристическото място; комуникации в самото туристическо място и общи елементи, без които не могат да се предоставят основните и допълнителни услуги. Туристическата суперструктура е в основата на целия туристически продукт, тъй като тя обединява специфичните материални условия за производство и реализация на всички основни и допълнителни услуги. Тя е едно единство от разнородни съставни части, които функционират в синхрон. Туристическата суперструктура се разделя на следните разновидности: Хотелиерска суперструктура, която пък от своя страна може да бъде основна, включваща хотели, мотели и допълнителна, включваща ваканционни селища, къмпинги и др. Чрез изведената вече зависимост между броя на леглата и количеството на ресурсите, хотелиерската суперструктура определя и капацитета на територията, поради което е и водещ елемент в туристическата суперструктура. Ресторантската суперструктура е свързана със задоволяването на биологичните потребности от основно и допълнително хранене, от развлечения и социални контакти и др. Тя се разделя на класическа и съвременна. Параметрите ѝ зависят от хотелиерската. Друга съставна част е транспортната инфраструктура, като тя задоволява потребността от пътуване, преодоляване на пространството. Тя се изразява чрез самите транспортни средства и съоръжения. Друга разновидност на туристическата суперструктура това е посредническата суперструктура, като тя осигурява връзката между емитивните пазари и приемащите територии. Разделя се на основна и допълнителна. Търговската суперструктура за разлика от другите е свързана с продажбата на стоки. Особеностите

й зависят от туристическото търсене. Разделя се на основна(магазини) и допълнителна (щандове, павилиони). Суперструктурата на допълнителните услуги включва материални условия за задоволяване на множество допълнителни туристически потребности. Тя се разделя на спортна, медицинска, информационна, конгресна и др. Според параметрите и качеството на включените в туристическата суперструктура елементи, тя се категоризира. Категорията се придобива след съобразяване с определени стандарти и се изобразява с определен символ(звезди, букви и др). Качеството нараства с броя на символите. Специализираната туристическа суперструктура зависи и от вида на туризма. Изгражда се суперструктура за делови, морски, планински туризъм др. Тази класификация показва в каква степен и доколко целесъобразно се усвояват туристическите ресурси в дадената територия, характера на сезонността и възможностите за преодоляването ѝ, варианти на алтернативни продукти. Туристическата материална база се групира и според териториалния ѝ обхват. Териториалното разположение на материалната база определя нейната концентрация или интензитет на застрояване. Класификацията е важна, защото определя дългосрочните възможности за развитие. Съществува още едно разделение на туристическата суперструктура според обхвата и функционалната обособеност. Тя се разделя на единична, групова и комплексна.

От януари до ноември 2014 година броят на руските туристи, почиващи в България се е намалил с 3.2%. В реално изражение това са 21 хиляди души. А украинският туристически поток е намалял с 8.2% или 56 хиляди души. За да се намалят тези загуби и да се привлекат нови туристи, правителството на България планира да опрости процедурата по получаване на визи и да открие допълнителни чартърни линии с ниско тарифни компании“