

РОЛЯТА НА КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОТО
НАСЛЕДСТВО ЗА ПОВИШАВАНЕ
АТРАКТИВНОСТТА И ЕФЕКТИВНОСТТА
НА АКТИВНИЯ МЕЖДУНАРОДЕН
ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

Асен Георгиев
Росица Маркова-Георгиева

Резултатите от развитието на активния международен туризъм в нашата страна през последните 25 години показват убедително нарастващото му влияние в националната икономика. Понастоящем той осигурява над 5 % от общите валутни постъпления, в т.ч. над 10 % от тези по второ направление. По реализацията на валутните приходи от капиталистическите страни е на 4 място, а при социалистическите страни – на 6 място измежду экспортните отрасли. На тази основа в редица държавни документи пред него се поставят отговорни задачи за чувствително увеличаване на валутните приходи чрез по-интензивно използване не само на природните дадености, но и на антропогенните туристически ресурси, чийто доминиращ съставен елемент е културно-историческото наследство.

Целта на настоящата разработка е да се направи критичен преглед на досегашното участие на културно-историческото наследство в българския туристически продукт, да се посочат нерешените проблеми, да се очертаят възможностите за включването на нови обекти в съставянето на допълнителните маршрути с оглед повишаване атрактивността и ефективността на туристическото предлагане.

* * *

Обектите на културно-историческото наследство са по-тясно или по-широко застъпени в офертите за чуждестранни туристи на всяка туристическа страна. За страните с по-неблагоприятни климатични условия и с по-ограничени природни ресурси те определят облика на туристическия продукт. Комерсиализирането на културно-историческото наследство чрез каналите на международния туризъм се осъществява по три начина.

1. Предлагање на специализирани групови маршрутно-познавателни пътувания чрез програмите на чуждестранните фирми в страната, изпращаща туристи. Това са форфетни пътувания, с основна цел маршрутно-познавателен туризъм с продължителност една или две седмици. Обикновено се съставят различни варианти на специализирана програма по професионален, възрастов или друг признак на евентуалните клиенти.

2. Предлагање на комбинирани групови пътувания, включващи рекреация (на море, планина или в балнеокурорт) и маршрутно-познавателна обиколка чрез програмите на туристическите фирми от страната еметьор. Пътуването е форфетно, с продължителност от две седмици, от които едната е рекреация, а втората – познавателно пътуване из страната.

3. Продажба на място в приемащата страна на екскурзии и обиколки с посещение на културно-исторически обекти за чуждестранни туристи, пристигнали с основна цел рекреация, лечение, участие в конгресни мероприятия и делови срещи, гостуване или транзитно преминаване.

Най-важните положителни резултати от включването на обектите на културно-историческото наследство в активния международен туризъм на отделните държави могат да бъдат обобщени по следния начин:

а – стимулира се издирването, регистрирането и класифицирането на паметниците на материалната и духовната култура, а също така и тяхното реставриране, експониране и опазване;

б – разширява се гамата на националното туристическо предлагане за чужденци;

в – повишава се атрактивността на другите видове туризъм – рекреативен, медицински, конгресен, делови, транзитен и пр.;

г – реализират се валутни приходи както от продажбата на основни и допълнителни туристически услуги за специализираните маршрутно-познавателни турове, така и от продажбата на краткотрайни екскурзии и обиколки с посещение на културно-исторически обекти;

д – подпомага се икономическото развитие на териториите, притежаващи атрактивни културно-исторически обекти чрез тяхното включване в туристическата дейност.

Следва да се отбележи, че при определени условия туризмът може да окаже негативно влияние върху културно-историческото наследство – увреждания на някои археологически, архитектурни и други паметници от масови посещения, неумело извършени реставрационни и адаптационни работи, грешки в експонирането и т.н., но при достатъчна предвидливост, професионализъм и подходяща организация, подобни отрицателни въздействия могат да бъдат избегнати или бързо преодолени.

* * *

Началните стъпки на съвременния български международен туризъм (след Втората световна война) са насочени главно към използването на морските рекреационни ресурси. Наред с това значителен относителен дял имат транзитните преминавания и деловите посещения на чуждестранни туристи. Доста по-късно в офертите на активния международен туризъм на страната навлизат обектите на културно-историческото наследство – отначало като съпътстващи морския рекреативен и делови туризъм, а след това и като солидна основа на маршрутно-познавателните пътувания за чужденци.

Понастоящем нашето културно-историческо наследство фигурира в почти всички български оферти на международните туристически пазари. За някои социалистически страни (СССР, ГДР, ЧССР, ПНР) организираният маршрутно-познавателен туризъм обхваща 20–30 %, а в отделни години и за отделни страни – до 40 % от общия обем на предлагането. За гражданите на СРР и СФРЮ този относителен дял е над 90 %. Голям е интересът на фирмите от несоциалистическите страни по отношение на маршрутно-познавателните пътувания в България – например, френските фирми Фрам, Транстур, Клуб „Медитеране“, Туризм франсе и др., които наред с двуседмичен рекреативен

туризъм в курортните комплекси „Русалка“, „Албена“, „Зл. Пясъци“ и „Сл. бряг“ предлагат комбиниран престой – една седмица на море и една седмица обиколка на България, а така също специализирани едноседмични и двуседмични обиколки на страната с богати възможности за запознаване с паметниците на културата и фолклора на българския народ. Значително признание за голямата атрактивност на нашето културно-историческо наследство са специализираните турове на холандската фирма „Верню-райзен“ за археолози, манастирските турове на „Библише-райзен“ от ФРГ, фолклорното училище в Пловдив на „Линк-травъл“ от Холандия, а също така включването на тридневен престой в България и запознаване с нейните културно-исторически паметници на автомобилните турове, организирани от фирмата „Туризм франсе“ – Париж.

Твърде показателна в това отношение е и дейността на ТП „Балкантурист“ – София по предлагането на екскурзии и мероприятия за индивидуални туристи. От общо 131 броя различни мероприятия за такива туристи, 57 са екскурзии и обиколки, а от тях 44, или 77 %, са организирани на базата на посещение на обекти на културно-историческото наследство. Резултатите показват, че най-привлекателни се оказват: обиколка на София (1987 г. – 982 души, 1988 г. – 772 души), обиколка на България (1987 г. – 636 души, 1988 г. – 644 души) и посещение на Рилския манастир (1987 г. – 667 души, 1988 г. – 368 души).

В организирането и обслужването на груповия маршрутно-познавателен туризъм със социалистическите страни същото предприятие през периода 1987–1988 г. е постигнало резултатите, посочени в таблица 1.

Т а б л и ц а 1

Страна	Туристи, брой		
	1987 г.	1988 г.	% на увелич.
ГДР	7859	9085	15,6
ПНР	4399	7615	73,1
СРР	5495	4893	-
СССР	103 860	106 070	2,1
УНР	7172	4009	-
ЧССР	1338	2732	104,2
Общо	130 126	134 402	3,3

Макар и ограничени само за едно туристическо предприятие, данните показват нарастващият интерес на туристите от социалистическите страни към маршрутно-познавателните пътувания из нашата страна. Особено отчетливо това се забелязва при чехословашките, полските, съветските и източногерманските туристи.

Обработката на данните, извлечени от официалните статистически публикации за международен туризъм в НРБ (сборника „Туризм“ на ЦСУ) и доуточнени чрез експертна оценка, показва, че докато през 1971 г. само 4–5 % от ношувките на чуждестранните туристи у нас са реализирани по линия на маршрутно-познавателния туризъм, то през 1987 г. този относителен дял е около два пъти по-голям – близо 10 %. В случая по-важното е, че се откроява стабилна тенденция на ежегоден абсолютен и относителен ръст.

Настъпателното развитие на маршрутно-познавателния туризъм и на екскурзиите и обиколките с посещение на обекти на културно-историческото наследство за чуждестранни туристи среща някои пречки и поражда редица проблеми. По-голямо внимание заслужават:

а – незадоволителните темпове на реставрационните и адаптационните работи по някои паметници на културата, което забавя тяхното включване в туристическите маршрути;

б – организационни слабости във връзка с посрещането, настаняването, храненето, транспортирането и придружаването на туристите от чужбина;

в – неуточнени финансови и валутни отношения между туристическите предприятия при комбинираните пребивавания на чуждестранни туристи;

г – придържане към малко на брой традиционни маршрути за груповите пътувания на чужденци, въпреки наличието на интересни паметници на културата в нетрадиционни за туристическите посещения кътчета на страната;

д – недостатъчна изграденост и надеждност на националната техническа инфраструктура (водоснабдяване, електро-снабдяване, транспорт и т.н.), което нарушава стандарта на туристическото обслужване;

е – ограничените средства за рекламна дейност и незадоволителното качество на някои от материалите, предназначени за чуждестранните туристи;

ж – пропуски в подбора на кадрите, които осъществяват информационната и търговската дейност в страната.

Определено може да се твърди, че за всеки от горните проблеми може да се намери подходящо решение, тъй като в по-голямата си част те са организационни и финансови. Някои са възниквали на демографска и образователно-професионална основа.

Ускоряването на реставрационните и адаптационните работи за паметниците на културата в крайна сметка опира до специалисти, средства и материали. Тук би могло да се препоръча по-активното финансово участие на туристическите предприятия и ръководната организаторска роля на локалните териториални общности – общини и кметства. Що се отнася до слабостите по посрещането и обслужването на туристите и уточняването на финансовите и валутните отношения между туристическите предприятия партньори, въпросите трябва да се решават при взаимно зачитане интересите на предприятията, но ръководен принцип трябва да бъдат националните интереси и постигането на висока степен на задоволеност на клиентите.

Преодоляването на недостатъчната изграденост и слабата надеждност на националната техническа инфраструктура (транспорт, водоснабдяване, електроснабдяване, комуникации и др.) е въпрос, който следва да се решава приоритетно както от страна на централните държавни органи, така и от самоуправляващите се териториални общности. Заинтересованите туристически предприятия могат да съдействат съобразно своите възможности чрез предоставянето на финансови и материални ресурси. В отделни случаи при ясно очертани финансови изгоди туристическите предприятия могат да станат и главни инвеститори на съответните обекти.

Подборът на кадрите по информационната и търговската дейност в сектора на маршрутно-познавателния туризъм, екскурзиите и обиколките, е организационен проблем. Наложително е създаването на система от критерии и изисквания, която да изяснява подготовката и възможностите на кандидатите. Важен момент е материалната заинтересованост и ценностната мотивация на всеки служител в този сектор.

Особено належащо е да се направи решителна крачка за излизане от традиционния ограничен брой посещения на обекти и познавателни маршрути за чуждестранните туристи било чрез включването на нови обекти, било чрез нови, по-атрактивни комбинации в отделните маршрутни програми. Например в Пловдивска област около 65 селища притежават обекти на културно-историческото наследство, които представляват интерес и за чуждестранните посетители, като 20 селища са концентрирали в себе си важни паметници от праисторическо, тракийско и римско време.

Целесъобразно е в традиционните познавателни маршрути периодично да се включват новоадаптирани обекти. В настоящия момент такива са: Балабановата къща и къщата на Хиндлиан в Пловдив, Горноводенския манастир, Араповския манастир и др. Успоредно с това изключителният интерес по света към пътуващата изложба на тракийските съкровища от България подсказва възможността за лансиране на познавателни програми под мотото: „Изкуството на траките по българските земи“, „Последите на тракийската култура“ и др. В перспектива може да се мисли за програма, обединяваща тракийското културно наследство в Родопския регион на България и Гърция.

Успехът на фолклорното училище в Пловдив сред холандските туристи подсказва още веднъж, че културно-историческото наследство е неизчерпаем резерв за разнообразяване на нашата оферта на международните туристически пазари.

Силно впечатление прави некомерсиалният подход при реализирането на някои подходящи мероприятия, за които са изразходвани значителни средства. Например спектакълът „Звук и светлина“ на хълма Царевец във Велико Търново не носи директно приходи (в т.ч. и във валута), защото нещата не са доведени докрай – липсва рецитал на историческа тематика, преведен на няколко езика (английски, немски, френски, испански, руски), не е обособен подходящ амфитеатър за публика с места за сядане и съответно озвучаване, където да се събира входна такса (в лева или валута).

Подобни мероприятия в Атина, Кайро и редица други туристически места с уникални културно-исторически паметници ежегодно носят огромни валутни приходи.

*
* *
*

В заключение следва да подчертаем, че навременното и целесъобразно решаване на проблемите на нашия маршрутно-познавателен туризъм, по-смелото включване на нови обекти на културно-историческото наследство и разнообразяването на познавателните програми за чуждестранни туристи, безспорно ще допринесе за повишаването на атрактивността на българското туристическо предлагане, а при умело използване на непрекъснато нарастващия интерес – и до значително по-висока ефективност на активния международен туризъм в НРБ.

THE CULTURAL-HISTORICAL HERITAGE ROLE IN IN- CREASING ATTRACTION AND EFFECTIVENESS OF THE INTERNATIONAL TOURISM OF BULGARIA

A. Georgiev, R. Markova

S u m m a r y

The international tourism development results in the last 25 years shows a convincing increasing of its influence in the national economy. Today the tourism covers over 5 % of the total currency revenues, including over 10 % of the nonsocialist currency. Its hard currency revenues realization holds IVth place and that of the socialist countries – VIth place amongst the export branches. On these basis a lot of state documents assign an important tasks to the tourism for a considerably increasing of the currency revenues by means of more intensive using not only the natural but the anthropogenic tourist resources as well, whose dominant component part is the cultural-historical heritage.

There is a profound critical analysis the up-to-date participation of the cultural-historical heritage in the Bulgarian tourism product. A report is given on the achievement and the problems are pointed out, whose mistimed decision makes negative effect on the results. Outlined are the opportunities and recommendation are made for a much broader inclusion of the sights of the cultural-historical heritage in the quotations of the Bulgarian tourist organisations at the international markets, as well as in the additional services offered to the foreign tourists who are in Bulgaria on purposes of recreation, medical treatment, visit, business and congress activities.