
CULTURAL HERITAGE AND MINERAL SPRINGS-RESOURCES FOR THE DEVELOPMENT OF LOCAL TOURIST PRODUCT

Krasimira StanevaUniversity of Forestry, Sofia, Bulgaria, bagg.ks@gmail.com

Abstract: The main prerequisites for the development and realization of a combined local tourist product are natural and anthropogenic tourism resources combined with a preserved environment. Nine cultural and historical and seven medical SPA and SPA destinations included in the portfolio of the Ministry of Tourism in Bulgaria were researched. The tourism resources and the quality of the environment have been evaluated, using our previous research data. All of destinations under study have a preserved natural environment and some of the sites included in these destinations are national and climatic resorts. There is a good combination of appropriate resources for the development of a combined tourist product, concentrated in the same geographic area.

For the realization of the combined tourist product is necessary to stimulate the integrated regional development of tourism through the formation of appropriate organizational structures, coordination of the supply and implementation of a regionally differentiated state tourism policy. The conservation and sustainable use of tourism resources is crucial to the creation of the product. The high-class tourist services as VR and AR form of the service are interesting. They provide leisure time management, "Second screen" marketing and psycho-emotional comfort for the client, which is aimed at a high quality of life. There is a need for an expert approach, which is related to balanced management of mineral waters at the municipal level and maintenance of the quality of the offered services in the field of cultural tourism and good information tourist system combined with adequate management of the personnel competencies. Obviously, the Municipalities role and responsibility offering the combined tourist product is in line with development and implementation of the Municipal Tourist Reservation System, the Municipal Tourist Security System and Conceptual Models for the Development of Balanced Tourism based on an analysis of the tourist footprint. The role of marketing innovation focused on customer behavior and the psycho-emotional impact of the tourism product is growing also in the long term.

Keywords: tourist resources, heritage, SPA, municipality's security system

КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО И МИНЕРАЛНИТЕ ИЗВОРИ-РЕСУРСИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ЛОКАЛЕН ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ**Красимира Станева**Лесотехнически университет email: bagg.ks@gmail.com

Резюме. За изработване и реализиране на комбиниран локален туристически продукт водещите предпоставки са природните и антропогенните туристически ресурси в съчетание със съхранена околна среда. Проучени са девет културно-исторически и седем балнео и СПА дестинации в страната, които са включени в портфолиото на Министерство на туризма. Оценени са туристическите ресурси и качеството на околната среда, ползвайки предишни наши изследвания. Проучените дестинации се отличават със съхранена природна среда, а част от включените обекти в тези дестинации са национални и климатични курорти. Налице е добро съчетание на подходящи ресурси за развитие на комбиниран туристически продукт, съсредоточени в един и същи географски район. За реализиране на комбиниран туристически продукт е необходимо да се стимулира интегрирано регионално развитие на туризма чрез формиране на подходящи организационни структури, координация на предлагането и прилагане на регионално диференцирана държавна туристическа политика. Опазването и устойчивото използване на туристическите ресурси е с определящо значение за създаването на продукта. Интерес представляват туристическите услуги от висок клас - VR и AR форма на услугата. Те предоставят управление на свободното време, "Second screen" маркетинг и психоемоционален комфорт на клиента, което е насочено към високо качество на живот. Очертава се необходимост от експертен подход, който се свързва с балансирано управление на минералните води на общинско ниво и поддържане качеството на предлаганите услуги в областта на културния туризъм и на добра информационна туристическа система в съчетание с адекватно управление на компетентностите

на персонала. Безспорно на преден план излиза ролята и отговорността на общините, предлагащи комбиниран туристически продукт за разработване и внедряване на Общинска туристическа резервационна система, Общинска система за сигурност на туриста и Концептуални модели за развитие на балансиран туризъм, базирани на анализ на туристическия отпечатък в района. Нараства и ролята на маркетинговата иновация, фокусирана върху клиентското поведение и психоемоционално въздействие на туристическия продукт в дългосрочен план.

Ключови думи: туристически ресурси, културно наследство, СПА, общинска сигурност

1. УВОД

България притежава реален шанс за имиджово позициониране на туристическия пазар, представяйки възможностите на комбиниран туристически продукт, който свестява културна със СПА дестинация.

Първите сведения за наличие на древни балнеолечебници се свързват с Римската епоха (I–VII в.). Тяхото възникване и развитие е свързано с многобройните находища на термоминерални води в редица райони, което е било важно условие за укрепване на физическата мощ на римските легиони, както и за възстановяване на здравето на ранените войни. Страната ни е известна с термите и балнеолечебниците си: Аугуста /Хисаря/, Паугалия /Кюстендил/, Термополис /Бургаски минерални бани/, Германея /Сапарева баня/, Танзос /Сливенски бани/, Сердика /София/. По своята същност те са били не само оживени търговски и културни средища, но и носят отпечатъка на начина на живот на населението. Причината да ги преоткриваме днес се корени в рекреационния потенциал на минералните води и универсалността за вграждане на собствено балнеотерапевтични и СПА услуги в комбиниран туристически продукти. Ако се позовем на историческите документи и паметниците на културата, намиращи се на територията на нашата страна, бихме могли да проследим не само възникването и, но и традициите в СПА и медикъл СПА дейностите, които безспорно днес се свързват с един от най-бързо и атрактивно развиващия се дял от туризма: СПА туризъм. Изясняването на връзката между алтернативен и традиционен туристически продукт е интересен въпрос, който е обект на настоящето проучване.

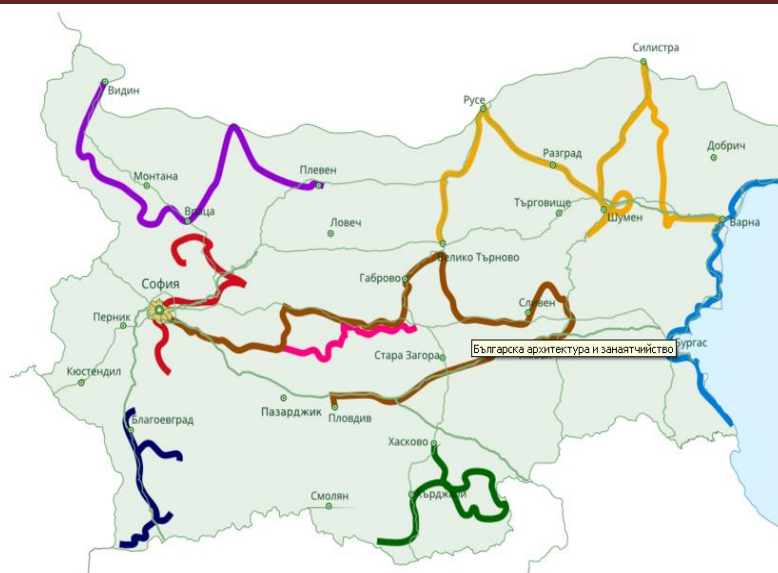
2. ЦЕЛ И МЕТОДИКА НА ПРОУЧВАНЕТО

Проучени са девет културно-исторически и седем балнео и СПА дестинации в страната, които са включени в портфолиото на Министерство на туризма. Оценена е характеристиката на околната среда в тези райони, ползвайки предишни наши изследвания. Последователността в проучването и анализа на получените резултати е следната:

- Системен подход при оценка на ресурсния потенциал: антропогенни и природни туристически ресурси;
- Анализ на генериращите туристически пазари;
- Анализ на клиентския профил;
- Анализ и избор на адекватен технически инструмент за реализиране на продукта.

3. РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕТО

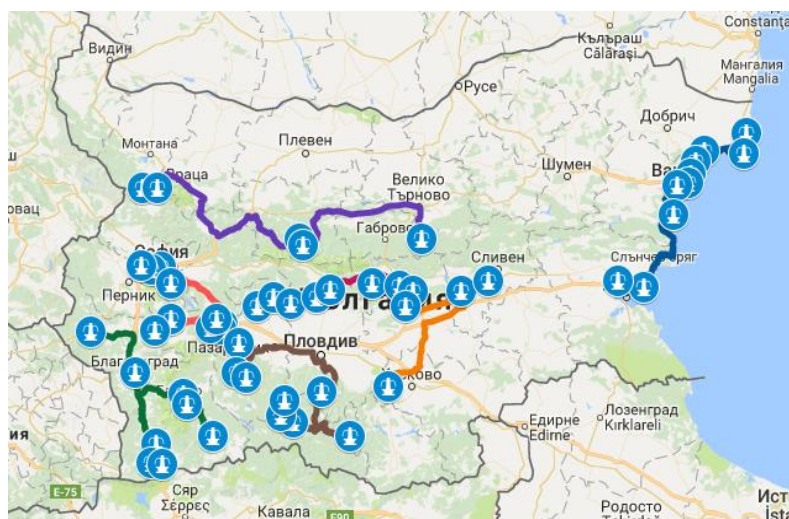
Проучени са промотираните девет културно-исторически дестинации от Министерство на туризма, които носят спецификата на съхранените културни обекти във всеки географски обособен район (фиг. 1): „Богатствата на Северозапада, Долината на розите и тракийските царе, Българска архитектура и занаятчийство, Магията на източните Родопи, Морските крепости на България, Софийската Света гора, Столиците и градовете на българските царе и патриарси, Струма”. Така представени културно-историческите дестинации носят достатъчно информация както за антропогенните туристически ресурси, така и за природните. Интерактивното представяне на културните обекти позволява да се съчетае наличната информация за балнео и СПА дестинациите и да се ползва за моделиране на комбиниран туристически продукт.



Фиг.1 Културно-исторически дестинации

Източник: <http://www.tourism.government.bg/bg/pages/kulturno-istoricheski-destinacii>, свален на 17.11.2018

Анализирайки съдържанието на разработените балнео и СПА дестинации в България, може да се обобщи, че те представляват завършен туристически продукт, който успешно би могъл да се комбинира с оглед представяне на страната ни като целогодишна туристическа дестинация (фиг. 2).



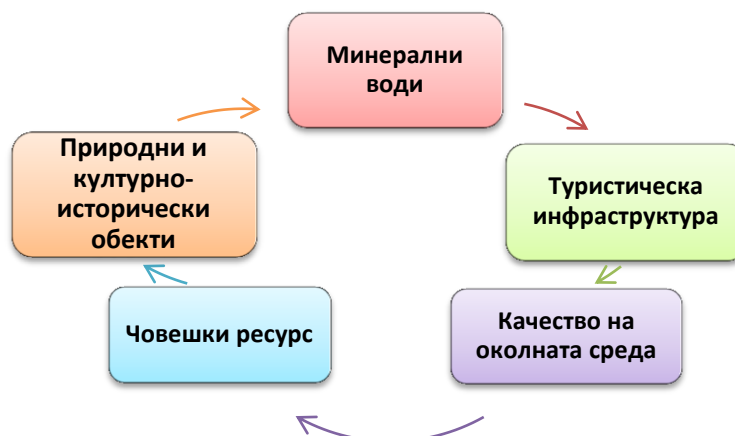
Фиг. 2 Балнео и СПА дестинации в България

Източник: <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/novini/ministur-angelkova-sedemte-balneo-i-spa-destinacii-na-interaktivna-karta-shte> (17.11.2018)

Специфичните наименования, с които се представят тези дестинации носят в себе си културно-историческия отпечатък на времето и напомнят за традициите в балнео и СПА културата на местното население: „Термите на Константин Велики“, „Дълголетие в планината на Орфей“, „СПА от неолита“ и т.н. В годината на културния туризъм (2018г.), когато вниманието ни е фокусирано върху различни събития от културния календар, нарастващият дял на уелнес туризма и увеличаващия се брой чуждестранни туристи в

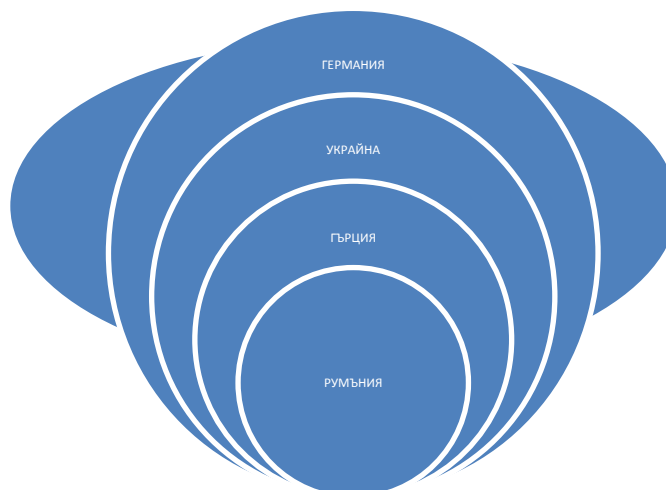
страната за същия период, по естествен начин определят и синергията между два различни по своето съдържание туристически продукта: културно-исторически и уелнес/СПА, ориентирани към специализирания туристически сегмент.

Оценявайки наличните природни туристически ресурси в културно-историческите и балнео и СПА дестинации, става ясно, че е налице добро съчетаване на подходящи ресурси за развитие на комбиниран туристически продукт, съсредоточени в един и същи географски район (фиг.4).



Фиг. 3. Последователност при оценка на туристическите ресурси, необходими за комбиниран туристически продукт

Важно условие за неговото реализиране е прилагането на персонализиран подход към туристите, което определя и успеха на такъв продукт. Определящ момент е оценката на клиентския профил, който се свързва с водещата тенденция понастоящем- далечните пазари. Това се свързва с бързо развиващите се пазари в Азиатския регион, които генерират най-висок ръст на туристи към Европа. Тази тенденция ще се запази през следващите две десетилетия, поради увеличаване на покупателната способност на населението и дела на средната класа в тези държави. Това налага разработване на иновативни туристически продукти, които да бъдат атрактивни за клиентите.



Фиг. 4 Традиционни генериращи туристически пазари за страната.

Така наред с традиционните генериращи пазари за страната, пред туристическия бранш стои сериозно предизвикателство да се разработи и предложи продукт, ориентиран към клиенти с различни културни интереси и с традиции в рекреацията, прилагана сред екологично чиста и съхранена природна среда.

Проучените дестинации се отличават със съхранена природна среда, където качеството на абиотичните компоненти на околната среда е добро. Част от включените обекти в тези дестинации са национални и климатични курорти [1,2, 3, 4, 5]. (

Добрата туристическа инфраструктура е предпоставка за успешното реализиране на комбинирани туристически продукти.

4. ДИСКУСИЯ

За реализиране на комбинирания туристически продукт е необходимо да се стимулира интегрирано регионално развитие на туризма чрез формиране на подходящи **организационни структури**, координация на предлагането и прилагане на регионално **диференцирана държавна туристическа политика**. **Опазването и устойчивото използване** на туристическите ресурси- природни и антропогенни е с определящо значение за създаването на продукта. По своята същност той се определя като нов, непознат туристически продукт със съпътстващите го услуги: комбинирано туристическо предлагане от т.нар. „невъзможни комбинации“ . Формата на представяне и прилагане на иновативни логистични решения са ключов момент за успеха на продукта. Интерес представляват и туристическите услуги от висок клас- VR и AR форма на услугата. Те предоставят управление на свободното време, “Second screen” маркетинг и психоемоционален комфорт на клиента, което е насочено към високо качество на живот [8].

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

За изработване и реализиране на комбиниран локален туристически продукт водещите предпоставки са природните и антропогенните туристически ресурси в съчетание със съхранена околна среда. Очертава се необходимост от експертен подход, който се свързва с балансирано управление на минералните води на общинско ниво и поддържане качеството на предлаганите услуги в областта на културния туризъм и на добра информационна туристическа система в съчетание с адекватно управление на компетентностите на персонала[6, 7]. Безспорно на преден план излиза ролята и отговорността на общините, предлагащи комбинирания туристически продукт за разработване и внедряване на Общинска туристическа резервационна система, Общинска система за сигурност на туриста и Концептуални модели за развитие на балансиран туризъм, базирани на анализ на туристическия отпечатък в района [9, 10]. Нараства ролята на маркетинговата иновация, фокусирана върху клиентското поведение и психоемоционално въздействие на туристическия продукт в дългосрочен план. Мотивацията за пътуване и избор на комбиниран туристически продукт се свързва както с доброто съчетание между традиционна културна дестинация и рекреационен продукт, така и с традиционна СПА дестинация с културен акцент [11].

ЛИТЕРАТУРА

- [1] К. Станева, Ем. Маринов. Концептуален модел за устойчиво развитие на Wellbeing и medical SPA в България, използвайки геомедицински индикатори, Акад. Изд. Тракийски университет, ISBN 978-954-338-077-0, 301-306, 2014.
- [2] К. Станева. Перспективи и възможности за развитие на Wellness туризма в трансграничния район България - Сърбия. ISSN 1314-1937, т. 8, 134-142. Изд. Комплекс на НВУ „В. Левски“, 2014.
- [3] К. Staneva, Prerequisites for balanced development of Wellbeing and Medical SPA in Bulgaria. CRODMA, ISSN 2459-7953, 103-110, 2016.
- [4] К. Станева, К. Управление на горския рекреационен туризъм в Община Троян. Второ, допълнено издание. Авангард-Прима. ISBN 978-619-160-841-6, 131 с., 2017.
- [5] К. Staneva. An evaluation of the potential of Cross- border region Bulgaria-Serbia for development of Wellness, medical SPA and SPA tourism - possibilities and perspective. ATLAS Tourism and Leisure Review, Volume 2016 – 3, Health, Wellness and Spa Tourism in the Balkans, 43-58. Netherlands, 2016.

[6] K. Staneva. Wellbeing tourism management in Balkan (Bulgarian experience). KNOWLEDGE – International Journal, vol 22.2, 597-601, ISSN 2545-4439, 2018.

[7] http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf, downloaded on 23.11.2018

[8] W. Suntikul, St.Pratt et al. Impacts of tourism on the quality of life of local residents in Hue, Vietnam. Journal Anatolia, An International Journal of Tourism and Hospitality, v. 27, issue 4. On:

<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13032917.2016.1138234?journalCode=rana20>, downloaded on 23.11.2018

[9] <https://sustainabletourism.net/>, downloaded on 23.11.2018

[10] http://www.bulgaria-hotels.com/en/sandanski_develops_cultural_tourism.html, downloaded on 23.11.2018

[11] P. Erfurt. An assessment of the role of natural hot and mineral springs in health, wellness and recreational tourism. On: tps://researchonline.jcu.edu.au/31110/1/31110_Erfurt_2011_thesis.pdf, 2011. downloaded on 23.11.2018