

## **SPECIALIZATION OF THE TOURIST DESTINATION**

**Zlatka Grigorova**

*University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria*

## **СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ**

**Златка Григорова**

*Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив*

Богатите природни и антропогенни рекреационно-туристически ресурси на дестинация Пловдив не са валоризирани в достатъчна степен. Те са потенциал за бъдещо туристическо развитие, което следва да се оползотвори ефективно. Ориентацията трябва да е към специфични, но и нетрадиционни за областта форми на туризъм, базирани на местните ценности - природни ресурси и забележителности, климатични условия, културно-историческо наследство. Вниманието трябва да бъде насочено към предотвратяване на рискове от деградация на ресурсите и загубване на идентичността.

Богатото културно-историческо наследство (концентрация на множество единични и групови недвижими културни ценности), наличието на благоприятни природни ресурси, традициите и опитът на местното население в предлагането на туристически услуги дават възможност за практикуване на различни видове туризъм на територията на област Пловдив като културно-познавателен, религиозен, конгресен, балнеоложки, екологичен, аграрен, приключенски (спортен, винен) и др.

### ***Културно-познавателен и религиозен туризъм***

Културно-познавателният и религиозният туризъм се развиват на основата на уникалното културно-историческо наследство на дестинацията. В областта има 133 обекта, включени в списъка с паметниците на културата от национално значение<sup>1</sup> са 73 обекта и 1 архитектурно-исторически резерват:

- Старинната част на Пловдив, обявена за архитектурно-исторически резерват с Постановление на МС № 143 от 22.05.1956 г.;

Немалка част от недвижимото културно наследство в дестинация е в незадоволително общо физическо състояние, а туристическата инфраструктура е недостъпна или амортизирана, което е пречка за интензивното развитие на културно-познавателния туризъм.

За да се повиши общият ефект от културно-историческото наследство за икономиката е необходимо:

- да се стартира интегрирано предлагане на ресурсите в адекватни туристически пакети,
- максимално обхващащи пространствените съчетания на туристическите ресурси в областта.

Важна роля в това отношение могат да изиграят туристическите информационни центрове (ТИЦ) на територията на град Пловдив те са общо 3:

<sup>1</sup> <http://mc.government.bg/page.php?p=58&s=244&sp=246&t=0&z=0>

на ул. „Д-р Стоян Чомаков“ 1 в Стария град; на ул. „Райко Даскалов“ 1 на пл. „Римски стадион“; на ул. „Цанко Лавренов“ 11 в Стария град откъм Източната порта.

Развитието на културно-историческия и религиозен туризъм е свързано с наличието на компактно формирани зони в рамките на дестинация Пловдив.

### **Градски развлекателен и шопинг**

Град Пловдив е културната столица на България със своята уникална програма от фестивали, конкурси, пленери, изложби и др. прояви, които стоят в основата на културния туризъм.

*Туристически обекти* (културни, религиозни, исторически и др.):

- Архитектурно-исторически резерват „Старинен Пловдив“;
- Музеи: Регионален археологически музей, Регионален етнографски музей, Регионален исторически музей, Експозиция „Българско Възраждане“, Експозиция „Съединение на България 1885“, Експозиция „Българско книгопечатане“, Музеен център за съвременна история, Регионален природонаучен музей и др.;
- Галерии: Градска художествена галерия - Пловдив, Иконна галерия, Постоянни експозиции „Цанко Лавренов“ и „Мексиканско изкуство“, Постоянна експозиция живопис „Енчо Пиронков“;
- Религиозни храмове;
- Археологически забележителности: Археологически комплекс на Небет тепе, Античен театър, Античен форум с Одеон, Античен стадион, Късноантична сграда „Ейрене“, Хисар капия, Часовникова кула на Сахат тепе, Балабанова къща, възрожденски къщи, галерии, експозиции и др.;
- Отдых и култура: Цар Симеоновата градина, Гребен канал, спортни и развлекателни центрове, Дом на науката и техниката.

Пловдив е туристическа дестинация сам по себе си поради концентрацията на историческо наследство от различни епохи, религии и култури. От друга страна, Пловдив е своеобразен разпределителен център към туристически обекти, намиращи се в съседни области и общини, основно в Южен централен район за планиране. Възможностите за комбиниране на културен с балнеоложки, спа, селски и спортен туризъм в региона са много разнообразни.

Община Пловдив изпъква с малко на брой природни обекти с потенциал на валоризация: една от най-големите български реки - Марица и шестте скални хълмове (тепетата). Понастоящем те са все още недостатъчно оползотворени. Река Марица е непривлекателна с ниското си водно равнище, големите оголени откъм води зони, обрасналостта на коритото. Тепетата в туристически смисъл се оползотворяват за придобиване на обща представа за града и имат значение основно за жителите на Пловдив като подходящи места за разходка и почивка.

### **Винен туризъм**

Виненият туризъм е една от първите форми на тематичен съвременен специализиран туризъм у нас. Предпоставка за развитието му е качеството на българското вино. При него успешно се съчетават наслаждата от вкуса на виното с удоволствието от пътуването. Обединяват се интересите на производители, търговци, земеделци, ресторантьори, туристически агенции, хотелиери, маркетинголози и други.

Виненият туризъм безспорно е свързан с консумирането на вино, което е във фокуса на туристическа дестинация Пловдив. Администрацията в Пловдив и сдружение от винари промотират района като туристическа дестинация, очертавайки общ винен маршрут. В инициативата „Винен път“ участват избите: Беса Валеи, Драгомир, Бендида, Вила Винифера, Брестовица, Вила Юстина, Тодоров, Старата Изба-Първенец. Основна част от проекта са и пловдивските специализирани заведения: „Вино Култура“ и енотека „Бендида“. Изработена е карта на винените маршрути, която включва изброените изби от региона като дестинации (вж. Приложения, Винена карта).

През последната година Пловдив бе домакин на два много големи винени форума. В края на октомври – среща на над 250 журналисти от 30 страни по света, които се занимават с онлайн маркетинг за вино. През пролетта на 2016 г. градът бе домакин на изключително престижния фестивал - Concours Mondial de Bruxelles<sup>2</sup>. Конкурсът събра над 300 сомелиери от 5 континента. Като прибавим към тях и традиционните за Пловдив "Дефиле на младото вино", "Вино и гурме", както "Европейския ден на винения туризъм" – то безспорно можем да заключим, че Пловдив е една от столиците на винения туризъм в глобален мащаб.

Качеството на българското вино и голямата разновидност от сортове е довело до интерес към винените ни дестинации както от традиционни за нас генериращи пазари като Русия, Украйна, Италия, Чехия, Сърбия, така и от подалечните – Китай, Япония и САЩ. Дестинация Пловдив трябва да използва ефективно този ресурс, като актуализира съществуващите и разработи нови маршрути за винен туризъм, което ще направи страната ни още по-разпознаваема в този туристически сегмент.

В Тракийския район има природен ресурс, традиция, фолклор, бит и култура - всички необходими предпоставки за развитие на винен туризъм. Не случайно граф Фон Найперг, собственик на пет замъка с винарски изби, в прочутата с винопроизводството си област Бордо, във Франция казва: „В България има повече винена история, отколкото в Бордо“<sup>3</sup>.

Представеният от история и култура, както и уникалният тероар<sup>4</sup>, традиции и обичаи отреждат на България и район Тракия едно заслужено място на винената карта на Европа и света.

### **Конгресен и бизнес туризъм**

Територията на област Пловдив и най-вече нейният административен център се отличават със значителен потенциал за развитието на конгресен и бизнес туризъм. За това допринасят: наличието на уникално за страната изложение като Пловдивския панаир, добрата транспортно-комуникационна инфраструктурна осигуреност, наличието на летище с перспектива за развитие като логистична зона и важен входно-изходен пункт както за карго товари, така и за обслужване на туристически пътувания.

Международният панаир Пловдив е модерен изложбен комплекс, който разполага със 17 многофункционални експозиционни палати. Комплексът е лидер в панаирната индустрия в България и региона. Чрез него българските

<sup>2</sup> <http://www.concoursmondial.com/en/>

<sup>3</sup> Кръстева, Ат., 2006. Виненият бар - алтернатива за развитие на винен туризъм, сп. Хоремаг, бр. 27.

<sup>4</sup> Френски термин, използван за описание на специфичните характеристики, които географският регион предава върху виното - земеделският ареал с еднакви климатични условия, почви и техники за обработка.

предприемачи излизат на международния пазар, а дейността му е индикатор за икономиката на страната и интереса на чуждестранния бизнес. Целогодишно в панаирното градче се организират и провеждат 40 изложбени прояви, в които участват повече от 8000 изложители от над 60 страни.

***Балнеоложки, приключенски и екотуризъм***

Балнеоложкият туризъм е традиционен за дестинация Пловдив, като основните центрове са гр. Хисаря, Нареченски бани и гр. Баня. Наличието на водни площи (язовири и реки) в областта е стимул за развитието на спортния и риболовния туризъм.

В близост са общините Кричим, Перущица и Брезово, където са налице възможности за развитие на еко- и ловен туризъм, благодарение на съхранената природа и наличието на ловни стопанства. Рекреационният туристически продукт е характерен за дестинацията (южните склонове на Средна гора и северните склонове на Родопите). На територията на областта съществуват и много други природни и антропогенни зони и фактори: пещери, природни местности, недвижими културни ценности и обекти с археологическа стойност, които биха могли да се използват по-пълноценно за разнообразяване на туристическия продукт и за увеличаване на приходите и целогодишната заетост в повече части от територията на областта. Аграрният потенциал на района е също така решаващ фактор за развитие и диверсификация на туризма.