Eastern Academic Journal

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ - ТЕНДЕЦИИ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ В ОБЩИНА ГУРКОВО

Снежана Д. Иванова* и Кристиян Гочев

УХТ – Пловдив, България

АВСТРАКТ — *Целта на нашето изследване е да се изследват тенденциите и перспективите за развитие на алтернативни форми на туризъм на територията на община Гурково. Обърнато е особено внимание на формирането на туристическия пакет, който градът предлага, обогатяването му с нови туристически продукти и механизмите за подобряване на качеството и стандарта на туристическите продукти и услуги. Поставихме си и реализирахме следните задачи – за разкриване предпоставките и условията за развитието на алтернативни форми на туризъм на територията на община Гурково; изследване спецификата на туристическите продукти на местно ниво. Изследване перспективите за развитие на Био рали, Гурково и Туристически Информационен Център и други културни ценности. Изследване мнението на местното население относно бъдещи ползи при кооперирание на общината в областта на туризма със съседни общини. Използвани са статистически, исторически, сравнително описателен, регионален анализ. Освен това са използвани научните методи за анализ, синтез, индукция и дедукция.*

Ключови думи: *алтернативен туризъм, традиционен масов туризъм, устойчив туризъм, потребителски интереси, туристически пакет*

ALTERNATIVE TOURISM - TRENDS AND PROSPECTS FOR DEVELOPMENT IN THE MUNICIPALITY GURKOVO

Snezhana D. Ivanova* and Christian Gotchev

University of food technologies, UFT - Plovdiv, Bulgaria

*Corresponding author at: *University of food technologies - UFT, Department: Nutrition and Tourism, Plovdiv, Bulgaria, e-mail:***snejana.1958@abv.bg**

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

ABSTRACT – *The aim of our study was to examine trends and prospects for the development of alternative forms of tourism in the municipality of Gurkovo. Particular attention was given to the formation of the tourist package that the city offers, enriching it with new tourism products and the mechanisms for improving the quality and standard of tourist products and services. We set ourselves and we completed the following tasks - disclosure prerequisites and conditions for the development of alternative forms of tourism in the municipality Gurkovo; study the specificity of tourism products locally. Study prospects of Bio rally Gourkovo and Tourist Information Center and other cultural values. We examined the views of the local population about the future benefits of cooperation of the municipality in the field of tourism with neighboring municipalities. We used statistical, historical, comparative descriptive regional analysis. In addition, used scientific methods of analysis, synthesis, induction and deduction.*

Keywords: alternative tourism, traditional mass tourism, sustainable tourism, consumer interests,tourist package

1. ВЪВЕДЕНИЕ

Алтернативният туризъм е алтернатива на стандартния, масовия туризъм като начин на протичане и философия. Основен акцент в тези пътувания е досега със съхранената природна среда, автентичната атмосфера и кухня, запазените традиции, липсата на загрозяващите белези на урбанизма.
Алтернативният туризъм е и алтернатива като потребителски кръг – той интересува индивидуално пътуващите и организираните в малки и средноголеми групи хора (8-15 души), очакващи да научат нещо в своята ваканция. Той е форма на устойчив туризъмкато част от парадигмата на устойчивото развитие и изразява баланса между постигането на икономическа ефективност и проспиритет, социално благоденствие, културно ммногообразие и поддържането на екологичното равновесие в дадената дестинация (Топлева, С., 2014).
Алтернативният туризъм е алтернатива и по отношение на доставчиците на услуги – основните участници са собственици на семейни хотели, къщи и стаи за гости, хижи, манастири, планински водачи и коняри, производители на оригинални занаятчийски продукти и др. (Левков, К., 2013). Алтернатива на социалния и икономическия упадък - този туризъм е носител на нови послания и надежди в общественото пространство и на нови идеи за утвърждаване на устойчиви модели за местно и регионално развитие, и издига в приоритет отношението към природата, традициите и интересите на местните общности. (Стаматов, Ст., 2003, Станкова, М., 2004). Алтернативните видове туризъм ще започнат все повече и повече да изместват традиционния масов туризъм или поне повечето от пътуващите ще започнат да включват в почивките си елементи от нетрадиционния туризъм. А колкото до самия алтернативен туризъм многообразието му ще продължава да се увеличава, поради непрекъснато разширяващия се обхват на рекреационно - туристическите ресурси и включването в него на нови, непознати до този момент обекти и ресурси от една страна и научно-техническия напредък от друга, а също така и от непрекъснатата нужда на пътуващите за все по-нови и разнообразни

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

рекреационни дейности. Алтернативният туризъм в България има потенциала в краткосрочен план да се развие до отрасъл с национално значимост, а страната ни да се превърне във водеща в тази област сред държавите от Източна Европа.

България продължава да е страна, в която тръпката и приключението са живи, в която все още можеш да посетиш места, в които крака на турист не е стъпвал. Можеш да се докоснеш до села, в които живота продължава с ритъма отпреди няколко столетия и в които пътуването е носител на истинско познание за Европа такава, каквато никога вече няма да бъде. Тук вкусът на храната, въздухът и гледката идват сякаш от друго измерение, а карането на колело, спускането по снежни кулоари, извън пистите или просто ходенето пеша или със снегоходки са само претекст. Същността е пътуване навътре в нас и назад във времето. България несъмнено е една невероятна страна, която разполага със забележителни туристически ресурси, както природни, така и антропогенни, което я прави много привлекателна дестинация за различни видове алтернативен туризъм, някои от които вече активно се практикуват. Търсейки едно наситено с емоции преживяване и активен туризъм сред неурбанизирана и запазена от човешки посегателства природна среда, тези туристи очакват много и от срещата с това, което е днес България. А това означава от срещата с хората, с българите и българските порядки в градовете и селата, в планинските хижи и дори това, което се случва в българските защитени местности. (Топлева, С., 2013, Нац.Стратегия за устойчиво развитие, 2009).

Алтернативен туризъм е всеки вид туризъм, които не е масов. Алтернативният туризъм е устойчив туризъм, а устойчив е туризмът, който представлява такъв комплекс от туристически дейности, които най-пълно задоволяват потребностите на туристите в настоящето и осигуряват задоволяване на тези потребности и за бъдещите поколения.

Алтернативният туризъм е динамична система и се определя от алтернативните на “масовия” туризъм потребителски интереси и включва алтернативни форми на организацията на пътуването, настаняването, алтернативни технологии на бслужване, алтернативни методи на управление и специализирана квалификация на заетите в тази област. Алтернативна е и формата на туристическо поведение и пътуване. Отделният турист активно участва в туристическото пътуване. Качеството на туристическите услуги се гарантира от персонификацията, сигурността и задължителния общоприет комфорт. При алтернативните видоде туризъм съществува силна зависимост от местната среда в дестинацията. (Рибов, М., 2003).

Съвременните тенденции в развитието на туризма, и в частност на алтернативния туризъм, извеждат на преден план изискването за устойчивото му развитие, т.е. за такова развитие, което максимално да удовлетворява потребностите и изискванията на туристите, като същевременно в най-висока степен запазва и поддържа равновесието в екологичните и социални системи.

За постигането на тази цел е необходимо да се направи целесъобразно разделение на туристическия продукт. Това в най-голяма степен се отнася до слабоусвоените райони и селища, които преди да се насочат към интезивно развитие на туризма, трябва да си изяснят своето предназначение: с какви ресурси разполагат, развитието на кои видове туризъм благоприятстват тези ресурси и какъв капацитет на материално-техническата база трябва да се изгради и поддържа, за да се постигне устойчиво развитие на туризма.

2. Видове алтернативен туризъм. Класификации.

За определяне вида на туризма има различни критерии:

- **Според националната принадлежност на туристите - вътрешен и външен**
- **Според отражението му върху платежния баланс на страната пасивен (повече изходящи, отколкото приходящи туристи) и активен (превес на пристигналите, пред заминалите в чужбина туристи); активен - превес на приходите над разходите в туризма и пасивен - превес на разходите пред приходите.**
- **Според характеристиката на туристическия продукт масов (рекреативен) и специализиран (алтернативен).**

Рекреативният туризъм задоволява потребностите от възстановяване. Бива основно морски море – слънце-пясък; планински-ски-слънце-сняг.

Алтернативният туризъм е комплекс от туристически дейности, различни от тези на масовия туризъм, свързани с използването на разнообразни природни и антропогенни туристически ресурси, привличане на специфичен пазарен сегмент, при задоволяване на специфичен потребителски интерес, различен от този на масовия традиционен туризъм.
Алтернативният туризъм като понятие и като форма на туристическата практика възниква към края на 70-те години на XX век. По отношение на настаняването се характеризира с отбягване от шумни курорти. При него акцентът се поставя върху качеството на туристическото потребление, а не върху количеството. Туристите пътуват индивидуално или в малки групи, не се интересуват от мястото, което посещават и от хората с които се срещат, изучават местния език, фолклор, нрави и обичаи. Алтернативният туризъм не разрушава общността, способства за по-равномерно създаване на работни места и приходи, дава по-голяма възможност за местните предприемачи да участват в туристическия сектор, има по-слаба конкуренция в използването на инфраструктурата и по-голяма част от приходите остават в региона. Способства за запазването на автентичността и уникалността на региона и общността. Туристите не превъзхождат местните хора по численост, избягва се стресът, пазарът е относително постоянен без резки спадове и пикове. Алтернативния туризъм бива културен, образователен, научен, приключенски, аграрен, ловен, винен, маршрутно-познавателен, хоби туризъм, зелен, екотуризъм, див туризъм, балнеоложки, медицински и други иновационни видове туризъм (Топлева, С., 2013, Алексиева, Й., Ст. Стамов, 2005).
България притежава редица туристически ресурси – природни и антропогенни – благоприятстващи развитието на основните специализирани видове туризъм: планински и балнеоложки, еко-туризъм, културно-познавателен туризъм, селски и аграрен туризъм, приключенски туризъм и различните разновидности на хоби-туризма.
Алтернативните форми на туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажирания човешкия ресурс. Такива са: селски, екологичен, планински, приключенски (преходи с колело, на кон, със ски и снегоходки, спускане с лодки, гмуркане, проникване в неосветени пещери, преминаване на алпийски маршрути с водач), тематичен - свързан с културно-

историческото наследство, туризъм свързан с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти.

3. Туристически ресурси на алтернативния туризъм

- **Специфика на туристическите ресурси при културния туризъм**

Особеното при културния туризъм е, че той включва религиозния и етнографския туризъм и по-рядко образователния и научния туризъм. Към културния туризъм се отнасят културно-историческите паметници и забележителности, произведенията на изкуството, периодични и епизодични прояви, културните ценности с поливалентни функции (манастири със стенописи, старопечатни книги, събори, културни атракции и др), форуми (фестивали, олимпийски, световни, спортни първенства), музеи и мемориални комплекси. Той обединява две основни форма на туризма - културно-историческата и културно-познавателната. В него се включват множество разнообразни атракции и развлечения, чиято цел е да разшири познавателния хоризонт на пътуващите, да достави информация и знания в области като религия, етнография, история, култура и др. Културно-познавателният туризъм се развива в нашето съвремие изключително динамично, защото отговаря на все по-нарастващите потребности за информираност и развлечения. По данни на СОТ около 37% от пътуванията в света пряко или косвено са обвързани с Културно-познавателния туризъм, а темповете на нарастване на предлагането на тур. продукти с културно-познавателно предназначение нараства средно годишно с около 15%. Това показва изключителната значимост на този вид туризъм като сегмент на туристическия бизнес.. Значението на тази форма на туризъм е комплексно и многостранно. Предлаганите атракции и развлечения са примамливи за много широк кръг потребители. Предлагането на подобен вид продукти се обвързва често със стандартните пакети за рекреация или делови пътувания. Така получения продукт разполага с много повече предимства и допринася за повишаване на общата конкурентно способност. Същевременно включването на елементи от познавателния туризъм към стандартизираните пакети дава възможност за по-широко афиширане на ресурси свързани с религия, етнография и история на приемащата страна. Може да се твърди, че културния туризъм е резултат от разнообразие на търсенето и на изискванията на клиентите към предлаганите туристически пакети. Ето защо може да се твърди , че продуктите на културно-познавателния туризъм са следствие от процесите на диверсификация на туристическия бизнес, както и на повишеното предлагане и конкурентно противопоставяне между фирмите (Костов, Ен., 2001).

- **Специфика на туристическите ресурси при деловия туризъм**

Деловият туризъм бива конгресен, панаирен и изложбен. Съчетаване на приятното с полезното е мотото на конгресния туризъм като в англоезичната литература това понятие е известно като Meeting&Convention Industry, което по-точно отразява глобалния му и многолик характер. Конгресният туризъм е пресечната точка на индустрията на забавленията с деловата и сериозната форма на комуникация. Включва участие в разнообразни по форма, вид и предназначение делови прояви (конгреси, конференции, семинари, симпозиуми, асамблеи, делови срещи, трейнинг и инсентив мероприятия и др.), както и цялата система по осигуряване на транспорт, пребиваване, организация на място и съпътстваща програма за конгресните туристи.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

Една от особеностите при организирането на конгреси е, че за делегатите трябва да се създаде работна среда извън офиса. Важно е да разполага с техника, преводачески кабини и мултимедия, съчетана с удобството на дома. Тя трябва да е едновременно развлекателна - за по-спонтанни бизнес контакти, и релаксираща - за пълноценна почивка след претоварения конферентен ден. Задължително условие е и персоналното отношение към участниците, независимо дали става въпрос за малък семинар или мащабен проект с участието на няколко хиляди делегати. Конгресните пътувания нямат строго изразена сезонност, но предпочитанията за организирането им са за пролетта и есента. Клиентите предпочитат неваканционни периоди, но в същото време понякога използват и почивни дни, за да могат участниците в събитието да не губят ценно работно време (Михайлов М., 2007).

- **Специфика на туристическите ресурси при религиозен туризъм**

Религиозният туризъм може да има чист религиозен подтик - посещаване на свети места, религиозни поклонения или участие в определени религиозни празници, задоволяване на религиозни потребности. В зависимост от целта, религиозният туризъм се подразделя на: -мисионерство (специализирано пътуване, с цел разпространение на християнското учение), поклонничеството (пътуване извън местоживеене, за извършване на поклонение с религиозна цел), образователен (специализирани пътувания,с образователна цел и повишаване квалификацията на участниците), фестивален (посещения на организирани празненства с религиозен мотив, имащи масов характер често на светци или религиозни събития). Основен ресурс за тази форма на туризъм са манастирите и храмовете, културно исторически обекти, календарни и църковни празници, обреди и обичаи. В България има стотици църкви много от които биха били интересни обекти за религиозен и културен туризъм. Обикновено това са старинни църкви в по големите градове или такива, построени в много по-ранен период, имат интересна архитектура, свързани са с културно-историческото ни наследство и притежават ценни стенописи и други произведения на изкуството. България разполага с много манастири, представляващи изключително богат ресурс за развитие на религиозен туризъм.Значими културно- исторически паметници, образци на възрожденска архитектура, изключителна живопис, стенописи, иконопис, дърворезба, книжовни и културни ценности, музейни експонати това са елементите на туристическия продукт, който ни предоставят манастирите и храмовете.

- **Специфика на туристическите ресурси при селския туризъм**

Селският туризъм е наричан още аграрен, фермерски, зелен туризъм. Типичен пример за алтернативен туризъм е селският, който набира скорост и става все по-популярен както сред чужденците, така и сред българите решили да се абстрахират от напрегнатия и динамичен градски живот и забързаното ежедневие. Възрастни хора, семейства с деца, учени и бизнесмени, работещи в напрегната обстановка и с отговорна професия, както и много други - ако искат да отпочинат на тишина няколко дни сред природата, не биха търсили градските хотели, шумните къмпинги или курорти,а биха предпочели именно спокойни селски къщички. Отсядането в селска къща, допирът с живите й обитатели, делничният бит и празниците, музиката и занаятите, съчетани с разходка в природата, дават неповторимото очарование на този вид почивка. Българското село, този своеобразен културен и етнографски резерват, дава уникалната възможност да се усети и навлезе в един бит, който прокарва мостове между времена и култури, за които съвременният европеец пази само бегли спомени. Българското село е съхранило в най-голяма степен българските традиции и автентичната българска култура. Тук

пътуващият не е просто турист, дошъл да разгледа красивата природа и спретнатите къщички той е гост дошъл да усети гостоприемството и топлото отношение на домакините, с което България се слави по света. Разходките сред атрактивната природа, екологично чистите продукти произвеждани на село, гостоприемните и приятни хора, евтините семейни къщи и хотели са достатъчна причина все повече и повече да просперира този вид алтернативен туризъм (Стамом, Ст., Й. Алексиева, 2003).

- **Специфика на туристическите ресурси при екологичния туризъм**

Екологичен туризъм включва опазване на флората и фауната, екопътеки, зелен туризъм, мек и устойчив туризъм, фотосафари, грийн туризъм, уайлд туризъм и орнитоложки туризъм. Екологичният туризъм се заражда в Северна Америка в средата на 80г, в следствие на развитие на пътуванията в най-отдалечените места със съхранена природа. Включва посещение на девствени природни области, като участниците са мотивирани да задоволят своите нужди за природно, социално и културно познание и загрижеността си към природата. Екотуризма е устойчив туризъм, следващ ясни принципи. Екотуризма трябва да се съчетае с хотел-ресторантьорския бизнес: да се предложи на гостите еднодневни маршрути до биорезерват в близост до хотела, да се организират екопътеки, да се организират за гостите екскурзии до природни и културни забележителности в региона, уплътняване на хотелската база със Зелени училища. Задачите на този вид туризъм са: да изолира негативния ефект върху околната среда и хората; -да се провежда в относително изолирани от цивилизацията места с цел тяхното запазване и развитие; -да подобри икономическото състояние на общностите в региона; -да възпитава отговорност в местното население и екотуриста към природата; -да стимулира нови инициативи, изработка и продажба на екосъобразени продукти, развитие на занаяти и билкарство.

- **Специфика на туристическите ресурси при ловния туризъм**

Ловният туризъм е интересна специфична форма на туризъм. Към него се отнася и сафари туризма.Една от най-древните дейности на човекът е ловът. От лов на дивеч за изхранване и облекло днес той е превърнат в спорт и забавление, а също така и като разновидност на алтернативния туризъм. Организиран ловен туризъм е названието на съвременния лов в България. Това е лов за чужденци и българи, клиенти на дивечовъдните ловни станции, стопанисващи се от държавата, които плащат за удоволствието да ловуват на предварително заявен от тях дивеч, уловът на който им е гарантиран с точност до 15%. Преди приемането на новия закон за лова (12.09.2000 г.) съществуваше определението международен ловен туризъм за разлика от традиционния лов, който се практикува от редовните членове на Съюза на ловците и риболовците в България. Страната ни има богати ловни традиции, живописна неповторима природа, а също и уникална ловна база - към 110 ловни хижи, домове, резиденции, заслони. Това безспорно са благоприятни условия за развитието на организирания ловен туризъм у нас. Ловът като хоби и спорт, както и ловното ни стопанство са с вековна история. Първият български ловен развъдник е създаден през 1927 г. Тогава ловни деятели заграждат 600 дка от гората при с. Долен чифлик, Варненско, и пускат там няколко десетки лопатари. През 60-те години започва изграждането на държавните дивечовъдни станции. Днес на територията на страната има 39, дивечовъдни станции, които се намират върху ловностопански райони с типичните местообитания за благородния елен, дивата коза, глухаря и колхидския фазан. Тук се запазва генофонда на тези видове, възстановяват се и се развиват популациите и на сърната, елена лопатар, муфлона, а също и на така наречения дребен

дивеч - зайци, фазани, яребици, кеклици. Ловът на всеки вид дивеч се регулира чрез срокове за ловуване, които се определят в зависимост от състоянието на дивечовите запаси и размножителния период. Хищниците - вълци, лисици, чакали, белки, са разрешени за отстрел целогодишно. Техният лов се заплаща и на най-ниски цени от чужденците. Обикновено ловците, главно от Европа, са привлечени от отличните екстериорни и трофейни качества на едрия дивеч, особено на популациите от благороден елен и дива свиня, както и на добрите запаси от елен лопатар и муфлон. Те се връщат в домовете си с капитални трофеи - повод за спортна гордост и удовлетворение (Рибов, М., Станкова, М., Блажева, М. и кол. 2008).
Последните няколко години на преход и социални промени не се отразиха добре на дивечовите запаси, а оттам се стигна и до намаляване на притока на ловци чужденци, които традиционно идваха да ловуват у нас. Последните данни на Националното управление по горите за приходите от организиран ловен туризъм показват тенденция за увеличение в сравнение с последните пет години. Този факт дава надежда, че спадът в организирания ловен туризъм се преодолява и търсенето на българския ловен продукт с времето ще се увеличава.

- **Специфика на туристическите ресурси при спортния туризъм**

Спортен туризъм или екстремен туризъм включва колотуризъм, пешеходен туризъм, алпинизъм, пещерен и автотуризъм, футболни, баскетболни, волейболни и атлетически първенства, воден и ски туризъм, спортно-оздравителния туризъм, спортно-развлекателния туризъм, тенис туризъм, сафари туризъм, приключенски туризъм. Има хора, при които опънатите нерви и повишеният адреналин, колкото и странно да звучи, също им помагат да си отпочинат и да свалят напрежението от забързаното ежедневие. За това служи набиращият все по-голяма скорост в наши дни екстремен туризъм. Екстремните спортове не са търсени само от хора, които се занимават с тях по принцип. Обикновените туристи също си позволяват екстремни преживявания по време на почивката. Причината е, че след подобно изживяване човек се връща в ежедневната си среда променен - по-предприемчив и склонен да поема повече рискове в работата.(24)
Това е и основанието все повече работодатели да търсят екстремните спортове като активност за извънработното сближаване на колектива (т.нар. team-building). То се прилага най-вече в планинските курорти, като екипът на фирмата се поставя в различни екстремни ситуации. Като резултат се наблюдава сближаване на служителите и повишена активност при вземане на решения. Сред най-предпочитаните активности е пейнтболът, но напоследък популярност добива и един доста мъжки и скъп спорт - офроуд състезанията. Заради повишения интерес все повече планински хотели и туристически агенции предлагат самостоятелни пакети за тиймбилдинг или го комбинират с оферти за конферентен туризъм.

- **Специфика на туристическите ресурси при винения туризъм**

Виненият туризъм е вид алтернативен туризъм. Култът към Дионисий (бога на растителността, лозята, виното и необузданото население) води началото си от Тракия. Олицетворява животворната сила на природата. В негова чест се строят светилища, останки от които има по земите ни и до днес. С течение на годините празникът се видоизменя, но тържеството на живота продължава да се тачи у нас със заразяването на лозята през февруари и с винарските традиции. Елементи от обичаите при календарните празници могат да се ползват при изграждане на аниматорски програми за винения туризъм. Има редица възможности за успешно съчетаване на винения туризъм с дейностите на хотел-ресторанта: да се организират за хотелските гости

почитатели на виното специализирани едно- двудневни винени турове; да се организират за гостите посещения на винени празници и фестивали; да се предложи посещение на винарска изба в региона с атрактивна дегустация на вина; да се уплътни хотелската база с привличане на туристи по време на винения сезон -гроздобер и правене на виното; да се използва ваканцията на море или планина, като на почиващите се предложат винени екскурзии.

Много туристи извършват пътуванията си, мотивирани от възможностите да научат повече за виното, да се запознаят с нови или да дегустират любими вина, да се запознаят с моменти от лозарството и винопроизводството на определен регион, да се срещнат с местното население, произвеждащо известни вина, и с неговите традиции в това отношение, да се запознаят с празниците и обичаите, свързани с виното. За това допринася и все по-нарастващото желание на хората да практикуват нетрадиционен туризъм. Освен това има много любители на хубави вина, които проявяват по-широк интерес към тях и са склонни да го задоволят. Тази, както и други социално-икономически причини наложиха през последните години да се появи и бързо да започне да се развива така наречения винен туризъм (Стамов, Ст., Й. Алексиева, 2003). Винения туризъм е вид специализиран туризъм, при който на туриста се предоставя възможност от една страна да се запознае с лозя и лозарски практики (зарязване, гроздобер) от даден регион, да се запознае с историята, традициите и винопроизводството на винарски къщи (изби, цехове), с различни вина и други спиртни напитки чрез дегустации и от друга страна да участва в празници, ритуални практики и фестивали,свързани с виното и съчетани с богат фолклор и анимации.

- **Специфика на туристическите ресурси при кулинарния туризъм**

Кулинарният туризъм е неотменна част от всяко пътуване. Повечето чуждестранни туристи посещаващи дадена страна предпочитат по време на престоя си освен да научат нещо за културата и да опитат местната кухня. Така кулинарният туризъм се е обособил като един от вариантите на алтернативния.

Преди хиляди години търговците пътували по седемте морета в търсене на нови храни и продукти, с които да търгуват. Подправките, виното, плодовете, зехтинът били ценен дар и екзотична стока. Всъщност нещата не са се променили много днес. Разликата е, че сега хората пътуват, за да открият интересни ресторанти и винарни, където да се докоснат до непознати вкусове и култури. Така в последните години кулинарния туризъм се превръща в едно от най-горещите предложения на туристическата индустрия и добива все по-голяма популярност сред клиентите. Винения и кулинарният туризъм се определят като туризъм, в който преживяванията, свързани с вино и кухня, значително съдействат за причината за пътуването до дадена дестинация или посещение на конкретно място по време на пътуването. От гледна точка на своята дефиниция кулинарният туризъм е част от културния, тъй като характерната за дадено място кухня е част от неговата култура.

В България този тип туризъм все още не е особено популярен, но определено има бъдеще, защото нашата кухня има какво да предложи и с какво да учуди кулинарните любители.

- **Специфика на туристическите ресурси при събитийния туризъм**

Някой руски автори разпознават, т.н. “събитиен туризъм” като сравнително младо напрвление в туризма, което предизвиква изключителен интерес. При него основната цел на пътуването е присъствието на определено събитие. Уникални турове, които съчетават традиционен отдих и участие в най-зрелищните събития на планетата,

постепено набират все по-голяма популярност. Събитийният туризъм това е неповторима празнична атмосфера, чудесни условия за отдих и незабравими впечатления. Главната особеност на събитийния туризъм са множеството ярки и неповторими моменти. Това е перспективен и бързо развиващ се вид туризъм.Събитийния туризъм може да бъде класифициран според мащабите на събитието (национално или международно ниво) и темите на събитието. Събитийният туризъм се класифицира в следните тематични подвидове: национални фестивали и празници, театрализирани спектакли и зрелища, кино и театрални фестивали, гастрономически фестивали, фестивали и изложби на цветя, модни дефилета, аукциони, музиклни фестивали и конкурси, спортни събития.

Участниците в събитийните турове предявяват повишени изисквания към средствата за настаняване, най–вече към клсаическия тип – хотели, транспорт, средстава за обществено хранене и към екскурзоводските и преводачески услуги. Особеност на събитийния туризъм е, че ежегодно той се актуализира, като се попълва с нови събитийни турове, които от случайни преминават в категорията ежегодни. В днешно време, голям и стабилен сегмент на събитийния туризъм са и карнавалните турове.

4. Характерни черти на алтернативния туризъм.

- **Особености на туристическия поток. Потребители**

Това са хора с преобладаваща възраст между 20 и 50 години, сравнително високо образование и квалификаци, средни и високи доходи, жители на средни и големи градове, хора с широки и разнообразни интереси, хора, преодолели потребителския манталитет, възприемащи новото и уважаващи различното, открити в общуването с местното население; хора с делови контакти. Предпочитаният от тях начин на пътуване е индивидуалното, обикновенно без деца или в малки групи, те рядко стават постоянна клиентела за определена дестинация; търсят добро качество за премлива цена (не ниска). Пътуването им е предварително организирано от специалисти в областта на специфичните видове туризъм (Воденска, М., 2004).

- **Туристическо търсене**

Туристическото търсене е форма на проявление на обществената платежоспособна потребност от такива услуги и стоки, които осигуряват пътуването и временното пребиваване на хората извън постоянното им местожеителство с цел развлечение, отмора, задоволяване на културни и професионални интереси,участие в специфични мероприятия. Най-главната характеристика на туристическото търсене е, че то най-често представлява търсене на услуги. Следващата черта на туристическото търсене е голямата неорганизираност и нееднородност на участниците във вътрешния и международния туризъм. определяща за тази черта е териториалната разпръснатост и мобилност на потребителите на туристически стоки и услуги.

Търсенето зависи основно от три фактора

- Цената на стоката
- Цените на другите стоки
- Дохода на потребителите

Значение обаче имат и цените на другите стоки и услуги върху продаденото количество. Ако имаме два вида туристически продукти на алтернативния туризъм, които са конкурентни помежду си спадането на цената на пътуването до единия от тях ще доведе до увеличаване на неговата продажба и до спадане на продажбите на другия, който може да е с непроменена цена. Третият фактор, който може да влияе върху търсенето е доходът. С нарастването на дохода нараства и търсенето, това влияе върху

кривата на търсенето, като я измества надясно. Т.е купува се по- голямо количество при по-голяма цена. Върху кривата на търсене оказва влияние и предпочитанието на потребителите. Туристическото търсене е с висока степен на ценова, доходна и рекламна еластичност.
Еластичност на търсенето спрямо цената – тя изразява отношението между относителното изменение на търсеното количество туристически продукти към относителното изменение на цената не тези продукти.

- **Туристическо предлагане**

Предлагането изразява връзката между цената на туристическия продукт и количеството, което се предлага от туроператорите, туристическите агенции, хотелиерите и други.
С увеличаването на цената се увеличава и предлагането. Пазарно равновесие има в точката на пресичане на двете криви – на търсенето и на предлагането.
Възможности за оптимизиране на търсенето и предлагането:
- Моментно пазарно равновесие може да се постигне чрез адекватна конкурентна ценова политика т.е. непрекъснато трябва да се следят цените на конкурнтните дестинации.
- В краткосрочен план пазарно равновесие може да се поддържа чрез разработването на ценова и ресурсна политика.
- В дългосрочен план пазарно равновесие се постига чрез перспективна инвестиционна политика.
Съществуващите вече еднообразни формули на туристическо предлагане и появилият се на тяхна основа гигантизъм не могат повече да задоволят «изискванията на туристите, чийто избор къде и как да осъществят туристи¬ческо пътуване е базиран на специфична мотивация.

- **Особености и тенденции в развитието на алтернативните видове туризъм**

Туристите отказват баналното, общото, пасивното в офертите на туристическите фирми. Ето защо алтернативният туризъм означава още:
-туристи, които не искат да бъдат наричани консуматор, или клиенти;
-избор на нови, непознати и далечни дестинации;
-откриване на дестинации без развитие на масов туризъм;
-начин на пребиваване избягващ големите хотели, изградени съобразно нормите на големите самолети и организираните групи на туристичес¬ките агенции;
-асоцииране на продавачите на туристически пътувания за постигане на по-ниска себестойност, респективно по-ниска цена, която не отблъсква търсенето;
-повишаване ролята на локалната система, която да се облагодетелс¬тва първа от развитието на туризма на нейната територия.
Развитието на алтернативен туризъм може да означава още приспособяване на туристическото предлагане към туристическото търсене по отношение на:
-туристическите продукти;
-транспорта;
-квалификацията на персонала;
-управлението.
Всеки алтернативен туристически продукт освен оригинални елементи на природната и антропогенната среда трябва да включва възможности за изявана отделния турист, като при това му гарантира сигурност, спокойствие и задължителен комфорт.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

Търсят се туристически продукти, които предлагат специфичен ефект, като:
- освобождаване от стрес; стимулиране на физическата, умствената и духовната изява на индивида, преодоляване на големи пространства пеша, езда, яхтинг, изследване на флората в непознати места, алпинизъм, сърфинг, включително и на сняг, изучаване на специфичен занаят, свързан с културата и бита на посещавано¬то място, сближаване с местното население чрез изучаване на неговия език, фолклор и т.н.; - търсят се възможности за повишаване на производителността от предоставяните туристически услуги, за да може да се компенсира ниската норма на печалба от големите инвестиции, направени за масов ваканционен туризъм при наложилите се сравнително ниски цени.

5. Природни, антропогенни ресурси и условия за развитието на алтернативен туризъм в община Гурково

Община Гурково е една от най-младите общини в Република България. Създадена с Указ №310/05.08.1997г. на Президента на Република България. Заема територия от 292 кв.км. и включва единадесет населени места с административен център град Гурково. Община Гурково е разположена в Централна България в източния край на Розовата долина, между Стара планина и Средна гора. Територията й граничи с тази на общините Твърдица, Николаево, Казанлък, Стара Загора и Велико Търново. Град Гурково се намира на 37 км източно от гр. Казанлък, 42 км североизточно от град Стара Загора, 26 км северозападно от град Нова Загора, 54 км на запад от град Сливен и 64 км на юг от град Велико Търново. На територията на общината са разположени две важни комуникационни оси на националната транспортна инфраструктура – в посока запад-изток първокласен път I-6 и в посока север-юг второкласен път Е-85 и Прохода на Републиката, осигуряващ един от важните преходи от Северна в Южна България и към границите на Република Турция и Република Гърция. Тези две транспортни оси са гръбнака на развитието на основните селища на общината – гр. Гурково и с. Паничерево. През общината преминава и ж.п. линията София – Карлово – Бургас.
Гурково е малка община. Населението възлиза на 5787 души. Общината не прави изключение по отношение на проблемите и на малки и на големи общини - разпределението на жителите по населени места е неравномерно. В град Гурково, с. Паничерево и с. Конаре живее 83% от населението на общината, а в селата Пчелиново, Лява река и Димовци населението е предимно от възрастни хора. Районът на община Гурково попада в умерено-континенталната подобласт на Предбалканския климатичен район. Непосредствената близост до Стара планина и котловинния характер на терена, обуславят климатичните условия.Стара планина е своеобразна бариера за студените континентални маси, нахлуващи на север и североизток, като действието им частично се омекотява. Средната надморска височина на гр.Гурково е 324 м. Зимата е сравнително мека, а лятото прохладно. Средните температури през месец януари са 1-3 градуса под нулата, а средната температура за месец юли е 19-21 градуса. Според фитогеографското райониране на страната територията на общината попада в източната половина на Задбалканските котловини, включваща се в най-северната част на Горнотракийския фитогеографски район. По отношение на горското растително райониране на страната, община Гурково се намира в долния равнинно-хълмист подпояс на листопадните дъбови гори между 0 и 550 м.н.в. Тук преобладават чистите и смесени гори от благун, цер, космат дъб, келяв габър с подпояс от смрадлика, трънка, шипка и др.
В района се намират няколко защитени местности и дървесни видове.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

Защитени местности:

- отвесна скала "Милева стена" – край с. Лява река;
- пещера "Мечата дупка" – с. Лява река;
- пещера "Ождрен" – с. Пчелиново;
- пещера "Калоян" – с. Пчелиново.
- върба в местността "Кичеви ниви" край с. Конаре;
- вековен дъб в двора на училището в с. Паничерево.

Защитени видове:

Спецификата на географското положение, характера на релефа и социално-икономическата характеристика на района определят община Гурково като екологично чист район.

От общо единадесет селища в община Гурково седем имат статут на планински селища. Териториите за добив на полезни изкопаеми в община Гурково заемат 734 ха. По своя характер тези територии за заети основно от кариери за различни видове инертни и строителни материали. На територията на общината се намира рудник "Паисий" за добив на черни каменни въглища. В бъдеще както природо-географските така и транспортно-комуникационните дадености на територията на общината следва да бъдат използвани най-пълноценно като потенциал за развитие и локализация на функции и дейности, както с общинско така и с международно значение (План за развивтие на Община Гурково).

Към водното богатство на общината следва да бъде отнесен язовир Жребчево, който е разположен в границите на три съседни общини – Гурково, Твърдица и Нова Загора. Също така и микроязовирите "Гурково", "Паничерево" и "Конаре".

Водните ресурси, с които разполага община Гурково са с комплексно предназначение. Водите се използват за напояване на земеделските земи, както и за водоснабдяване на населените места. Реките и водоемите в общината се използват за спортен риболов. Това е предпоставка за развитие на специфична форма на туризъм-риболовен.

В условията на интензифициране на взаимодействието и взаимовръзките между различните териториални общности в страната особена значимост за Община Гурково придобива съгласуваното развитие по двете главни оси, пресичащи нейната територия.

Това е локализационната ос по трасето на първокласен път I-6 пресичащ Казанлъшката котловина и оста по второкласен път Е-85 и Прохода на Републиката осигуряващ един от важните преходи от Северна в Южна България и към границите ни с Република Турция и Република Гърция. Не случайно на втората ос са разположени град Гурково и второто по големина в общината населено място с.Паничерево. Освен, че това е най-населеното селище (53,0% от цялото население на общината е съсредоточено тук) със своите икономически, административни и други обслужващи функции гр. Гурково доминира много силно над останалите населени места. С обслужващите си функции в сферата на образованието (Обединено детско заведение "Латинка", Средно общообразователно училище), на здравеопазването (практика за доболнична медицинска помощ, клинична лаборатория, център за спешна медицинска помощ – филиал на Старозагорския ЦСМП, офис на РЗОК, стоматологична практика), на културата (Народно читалище "Войвода Генчо Къргов", църковен храм "Свети Димитър") на спорта, на социалните грижи, на съобщенията, на реда и сигурността (полицейски участък, районна служба за пожарна безопасност) и др. град Гурково е със селищни функции присъщи на повечето центрове на малки общини в страната. По-високата населеност на гр.Гурково допълнена с развитостта на обслужващите му функции са стимулирали и развитието на неговите икономически функции.

Икономическият потенциал на гр.Гурково днес отстъпва от позициите, които е имал в края на осемдесетте години. В общинския център има изградени производствени мощности за дърводобив и дървообработване, за машиностроене и др., които не се използват пълноценно. Днес в икономиката на гр.Гурково се открояват редица малки предприятия в сферата на промишлеността, строителството и търговията.Аграрният сектор е с потенциал, който все още не е напълно използван.Град Гурково е с висока степен на благоустроеност (План за развитие на Община Гурково).

Местната икономика, както и при други малки общини, е с подчертан моноструктурен характер. В нея водещи функции имат селското и горското стопанство или първичния сектор. Тяхното развитие до голяма степен се предопределя и от количеството и качеството на поземлените ресурси. Развитието на аграрния сектор, на горското стопанство и някои видове непретенциозен туризъм нямат други алтернативи за общината. Тези икономически дейности се очертават като основни и приоритетни за развитието на община Гурково. Развитието на промишлени отрасли и производства до голяма степен ще допълва и ще е пряко свързано с развитието на приоритетните отрасли и дейности от т.нар.първичен сектор (селско и горско стопанство, добивна промишленост).

Земеделските територии заемат по-малко от една четвърт (24,7%) от площта на община Гурково. Това до голяма степен предопределя и неголемите възможности за развитие на аграрния сектор като безалтернативен и водещ в икономиката на общината. Въпреки високата степен на реализация на аграрната реформа, все още има земеделски земи, които не са възстановени на собствениците. С готови земеразделителни планове на землищата са по-голяма част от селата в общината. Благоприятните агро-климатични условия са утвърдили отглеждането на етерично-маслени култури. През последните години се наблюдава увеличаване на площите, засети с лавандула и маслодайна роза. През последните години се наблюдава увеличаване на площите засети с маслодайна роза, които вече са над 1000 дка.

- **Природни ресурси в община Гурково**

Наличие на природни забележителности (пещера “Ождрен”, пещера “Мечата дупка”), са предпоставка за развитие на екотуризъм, екомаршрути и в перспектива оформяне на атрактивен няколкодневен туристически пакет с настаняване и уплътнена атрактивна програма.(21)

Община Гурково е с изключително благоприятни природо-климатични условия за развитие на селски и екотуризъм. Разположението на границата на Долината на розите и подножието на Стара планина, в началото на един от най-лесно проходимите пътища през планината – проходът Хаимбоаз, дава възможност за комбиниране на маршрути, пренасящи те неусетно както във времето, така и в различни климатични и природни ареали.

От особена важност е и близостта до народен парк “Централен Балкан” – един огромен туристически район с невероятно красива природа, девствени кътчета и огромно биоразнообразие.

В плюс за ловния и фото ловния туризъм са както добрите популации от дивеч (благородни елени, сърни, диви прасета, муфлони, мечки), така и добре разработената мрежа от горски и ловни стопанства, с хижи и друг тип места за настаняване и подсигуряване в специфичните дейности.

Многобройните реки с различен начин на разлив в специфичния релеф пък дават изключително добри възможности за спортен риболов с гарантирани незабравими преживявания..

Красивата природа и развитата и целогодишно поддържана транспортна мрежа дават отличен потенциал за развитие на селски туризъм в селата: Паничерево, Конаре, Пчелиново /Горна махала и махала Черняга/ Златипът, Лява река, Жълтопоп, Димовци /махалите Брестова, Дворище и Жерговец/. Те са неповторими по своята самобитност и не случайно са определени в МРРБ като район с потенциал за развитие на туризъм.
Екопътеки - ТУРИСТИЧЕСКА ЕКОПЪТЕКА „ ЛЯВА РЕКА – ПРЕДЕЛА ” с дължина 15 км. Продължителност на маршрута - 8 часа. От „Предела” се тръгва в посока юг. Пътеката преминава през букова гора, пресича местността „ Голям рапивец ”, местността „ Череша ” и излиза в с. Лява река, разположено по поречието на едноименната река, Лява река.
По трасето на екопътеката има изградени три заслона с барбекю, позволяващи почивка, има чешма със студена вода за пиене. Интерес представлява естественото езеро в близост до единия от заслоните. Пътят е добре проходим.
Екопътеката прави връзка с международния маршрут туристическа пътека „Ком – Предела - Емине**”;**

- **Антропогенни туристически ресурси**

Църкви - Храм ”Св. Димитър” в гр. Гурково, Паметник на културата – със 140 годишна история
- Храм ”Въведение Богородично” Храм ”Въведение Богородично” в с. Паничерево строена през 1895 г.
- Храм ”Св. Троица” Храм ”Св. Троица” в с. Конаре с над 160 годишна история , запазени ценни стенописи и изключително рядка архитектурна конструкция–в България има само 3 подобни храма .

От няколко години община Гурково започва да се утвърждава като туристическа дестинация. Изградени са добри бази за почивки:
ТУРИСТИЧЕСКИ КОМПЛЕКС „ЛЯВА РЕКА” – с. Лява река; Село Лява река се оформя като привлекателно място за отдих и екотуризъм. Очакват Ви зелени поляни и барбекюта. Може да отседнете в дървена къща с плувен комплекс.
КЪЩИ ЗА ГОСТИ В С. ЛЯВА РЕКА;
КЪТ ЗА ОТДИХ - гр. Гурково по поречието на р. Лазова има изграден „ кът за отдих „ в местността „ Лазово „ – мост над реката, беседка за 20 -30 души, маси, барбекю, детска площадка, люлки, пясъчник , голяма поляна за палатки и спортни игри - велотуризъм ;
КОМПЛЕКС „СТАРИЯ БАЛКАН” - на хижа „Химик”
КЪТ ЗА ОТДИХ В С. КОНАРЕ ; - „Зелен кът за отдих”.
КЪЩА ЗА ОТДИХ В С.КОНАРЕ;
МУЗЕЙ НА МАГАРЕТО;
МЕСТА ЗА РИБОЛОВ – ЯЗ. ”ЖРЕБЧЕВО”, Р.ЛАЗОВА, Р. РАДОВА, Р. ТУНДЖА, ВОДОЕМИ И МИКРОЯЗОВИРИ;
Географското разположение и прекрасните природни дадености, съчетани с уникално биоразнообразие, община Гурково се явява привлекателно място за отдих, туризъм, лов и риболов**.**

- **Музейни сбирки**

Няколкогодишното успешно провеждане на „Био рали” и засилващият се интерес към него е наложило разработването на маркетингова стратегия за развитие на събитието във връзка с туризма. Ражда се идеята за създаване на „Музей на магарето”. Маркетинговата стратегия за развитие на туризма е подготвена като част от дейностите по проект „Туристически информационен център с музей на магарето”.

Маркетинговата стратегия е утвърден инструмент на икономическото развитие, спомагащ постигането на устойчиво развитие и създаващ предпоставки за поставяне на дългосрочни цели и перспективи.
Целта на стратегията е да подмогне развитието на интегриран еко- и селски туризъм в община Гурково. Изготвянето й е предпоставка за създаване на условия за развитие на интегриран туризъм в района на обшина Гурково, тъй като сочи конкретните стъпки, които ще трябва да се предприемат за да се постигне дългосрочност и устойчивост на направените инвестиции по настоящия проект.
Чрез разработването на маркетинговата стратегия също ще бъде представен потенциала на Община Гурково като екологично чиста община за развитието на тези видове туризъм, включително като подходяща дестинация за насърчаване на частни и публични инвестиции в тази сфера.
Стратегията дефинира конкретни маркетинг-дейности и мерки за насърчаване на развитието на 2 единни туристически продукта, позиционирането им на различните пазари и посочване на каналите и средствата за комуникации и реклама, чрез което да бъдат поставени основите на единна рекламна политика. В рамките на маркетинговата стратегия са разгледани и възможностите за сътрудничество със съседните общини, за бъде изграден „мост" на сътрудничество между ТИЦ-овете в община Гурково и съседните общини и да бъдат продължени добрите връзки и традиционните съвместни събития между тях. Част от стратегията е създадена обща база данни за туристическите обекти и мероприятия на територията на община Гурково **(Якимов, Н. 2003).**

6. Маркетингови стратегии

Като цяло Маркетингът (в частност маркетинговата стратегия) се разбира като метод за дългосрочно планиране на серия от последователни дейности, с различна времева продължителност, свързани с производство на определена продукция/услуга, с цел-оказване на определено влияние върху потребителя, като засили максимално неговото потребление при оптимална цена, в резултат на което се постигат дългосрочни печалби.
Туризмът, в частност културния туризъм, се определя като един от най-бързо развиващите се икономически отрасли на световно ниво. Туризмът е важен отрасъл и за националната икономика на страната ни. Трябва да се отбележи, че в следствие на икономическата криза, в отрасъла няма възможност за по мащабна дейност, но сравнен с други отрасли той е много по - гъвкав и с потенциал да реализира печалби и в състояние на криза.
Възможното му ускорено развитие има потенциала да съживи свързаните с него отрасли и по този начин да се създаде предпоставки за по- добро развитие на местната икономика.
Изборът на целеви пазар е една много важна, стратегическа дейност, с която се определят възможните начини, чрез които да се насочи вниманието на туристите към предлаганата услуга или продукт. В тази насока маркетинговите стратегии осъществява следните дейности:

- Създаване на продукт или услуга отговарящ на специфичните пазарни нужди.
- Достъпност и подходящи условия за ползване на определен продукт или услуга.
- Разработване на адекватни продукти за реклама и разпространение на информация.

Заинтересовани страни и целеви групи

Заинтересованите страни в процеса на утвърждаване на Община Гурково като туристическа дестинация с потенциал за развитие на културен, селски и еко- туризъм са следните целеви групи:

- Местната власт, в лицето на Общински съвет и Общинска администрация - Гурково;
- Представители на бизнеса- предприемачи в сферата на туризма в община Гурково;
- Туристи с интерес към културен селски и еко- туризъм;

Подготовката на маркетинговта стратегия е базирана на анкетни проучвания, анализи и работни срещи за обсъждане на възможности за обмен на добри практики в сферата на туризма.

Новосъздаденият Туристически информационен център с Музей на магарето не прави изключение от това икономическо правило. Първите 3 до 5 години са особено важни за успеха и устойчивото му развитие. За да бъде устойчив продукт, както и за да бъде ускорен процеса на въвеждане на туристическите пазари, е необходимо той да бъде включен в група или туристически пакети от вече познати на пазара продукти. Като се вземе предвид сезонът, в който се провежда ралито – началото на септември, трябва да се вземат предвид предлаганите от съседни общини и на националния пазар туристически продукти в този сезон.

Предвид стратегическата транспортна локация на община Гурково, такива туристически пакети са: екскурзии от морето до Велико Търново на туристически групи, организирани от туроператори; екскурзии от морето до Етъра на туристически групи, организирани от туроператори; екскурзии от морето до Пловдив на туристически групи, организирани от туроператори; Фестивал на розата в Казанлък; Културни събития в Стара Загора. Тези маршрути предоставят възможности и във време, извън това на Ралито, само като посещение на Музей на Магарето.

Могат да бъдат разработени съпътстващи събития, които да привлекат туристи в общината за конкретното събитие Рали с магарешки каручки.

За устойчив и рентабилен туристически продукт се приема този, който включва и поне една ношувка на територията на населеното място, съответно общината. В този смисъл Музеят на магарето и Ралито с магарешки каручки биха носили повече приходи и устойчивост, ако формират нощувки, освен преминаващи групи за ½ или 1 ден.

Предвид географското положение и природните дадености Музеят на магарето предлага такива събития да бъдат: състезание по риболов, възможност за включване в състезанието чрез наем на каручка и магаре от посетители, оседлаване и яздене на магаре като отделна дисциплина в състезанието; посещение до Мъглижкия манастир с магаре или магарешка каручка.

Особено подходящи туристически продукти са:

1) ***„Зелено" училище*** – организирни ваканции за ученици с цел отдих и опознаване на природата в България – билки, дървесни видове, животни. Част от продукта да бъде и посещение и презентация в Музей на Магарето с възможност за яздене на магаре и возене в магарешка каручка след представяне на магарето с неговите особености и важност за бита на българите в по-стари времена, а също и като герой от българския фолклор.

2) ***Семеен туризъм*** – настаняване в къщи за селски туризъм, с възможност за прехоси в планината, опознаване на природата в България – билки, дървесни видове, животни. Част от продукта да бъде и посещение и презентация в Музей на Магарето с възможност за яздене на магаре и возене в магарешка каручка след представяне на

магарето с неговите особености и важност за бита на българите в по-стари времена, а също и като герой от българския фолклор.

. **Туристически събития**

- ***Био рали с магарешки каручки*** – провежда се през първата събота на м. септември и е една от с празничните прояви по повод Деня на общината 4 септември. Единствено в страната шоу с магарета. Събитие с дългогодишна история и традиции – води началото си от 1971 г. Био-рали с магарешки каручки „по образ и подобие" на „Формула 1", но с биологична тяга и с 20-тина участника се провежда през първата събота на м.Септември в град Гурково.

Ралито е хит сред жителите и гостите на града. Идеята се ражда през 1971 г, по инициативатана трима студенти от Гурково – Стоян Богданов, Иван Рунтев и Илия Тодоров. Така организират в Гурково на 10 септември първото в света Био-рали.
Дните около биоралите са истински празник за гурковци, още повече че с решение на Общинския съвет те са обявени като Празник на Община Гурково.

- ***Празник на розата –*** провежда се през последната събота на м. май или през първата събота на м. Юни.

За пръв път се споменава в турски регистър през 1450 година, че край Гурково има омайни гюлови градини.
От 2004 година, се засаждат нови десетки дка розови масиви. В следствие на нарастването на розовите масиви , фирма „ Вигалекс „ ООД изгражда дестилерия за преработка на розов цвят в розово масло. През 2005 година Кмета на Община Гурково инж. Стоян Бонев заедно с управителите на „ Вигалекс „ ООД – Ю. Галендиков и В. Костадинова се ражда идея и предлагат в края на розобера да се направи „Празник на розата". Всичко това е съпроводено с множество атракции и базар, които придават допълнителен колорит на целия празник.
Интересна атракция на празника е варене на гюлова ракия по специална рецепта на площада от местния майстор Вълчо Христов.

- ***Фолклорен фестивал „С песните на Билчин Юнак през Вековете*** – провеждането му е свързано с Празника на гр. Гурково – Димитровден. Обикновено това е последната събота на м. октомври, дата близка да празника на общината. Кой е Билчин? Той е млад и красив момък, роден в този край. Бил е хайдушки байрактар, но и ненадминат певец и майстор в свирене на кавал. От песните му млъквали птиците, вятърът притихвал в клоните на дърветата, а зверовете и хората спирали като омагьосани да го слушат.

Във фестивала неговите потомци се стремят да достигнат майсторството му да свирят, пеят и играят, така че зрителите да получат пълна удовлетвореност по отношение на българските традидиции (Якимов, Н. 2003).

7. Анкетно проучване, наблюдение и анализ върху спецификата, състоянието и перспективите за развитие на алтернативните форми на туризъм на територията на Община Гурково

При набавянето на емпиричния материал за настоящата дипломна работа е използван похватът на прякото стандартизирано интервю и интервюиране на респондента в обикновената му житейска среда и дейност в конкретното населено място.
Изследванията в настоящата разработка се позовават изцяло на придобитите първични източници на данни. Направена е брутна оценка на получените резултати. Трудностите при предварителното разработване на методиката и методологията произлизаха от

спецификите на населеното място – малък град с население, недоверчиво към подобен род директни анкети и проучвания.
Въпросникът за анкетата е разработен на база подобни проучвания в идентични населени маста и има заложени критерии, по които да се съставят точни статистически величини.
Изследването обхваща съвкупност от жители или гости на град Гурково, които познават отблизо или са се възползвали от местните туристически услуги. Анкетираните са в широк възрастов диаразон, вкючващ под 20 и над 50 годишни граждани. Болшинстото анкетирани са постоянни жители на град Гурково, няколко единици – гости на града или случайно преминаващи.
Анкетата дава реална, трайно изградена снимка на отношението към развитието на алтернативния и събитиен туризъм в община Гурково. Анкетата се проведе в момент, отдалечен от емоцията на дните, когато се провежда самото „Био рали" – безспорно кулминацията на тематичния празник. От нея може да се съди както за отношението на местното население към досега предприетите инициативи, така и за мнението им по постигнатото, реална оценка и очаквания основно за преки бъдещи ползи.
Броят на действително реализираните анкети с коректно попълнени отговори е 50.
При разработването на въпросника за събиране на емпирична информация по настоящата дипломна работа, като примерен модел бяха използвани въпросници от реализирани и публикувани вече изследвания на подобна тематика.
За набиране на емпиричната информация е използван въпросник, съдържащ 16 въпроса. Инструментариумът на изследването лежи върху основата на следните ключови понятия, които би следвало да бъдат смислово разбираеми за респондентите:

- ***Антропогенни туристически ресурси*** - Плод на човешка дейност. Културно-исторически и делови;
- ***Алтернативен туризъм – алтернативните форми на туризъм*** обединяващи туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагани, протичане и ангажирания човешки ресурс. Такива са: селски, екологичен, планински, приключенски, тематичен – свързан с културно историческото наследство, туризъм свързан с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти. Той е обединявашо генерично понятие за специализиран туризъм в България през 21 век.
- ***Маркетинг на туристическа дестинация*** - Това обхваща набор от дейности, подпо-магащи местните органи в усилията им за развитие на местната туристическа дестинация:
  - Разработване на регионални стратегии за развитие на дестинацията;
  - Създаване на регионална идентичност и марка;
  - Въвеждане на единна регионална система за маркировка;
  - Въвеждане на екологични стандарти за туристическите услуги;
  -Подкрепа на организациите и мрежите, основани на принципа на партньорство;

  Дейности по изграждане на капацитет в местните туристически асоциации, туристически браншови съюзи и общини.
- ***Природни туристически ресурси*** - Те представляват обекти и явления от природната среда, които са атрактивни за туристите. Атрактивността в голяма степен се дължи на лечебните и рекреативните потребности, за сметка на по-слабата роля на познавателните. Междинно значение имат развлекателните и куриозитетните, но те се отличават с по-бързо развитие през последните десетилетия под влияние на модата, подражателството,

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

увеличаването на свободното време, бягството от стреса на динамичния градски живот.

- ***Туризъм*** - Туризмът включва всички дейности на хората за една календарна година, свързани с пътуване и отсядане на места извън тяхното обичайно местоживеене с цел развлечение, по работа и с други цели
- ***Турист*** - Според някои интерпретации "турист" е всяко физическо лице, употребяващо основна и/или допълнителна туристическа услуга. Всеки турист може да бъде причислен към определен пазарен профил. Най-общо обаче туристите могат да се разделят на:

• Индивидуални или групови. Към първите спадат и малки групи пътуващи, например едно семейство с деца.

• Организирани или неорганизирани. Първите ползват услугите на туристически фирми, другите предпочитат сами да планират и организират пътуванията си.

- ***Туристическа атракция*** - е природен, културен или целенасочено създаден обект от туристически интерес, най-често свързан с природно, материално или нематериално културно наследство и/или историческо събитие, или изкуствено създаден обект с развлекателна цел, предоставящ услуги с познавателна или образователна цел и/или възможности за отдих или забавление.
  - ***Туристическа дестинация*** - Туристическа дестинация е място, на което посетителят прекарва поне една нощувка. Понятието включва туристически продукти, като услуги по настаняване, атракции и туристически ресурси в рамките на един ден път. Туристическата дестинация има физически и административни граници, които определят нейното управление, изглед и атмосфера, определящи нейната пазарна конкурентоспособност. Туристическите дестинации обединяват различни заинтересовани лица, често включващи хотелиерската общност и могат да се обединяват в мрежи с цел създаването на по-големи дестинации.
  - ***Туристически продукт*** - дейности и преживявания, предназначени за туристи по време на тяхното пътуване, предоставяни на базата на природни, културни и други блага.
  - ***Маркетинг на туристическа дестинация***. Това обхваща набор от дейности, подпомагащи местните органи в усилията им за развитие на местната туристическа дестинация:

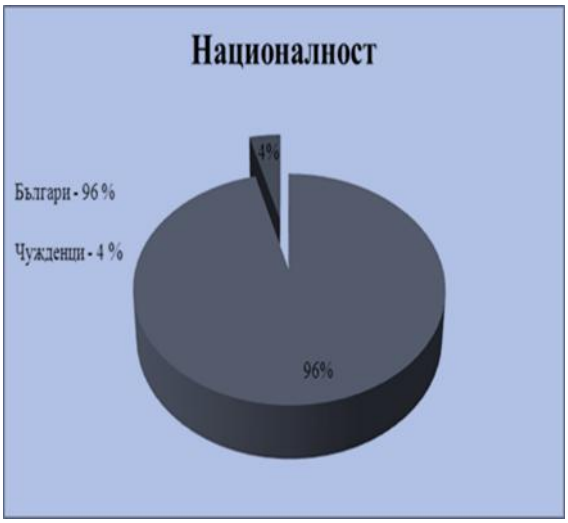
- Разработване на регионални стратегии за развитие на дестинацията;
- Създаване на регионална идентичност и марка;
- Въвеждане на единна регионална система за маркировка;
- Въвеждане на екологични стандарти за туристическите услуги;
- Подкрепа на организациите и мрежите, основани на принципа на партньорство;

- ***Туристически район*** - е природно-социална система с устойчива йерархична пространствена структура (кластери) и граници, с висока степен на концентрация на ресурси и материална база, в която се реализират конкурентоспособни, ефективни и ефикасни туристически политики.
- ***Туристически ресурс*** - са природни или антропогенни (създадени от човека) обекти и явления, които притежават качества за задоволяване на лечебни, рекреативни, познваателни, делови или развлекателни потребности, поради което привличат туристите.

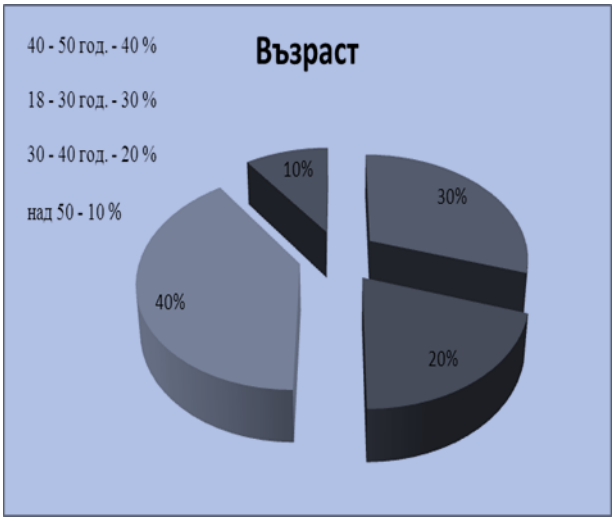
ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

- ***Туристическо предлагане*** - Предлагането изразява връзката между цената на туристическия продукт и количеството, което се предлага от туроператорите, туристическите агенции, хотелиерите и други.
- ***Туристическо търсене*** – форма на проявление на обществената платежоспособна потребност от такива услуги и стоки, които осигуряват пътуването и временното пребиваване на хората извън постоянното им местожеителство с цел развлечение, отмора, задоволяване на културни и професионални интереси,участие в специфични мероприятия.

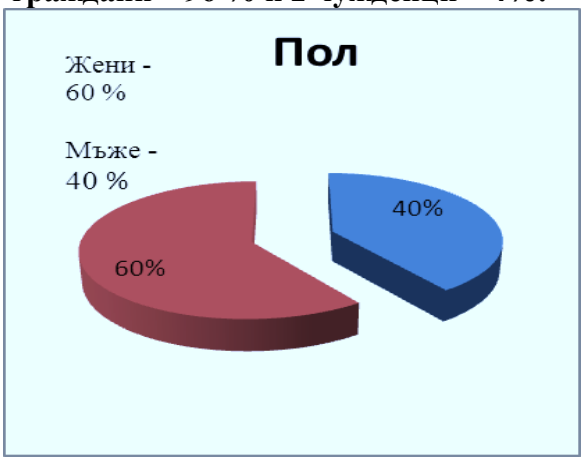
8. Резултати и анализ на анкетните данни, резултати



Фиг.1. Анкетирани са 48 български граждани – 96 % и 2 чужденци – 4%.

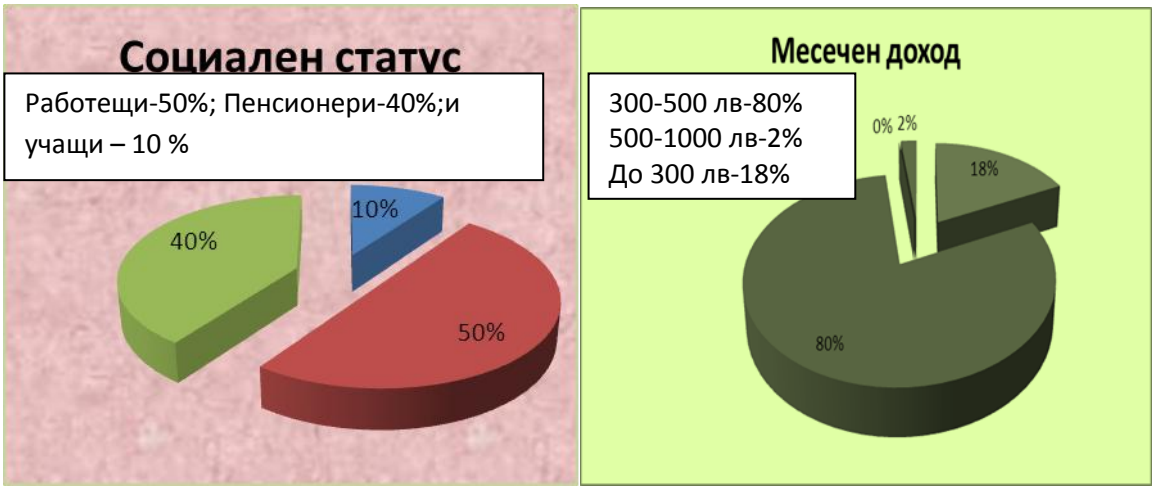


Фиг.2. Анкетиране на респодентите според възрастов принцип



Фиг. 3. Процентно съотношение на анкетираните спрямо признаците пол и образование

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016



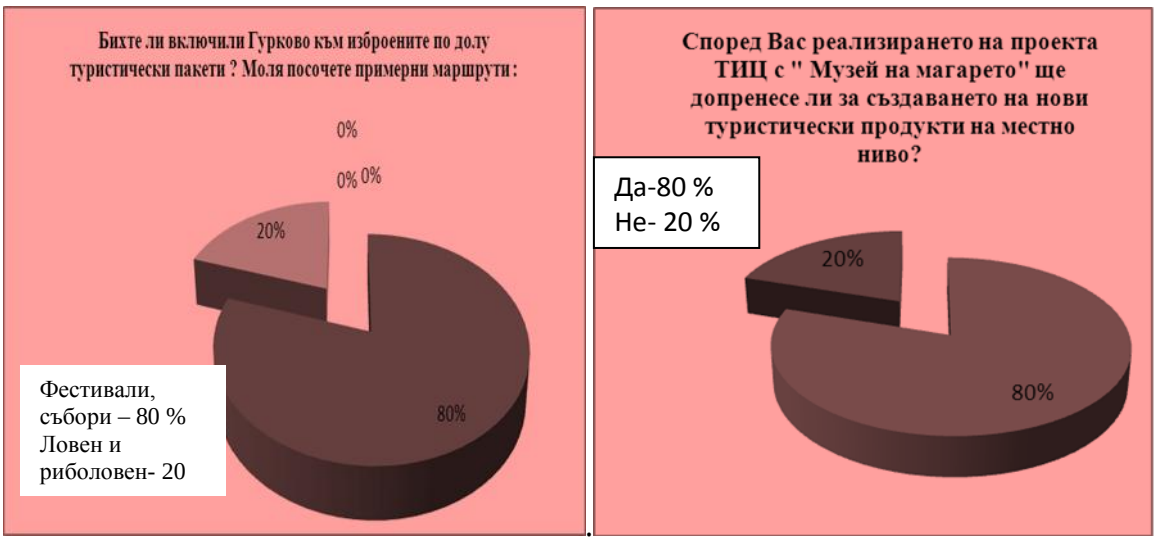
Фиг. 4. Процентно разпределение на респодентите според критериите – социален статус и месечен доход

Статистически обработени резултати от аннкетираните въпроси по предваритлно разработенвите анкетни карти са представени в следващите графически диаграми.

Фиг.5. Разпределение на респодентите по въпросите за актуалността на ТИЦ в Ощина Гурково

На този въпрос 10 % са отговорили с не, а останалите 90 % поделят положителния си отговор между две от трите опции – 50 % - предпоставка за развитие на селския туризъм, 40 % - за екотуризъм и 0 % за преминаващ.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016



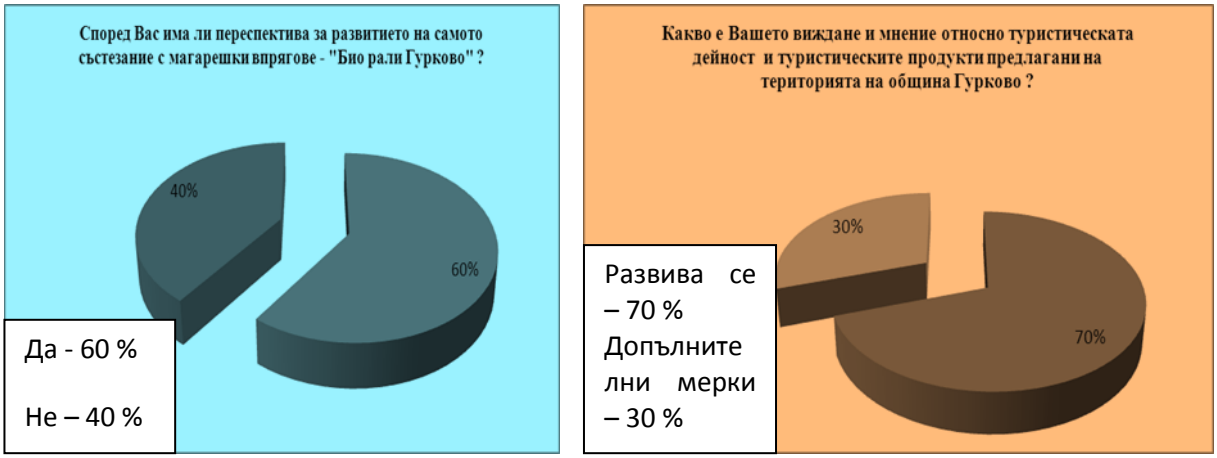
Фиг. 6. ,Разпределение на респоденетите по въпроса за съдържанието на туристическите пакети и реализация на проектите с Тиц в Община Гурково

Почти всички респонденти включват Гурково към туристическия пакет – фестивали, събори, ралите – 80 %, а 20 % виждат потенциал в ловния и риболовен туризъм. Болшинството от анкетираните са отговорили положително – 80 %, а 20 % - отрицателно, по отношение на въпроса за реализация на проектите с ТИЦ –а в Община Гурково.

Фиг. 7. Съотношение на респодентите по въпроса за стандартизацията на туристическите продукти, предлагани в Община Гурково ипривличането интереса на чуждестраннитуристи

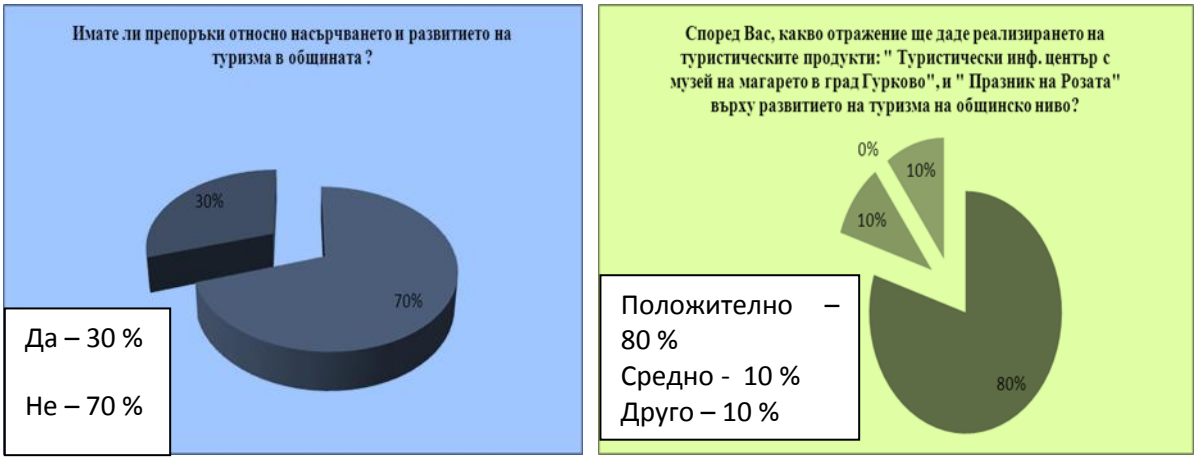
По въпроса за стандартизацията, респондентите имат известни колебания, но все пак преобладава положителното – 60 % отговарят с да, 30 – с не, а 10 % не могат да преценят.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016



Фиг.8, Мнение на респодентите за развитието на туризма и туристическите продукти в Община Гурково

Тук мненията на респондентите са сравнително раздвоени – 60 % мислят, че има перспектива за развитие, а 40 %, че туристическия ресурс е разработен окончателно. По- голямата част от анкетираните са доволни от развитието натуризма и туристическите продукти в община Гурково (фиг. 8) като 70 % приемат, че се равива добре.



Фиг. 9. Статистически резултати от мнението на респодентите за отражението на доминиращите фактори върху развитието на устойчив туризъм в община Гурково

На въпроса за даване на препоръки от респодентите за развитието на туризма в Община Гурково проличава неактивността на респондинтите като 70 % нямат препоръки, а 30 %, които имат, не могат точно и ясно да ги формулират. На въпроса за отражение на доминиращите фактори върху устойчиво развитие на туризма в Община Гурково доминиращият отговор е за положително отражение – 80 %. Останалите проценти се разделят по 10 % между – едва ли ще се отрази положително и друго, което показва колебание и скептицизъм.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

9. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В анкетното проучване, което лежи в основата на настоящата разработка взеха участие хора от различна възраст, пол и социален статус. Голяма част от анкетираните са добре образовани и работещи хора. Повечето от тях застават с готовност зад идеята за развитие на алтернативен туризъм на територията на община Гурково. Най-масово се подкрепят идеите за развитие на традиционните за общината прояви на събитиен туризъм, свързани с „Музея на магарето", Биорали и Празника на розата. За популяризирането на формите на алтернативен туризъм помагат и гражданите, споделяйки със свои приятели и гости за културните пройви и природни забележителности на Гурково.
Местното население е на мнение, че развитието на алтернативен туризъм в района ще доведе до откриването на нови работни места и повишаване доходите на населението, а също така и до по-високи приходи за общината.
Основните изводи, които следва да се изведат въз основа на цялостното проучване на възможностите и перспективите за развитие на алтернативния туризъм на територията на община Гурково са:

- Запазената екологична среда и съществуващите културни прояви и събития на община Гурково са предпоставка за развитие на алтеративни форми на туризъм. В случая е особено важно да се подчертае инициативността на местното население, което не само е допринесло за съхраняването на чистата природна среда и богатството на своите фолклорни традиции, но е обогатило съществуващия празничен календар с нови атрактивни събития и фестивали, които привличат все повече туристи

- В съвременният глобализиран свят, при който културните даденост се размиват и уеднаквяват, запазването на автентичността и спецификата на местната общност и нейната култура е условие за подобряване на социално-икономическото развитие. Така интересът към региона все повече нараства. В последно време се откриват и нови работни места. Броят на посетителите в региона непрекъснато расте. А това в голяма степен подобрява и икономическото благосъстояние на местната общност.

- Наличието на разнообразни природни и антропогенни ресурси, концентрирани на територията на община Гурково позволява развитието и практикуването на широка гама от алтернативни форми на туризъм.

- От друга страна обаче няма как да бъдат подминати и съществени пропуски и недостатъци в работата на общината по отношение развитието на алтернативните форми на туризъм. Така например туристическият информационен център все още не е започнал своята работа, въпреки че той разполага със сграда и е добре оборудван. Липсва добре обучен персонал за нуждите на туризма. Има какво още да се желае и по отношение чуждоезиковата подготовка на хората, пряко ангажирани с организирането на културни прояви на територията на общината.

ISSN: 2367-7384
Issue 1, pp.45-70, March, 2016

10. ЛИТЕРАТУРА

Алексиева, С. (2004). Връзки с обществеността на културния туризъм. Издание „ПР. Туризъмконсулт“.
Алексиева, Й. Ст. Стамов, (2005). Алтернативни видове туризъм. Матком.
Воденска, М., (2004). Въведение в туризма.
Костов, Ен., (2001). Културният туризъм. УИ „Стопанство”.
Левков, К., (2013). Алтернативни видове туризъм. Артграф.
Михайлов М., (2007). Устойчиво развитие и туризъм, НБУ.
Национална програма и план за действие за развитие на екотуризъм в България-2009-2013, С., 2009.
Национална стратегия за устойчиво развитие на туризъм в РепубликаБългария 2009-2013, С, 2009.
План за развитие на община Гурково, използван интернет сайт:
http://www.chambersz.org/res/images/stories/Programi/PrVEI_Gurkovo.pdf.
Рибов, М., Станкова, М., Блажева, М. и кол. (2008). Туризмът в ерата на развлекателната индустрия, Тракия-М, София.
Станчева, М., Чичикова, М. (2202). Девет световни ценности в България. НБУ.
Стамов, Ст. Й. Алексиева (2003). Специализирани видове туризъм. Изд. „Кота”.
Топлева, С., (2014). Ролята на копрпоративната социална отговорност за постигането на устойчив туризъм. Научни трудове на Съюза на учените в България- Пловдив. Серия А. Обществени науки, изкуство и култура, том I.
Якимов, Н. (2003). Рекламата на българското културно-историческо наследство в полза на туризма – В: Качество на българския туризъм – мит и реалност. Изд. „Славена”, Варна.
file:///C:/Users//166_attachment_01___naruchnik_vatreshen_turizam.pdf
http://www.baatbg.org/
www.bulgariatravel.org