

**проф- д-р ВАСИЛ ПЕХЛИВАНОВ, доц. д-р РАЯ МАДГЕРОВА,
гл. ас. РАЙНА ДИМИТРОВА**
ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ "НЕОФИТ РИЛСКИ", гр. БЛАГОЕВГРАД

**ПРОБЛЕМИ И УПРАВЛЕНСКИ РЕШЕНИЯ ЗА УСТОЙЧИВ ТУРИСТИЧЕСКИ БИЗНЕС
НА ТЕРИТОРИЯТА НА НП "РИЛА"**

PROBLEMS AND MANAGING DECISIONS FOR STEADY TOURIST BUSINESS ON THE
TERRITORY OF THE NATONAL PARK "RILA"

*Prof. Dr. VASIL PEHLIVANOV, Assoc. Prof. Dr. RAYA MADGEROVA,
Chief Ass. Prof. RAYNA DIMITROVA*
SOUTHWESTERN UNIVERSITY "NEOFIT RILSKI", BLAGOEVGRAD

Abstract: The purpose of this work is to present the results from a study of the possibilities for the tourist business in the sphere of the alternative tourism on the territory of the National park "RILA" and on this base to deduce some of the problems and the managing decisions for its steady development. Inquiry customers' data of the products of the alternative tourism on the territory of the park is analyzed, as well as the attitude of the local population to the tourist business in the region. On the base of these analyses are detached the main groups of problems araised out of the development of the alternative tourism – marketing problems; business training of the local population; financing of the activity; state and institutional support. Possible managing decisions are enunciated.
Key words: problems, managing decisions, steady tourist business, alternative tourism.

ВЪВЕДЕНИЕ

Съществен проблем на настоящия етап е осигуряването на възможности за нарастване на трудовата заетост и повишаване доходите на населението от изоставащите в икономическо отношение райони на страната. Важно значение за решаването на този проблем има създаването на необходимите условия за изява на дребното предприемачество в сферата на алтернативния туризъм. Известно е, че именно някои от разновидностите на алтернативния туризъм, като екотуризма, селския и аграрния туризъм, се свързват непосредствено с т. нар. устойчив туризъм. Устойчивият туризъм е призван да допринася в значителна степен за икономическия и социален просперитет преди всичко на изоставащите селищни райони. В нашата страна е особено важно неговото създаване в планинските и полупланинските части, в които се наблюдават не само висока безработица и ниски доходи на населението, но и

обезлюдяване. Този туризъм се основава на специален подход към управлението на туристическия бизнес, базиран върху принципите на устойчивото развитие (Мадгерова, 2004). Той обединява в едно цяло екологосъобразното използване на природните ресурси за туристически цели, опазването на природното и културното наследство и подобряването на благостоянието на местното население чрез предоставянето на възможност за увеличаване на трудовата му заетост и неговите доходи.

В България съществуват изключително благоприятни условия за стартирането на различните разновидности на алтернативния туризъм. Особено значение има наличието на 3 национални и 9 природни парка, 89 резервата и 2760 природни забележителности (Жечев, Стоилов, 1999), както и богатото историческо и социо-културно наследство. Те представляват важен потенциал за туризъм във вътрешността на страната и

създават предпоставки за привличане на туристи в планинските и полупланинските райони. В този смисъл важно значение за разширяване на туристическата предприемаческа дейност има територията на НП “Рила”.

Необходимо е да се отбележи, че в нашата страна някои от алтернативните видове туризъм (главно екологичен, селски и аграрен) все още се намират във фазата на създаването и уточняването на съдържанието на отделните елементи на техните продукти. Докато в редица европейски страни посочените разновидности на туризма имат успех благодарение на добрата организация и сътрудничество между предприемачите, предоставящи настанителна база, посредническите туристически фирми, браншовите асоциации и държавата, то у нас тази стопанска дейност стартира трудно и се съпътства с редица проблеми, за чието преодоляване следва да се намерят подходящи решения.

Целта на настоящата разработка е да се представят резултати от проучване на възможностите за туристически бизнес в сферата на алтернативния туризъм на територията на НП “Рила” и на тази основа да се изведат някои от проблемите и управленските решения за неговото устойчиво развитие.

МАТЕРИАЛ И МЕТОДИ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

База за разработката са анкетни проучвания на потребителското търсене на продуктите на алтернативния туризъм, предлагани на територията на НП “Рила” и на отношението на местното население към предприемане на бизнес в тази област. Проучванията са осъществени във връзка с реализацията на научно-изследователски проект на тема “Предприемачеството в алтернативния туризъм – организация и управление на устойчивото му развитие на територията на НП “Рила”, реализиран от авторите на настоящата разработка.

РЕЗУЛТАТИ И ОБСЪЖДАНЕ

Изборът на територията на НП “Рила” за извършване на посочените изследвания се основава на факта, че в нея съществува уникално разнообразие от растения, животни и местообитания (Стойчев, Петров, 1981), които представляват важен туристически ресурс. Това е най-големия национален парк в страната, обхващащ територии от Благоевградска, Кюстендилска, Пазарджишка и Софийска области. Той привлича туристите с уникалните форми от ледниковия период и 233 езера, от които 189 ледникови и алпийски и субалпийски хабитати. В Рила планина са обособени 5 резервата – “Парангалица”, Централен Рилски резерват, “Ибър”, “Скакавица” и “Риломанастирска гора” (Стойчев, Петров, 1981; Жечев, Стоилов, 1999). В последния се намира архитектурно-историческия резерват “Рилски манастир”, ежегодно посещаван от над 800 000 туристи, от които 300 000 чужденци (Тончев, 2000). На територията на Парка се намират множество лечебни минерални извори (Стойчев, Петров, 1981; Иванов и др., 1963). Тази територия се отличава с изключително разнообразие от културно-исторически и архитектурни ценности от древността и Средновековието (Цветков, 1981) и със съхранени традиции, обичаи, занаяти и други социо-културни ценности, които са един от съществените фактори за привличането на туристи – както български, така и чуждестранни. Стопанският потенциал на общините, намиращи се в Рила планина, също създава предпоставки за включване на населението в развитието на различни видове алтернативен туризъм.

Особено благоприятни фактори за туризма в този планински район са наличието на голям туристически интерес и изявеното желание на местното население да стартира предприемаческа дейност в разглежданата област. Така например, проведеното проучване сред потенциалните потребители на

туристически продукти разкрива, че над 45% от анкетираните лица предпочитат да осъществяват своята почивка на планина и над 90% желаят отидат им да бъде в Рила планина. Голямата част от тях (71, 44%) изявяват предпочитания към алтернативния туризъм. Тези предпочитания се основават на възможностите за почивка сред природата (54, 28% от анкетираните), спокойна обстановка (45, 71%), възможност да се запознаят с културата, бита и обичаите на местното население (21, 14%) и да се хранят с екологично чисти продукти, произведени от местните

стопани (19, 43%). Част от дадените отговори са свързани с изучаването на природата, животинския и растителния свят (18, 86%) и желанието за съчетаване на почивката с балнеолечение (18, 86%). Анкетното проучване сред местните жители разкрива, че съществува желание за реализиране на бизнес в сферата на туризма (53, 79%). Интересът както на потенциалните туристи, така и на местните жители е насочен главно към екотуризма, балнеоложкия и селския туризъм (вж. табл. №1).

Таблица 1

Относителен дял на предпочитанията на потенциалните туристи и потенциалните предприемачи към разновидностите на алтернативния туризъм -%

Предпочитания към разновидностите на алтернативния туризъм	Относителен дял на потенциалните туристи -% *	Относителен дял на потенциалните предприемачи -%
Екологичен туризъм	48, 00	36, 26
Селски туризъм	21, 95	38, 46
Балнеоложки туризъм	30, 00	12, 09
Аграрен туризъм	2, 71	8, 79
Друг вид – планински, културен, исторически	6, 28	4, 40
Нито един от посочените	22, 28	-
Всичко	-	100, 00

* Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове алтернативен туризъм е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Анализът на резултатите от двете изследвания показва, че съществуват редица проблеми, свързани с организацията на алтернативния туризъм. Те могат да се обособят в следните групи: маркетингови проблеми, подготовка на местното население, финансиране на бизнеса, държавна и институционална подкрепа за неговото стартиране и развитие. На тази основа могат да се изведат и съответни управленски решения.

Маркетингови проблеми. Към тях отнасяме главно проблемите, касаещи продукта, цените, промоцията и каналите за реализация. Туристическият

продукт е комплексно понятие. Той се състои от различни елементи, между които най-съществено значение за туристическия престой имат местата за настаняване (хотели, хижи, квартири), изхранването и осигуряването на развлечения. Станкова (2003) посочва, че в туризма е валидно правилото потенциалните потребители да търсят продуктови преимущества и да избират и купуват тези продукти и услуги, които им предлагат най-много предимства, което способства за удовлетворяването на техните потребности. Според цитирания автор удовлетворяването на туристическите желания помага на

бизнеса да се конкурира, да реализира продажби и печалби, да “възпитава” лоялност у гостите, които стават редовни клиенти и привличат и своето обкръжение (Станкова, 2003). Именно поради това ние смятаме, че най-съществено значение за създаването на устойчив туристически бизнес има формирането на неговия продукт от гледна точка на привлекателността на отделните му елементи – удобства при настаняването, храна и развлечения. От изследването е видно, че голяма част от потенциалните туристи желаят да

получават всички удобства при настаняването (67, 43% от анкетираните) и да бъде осигурена развлекателна програма (също 67, 43%), в която да се включат различни елементи (вж табл. № 2). Съблюдаването на това изискване от предприемачите е от съществено значение за създаването на устойчиви туристически продукти и за привличането на повече туристи. То е свързано непосредствено със съдържанието и качеството на продукта.

Таблица 2

Разпределение на анкетираните потенциални туристи
според очакваните развлечения*

Видове развлечения по групи	Отн. дял -%
Разходки сред природата, пешеходни преходи, запознаване с природни забележителности, посещение на езера и пещери и др. подобни	66, 00
Посещения на музеи, културно-исторически, археологически и архитектурни паметници	48, 00
Забавления (дискотеки, танцови забави, викторини и др.)	36, 14
Запознаване със занаяти, бит, култура, традиции, обичаи, празници, местен фолклор, етнография и др.	17, 42
Спорт	8, 20

* Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове развлечения е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Според нас, за да се отговори на туристическите желания, предприемачите следва да изучават наличните ресурси и на тази база да съставят подходящи програми за развлечения. За формирането на разнообразен продукт е необходимо да се извършва комплексна оценка на всички туристически ресурси на дадената територия и да се спазва изискването за тяхното екологосъобразно използване (Мадгерова, 2004). Ние смятаме, че съществена роля в процеса на създаването на туристическите продукти и осигуряването на тяхната висока атрактивност (особено по отношение на развлекателните и познавателните

елементи) имат общинските ръководства, културните институции, туристическите организации, посредническите туристически фирми и Дирекцията на НП “Рила”.

При избора на местата за настаняване, наред с осигуряването на удобства, особено важно значение за туристите имат и определените цени за престой. Те също влияят върху привлекателността на предлагания продукт. Изследването разкрива, че се предпочитат настанителни бази, в които цените на едноседмичния престой са сравнително ниски (вж табл. № 3). Това означава, че предприемачите би следвало да проявяват гъвкавост при определянето на цените, като прилагат

такива похвати, като отстъпки от цената за организирани посещения, сезонни отстъпки, временни намаления за определен период, отстъпки при специални поводи и др. (Доганов, 1994).

Същевременно се налага необходимостта от тясно обвързване цените на продуктите и услугите с тяхното качество, разнообразие и уникалност.

Таблица 3

Относителен дял на потенциалните туристи според изявеното предпочитание към цените за седмичен престой в настанителната база

Цени - лв	Относителен дял на анкетираните -%
100-150	24, 57
над 150-200	20, 00
над 200-250	20, 00
над 250-300	20, 00
над 300	13, 14
Нямат мнение	2, 29
Всичко	100, 00

Анализът на резултатите от проучванията показва, че не се обръща достатъчно внимание на рекламата на туристическите обекти и услуги или съществуващата реклама не достига до своята целева аудитория. Така например, 60% от анкетираните

потенциални туристи посочват, че не са виждали реклами за организиране на почивки, екскурзии или за пребиваване в хотели или квартири. От таблица № 4 е видно, че за над 46% от тях основният източник на информация са главно приятелите (вж. табл. № 4).

Таблица 4

Разпределение на отговорите на потенциалните туристи според източника на информация за възможностите за почивка и туризъм в Рила планина и селищата в нея -%*

Източник на информация	Отговори на анкетираните -%
Туристическа агенция	13, 71
Приятел	46, 29
Рекламни материали на хотелите	8, 57
Телевизия, радио, вестници	12, 00
Листовки и каталози	8, 57
Интернет	9, 14
Други източници – посочват се главно собствени впечатления от предишни пребивавания	7, 43

*Забележка: Сборът от отговорите за предпочитанията на потенциалните туристи към отделните видове развлечения е над 100, 00%, тъй като въпросът допуска повече от 1 отговор.

Потенциалните предприемачи също считат, че недостатъчно се рекламират възможностите за туризъм в техния регион. Така например, само 1, 52% от тях дават отговор, че рекламата е много добра, докато 46, 87% изразяват мнение,

че тя е слаба и 36, 36% - че няма никаква реклама.

Нашите наблюдения по поставения проблем разкриват, че съществува изключително добра печатна и особено онлайн реклама единствено на възможностите за екотуризъм в НП

“Рила”, включваща екотуристическите продукти, природните забележителности, местности и хижи (www.rilapark.org), но рекламата за останалите разновидности на алтернативния туризъм е недостатъчна и откъслечна. Във връзка с това считаме, че с активното съдействие на асоциациите за селски и алтернативен туризъм (Българска асоциация за селски туризъм - БАСЕТ и Българска асоциация за алтернативен туризъм – БААТ), както и на Министерството на околната среда и водите (МОСВ), Министерството на културата и туризма (МКТ), отделните областни управи и общински ръководства следва да се изработи рекламна политика и да се приеме стратегия за осъществяването на ефективна реклама на всички разновидности на алтернативния туризъм, които се предоставят на територията на Рила планина. На основата на опита на подобни асоциации от Европейския съюз в създаването на онлайн реклама и аналогично на рекламните сайтове на трите национални парка у нас е необходимо обединяване в единна информационна система на цялата информация за продуктите и възможностите за туризъм в Рила.

Важен въпрос, който може да бъде поставен на база резултатите от проучването е този за каналите за реализация на туристическите продукти. Както е известно, изборът на канал за дистрибуция е основно решение в разработването на маркетинговата стратегия (Прайд, Феръл, 1994). Към един от основните канали за дистрибуция и реализация на туристическите продукти ние отнасяме туристическите посреднически фирми. Анализът на получените резултати разкрива, че близо 55% от желаещите да развият туристически бизнес са на мнение, че е абсолютно наложително да интегрират своята дейност с тази на посредническите туристически фирми. Тази интеграция може да допринесе

съществено за довеждането на създадения туристически продукт до неговите потребители. Това има значение за реализирането на повече на брой и трайни туристически посещения във всички сезони на годината, което неминуемо се отразява върху приходите от продажби и способства за намаляването на тяхната неравномерност.

Проблеми, свързани с управленската подготовка на местното население за реализиране на бизнес в алтернативния туризъм. Изследването и анализът на резултатите сочат, че едва 6, 82% от всички анкетирувани лица и 11, 27% от желаещите да стартират бизнес в туризма притежават много добри управленски знания, опит и умения. Това показва, че на големия потребителски интерес не може да се отговори напълно адекватно и налага необходимостта местното население и конкретно жителите, желаещи да се занимават с такава стопанска дейност, да бъдат подпомогнати за осмисляне на неговата същност и съдържание и за придобиване на необходимите управленски знания, още повече, че над 67% от последните считат, че е необходимо да обогатяват своите знания в областта на мениджмънта и над 14% - да получат основни управленски знания. Съществена роля според нас в това отношение имат университетите, които на основата на взаимодействието с местните общности и организациите и институциите, имащи отношение към проблема, да се превърнат във водещи центрове за обучение и развитие на човешките ресурси (Пехливанов и др., 2004). При това ние смятаме, че в учебните планове наред с управленските проблеми би следвало да се включат и отнасящите се до изготвянето на инвестиционен бизнес план и разработването на проекти за кандидатстване по програмите за финансиране на бизнеса.

Проблеми на финансирането на предприемаческата дейност.

Развитието на алтернативния туризъм и включването на местното население в този процес са свързани с решаването на важни въпроси на материалната база и съответно на финансирането на инвестиционните проекти за нейното обновяване и реконструкция. Над 55% от анкетираните лица посочват, че е наложително да искат кредити за извършване на ремонтните дейности. Във връзка с това основен въпрос е този за условията на банките за предоставяне на кредити. Само 16, 67% от респондентите са на мнение, че лихвите и обезпеченията по кредитите отговарят на техните възможности и съответно над 34% - че те са непосилни за тях. Съществен проблем е и този за използването на други финансови източници, като например лизинга. Прави впечатление, че тази форма на финансиране не се познава достатъчно от над 34% от анкетираните лица. Именно поради това нашето виждане е, че подем в процеса на стартирането на малкия туристически бизнес по места може да има, ако се създадат специални програми за неговото кредитиране с предлагане на преференциални условия (особено за дребния бизнес в изоставашите и обезлюдяващите райони), както и ако се изгради държавен гаранционен фонд или се осигури съфинансиране по програмите на Европейския съюз.

Държавна и институционална подкрепа за стартиране и развитие на

алтернативния туризъм. Проблемът може да се разглежда в две основни направления, а именно информираността на местното население и бизнеса за институциите и организациите, от които може да получи необходимата информация и консултантска помощ и ролята на държавните органи (общинските ръководства, Дирекцията на НП "Рила" и др.) за оказване на конкретна помощ за развитието на туризма. Наблюденията и анализите разкриват, че едва 10, 61% от анкетираните жители дават отговор, че са им известни всички институции и организации, докато над 46% са онези от тях, на които те не са известни. Поради това съществено значение придобива необходимостта от повишаване информираността на местното население по този въпрос, а също и за възможностите за развитие на алтернативния туризъм в съответния регион. Над 92% са посочили, че е необходимо да получават информация по всички въпроси, касаещи бизнеса. Същевременно от таблица № 5 се вижда, че е наложително значително да се повишава ролята на различните органи, организации и институции в този процес (вж табл. № 5). Особено значение на съвременния етап имат местните ръководства, които следва да включат проблема за създаването на условия за развитие на предприемаческата дейност в алтернативния туризъм в стратегиите на общините, като важен фактор за устойчиво регионално развитие.

Таблица 5

Разпределение на отговорите според преценката за възможностите на общинските ръководства да оказват помощ и за източниците на информация за алтернативния туризъм

Оценка на възможностите на общинското ръководство да оказва помощ за развитие на туристическия бизнес	Общо анкетирани -%	Желаещи да стартират туристически бизнес -%	Източник на информация за възможностите за развитие на алтернативния туристически бизнес в района	Общо анкетирани -%	Желаещи да стартират туристически бизнес -%
Да, и оказва помощ	15, 15	21, 43	Да, от общината	11, 36	16, 25
Да, но не оказва помощ	67, 43	67, 14	Да, от местната туристическа	5, 30	8, 75

			организация		
Не може да оказва помощ	15, 15	10, 00	Да, от ръководството на НП "Рила"	15, 15	13, 75
Нямат мнение	2, 27	1, 43	Да, от медиите	16, 67	20, 00
Всичко	100, 00	100, 00	Не съм информиран	50, 00	40, 00
X	X	X	Нямат мнение	1, 52	1, 25
X	X	X	Всичко	100, 00	100, 00

ИЗВОДИ

За да се използва оптимално богатият потенциал на Рила планина и селищата, разположени в нея, за развитие на устойчив туристически бизнес, както и за да се отговори на проявения потребителски интерес и на желанието на местните жители да стартират бизнес в областта на алтернативния туризъм, е наложително да бъдат създадени необходимите условия.

Преди всичко следва да се подпомогне процеса на подготовка на населението по проблемите на мениджмънта и маркетинга на туристическата дейност и да се съдейства за въвеждане на преференциални условия на банковото й кредитиране, особено в силно изоставящи и обезлюдяващи райони. Това има особено важно значение за създаването на привлекателни туристически продукти.

Необходимо е с активното участие на БАСЕТ и БААТ и заинтересованите държавни органи (главно МОСВ и МКТ), областните и общинските ръководства да се способства за създаването на силно въздействаща реклама за всички видове алтернативен туризъм, като оптимално се използват възможностите на онлайн рекламата и се изгради единна информационна система за туризма в Рила планина. За увеличаване притока на туристи във всички сезони на

годината следва да се окаже помощ при интегрирането на дейността на дребните предприемачи по места с посредническите туристически фирми, основно по отношение на рекламната дейност и насочването на туристите към туристическите обекти според техните предпочитания.

Съществено значение за развитието на този бизнес има повишаването на информираността на местните жители както за органите, институциите и организациите, оказващи помощ на туристическия бизнес, така и по всички въпроси, отнасящи се до неговата организация и управление. В процеса на формирането на условия за предприемаческа дейност в алтернативния туризъм главен принос следва да имат общинските ръководства чрез включването на проблема в стратегиите за устойчиво регионално развитие.

В заключение смятаме, че всяка от общините на територията на Рила планина съвместно с Дирекцията на Парка и местните туристически организации би могла да определи на база на комплексния анализ и оценка на ресурсния потенциал възможностите за развитие на даден вид или видове алтернативен туризъм и да насочи своите усилия към създаването на уникални туристически продукти за съответния район.

ЛИТЕРАТУРА

- Жчев, В., Д. Стоилов.** 1999. Туристическо природоползване и екологичен туризъм, РА "Корект", Благоевград, 150 стр.
- Иванов, Г., Г. Калайджиев, М. Апостолов.** 1963. Минералните извори и курортните места в Пиринския край, изд. "Наука и изкуство", С., 197 стр.
- Доганов, Д.** 1994. Маркетинг в туризма, Princeps, Варна, 243 стр.
- Мадгерова, Р.** 2004. Предприемачество и малък бизнес в туризма (особености, проблеми и решения), изд. "Интелект А", С., 178 стр.

Пехливанов, В., Р. Димитрова, Р. Мадгерова. 2004. Развитие и обучение на човешките ресурси за екотуристически бизнес – актуални проблеми и решения, Научна сесия “Инвестиции и инвестиционна политика в процеса на присъединяване към Европейския съюз”, Унив. Изд. “Н. Рилски”, Благоевград

Прайд, У., О. Феръл. 1994. Маркетинг: Концепции и стратегии, изд. ФорКом, С., 400 стр.

Станкова, М. 2003. Форми на алтернативния туризъм. Екологичен туризъм, изд. УНСС-МЦМК, С., 43 стр.

Стойчев, К., П. Петров. 1981. Рила – природа и ресурси, изд. Наука и изкуство, С., 202 стр.

Тончев, Цв. 2000. Технология на допълнителните дейности в туризма, изд. “ТИЛИА”, С., 103 стр.

Цветков, Б. 1981. Средновековни български крепости по долините на Струма и Места, ДИ “Септември”, С., 54 стр.

www.rilanationalpark.org