

доц. д-р ЛЮБЕН ХРИСТОВ

ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ, ПЛОВДИВ

**ГЛОБАЛИЗАЦИЯ И ПОЛИТИКИ ЗА РАЗВИТИЕ НА АЛТЕРНАТИВНИТЕ
ТУРИСТИЧЕСКИ ПЪТУВАНИЯ**

**GLOBALIZATION AND POLICIES FOR THE DEVELOPMENT OF ALTERNATIVE
FORMS OF TRAVEL**

Associate Prof. Dr. LYUBEN HRISTOV

UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT, PLOVDIV

Abstract: Issues, related to the processes of globalization in modern times and their impact on various aspects of tourism, are analyzed in this paper. Changes in standardization and unification of the tourism product, the polarization between the established resort destinations and undeveloped internal territories of the country determined the purpose of the research namely analysis of globalization's challenges and implementation of policies of the leading countries regarding practical solution of the problems of sustainable tourism development. Showing the approaches pursued in the tourism policy by leading countries in the development of tourism products for alternative tourism practices, the paper is affiliated with the contemporary reflection on sustainable tourism development and capability of alternative tourism practices to intensify economic activities in non-tourist areas.

Key words: globalization, alternative tourism, tourism policy.

Протичащите процеси на глобализация в съвременното обхващат аспектите на социалния и икономическия живот, технологиите, културата, политиката и екологията. Глобализационните процеси оказват въздействия и променят стойностите на параметричните показатели на туризма. Предизвикателните изменения предопределиха нови насоки и тенденции в туристическата практика. Настъпилите промени очертахта съществени проблеми, като стандартизирането и унифицирането на туристическия продукт, поляризацията между утвърдените курортни дестинации и не разработените вътрешни територии на страните, неравномерността на туристическия поток през годината, значителния дял на масовите туристи и влиянието на финансовите и икономическите кризи. Необходимостта от критичния анализ на разнообразните проблеми предопредели водещата цел на работата - анализиране на предизвикателствата на глобализацията и провежданите политики на водещи страни за развитие на алтерна-

тивните туристически практики, чрез които практически да се решат възникналите проблеми за устойчивото развитие на туризма. С изясняването на целта се детайлизират и водещите задачи на работата - разкриване на подходите, в провежданата туристическа политика на водещи дестинации, за разработването на продукти за алтернативните туристически практики. В тази връзка работата е част от съвременния размисъл за устойчивото развитие на туризма и възможностите, чрез алтернативните дейности да се активизират и подпомогнат стопанските отрасли в не туристическите региони.

Глобализацията е процес, който има различни интерпретации в съвременното. Във връзка с това е и липсата на общоприета дефиниция за нея. Първите опити да се въведе многоаспектно измерване и интерпретиране на икономическите аспекти на глобализацията прави Кеарни в началото на века (Kearyn, 2006). Към първите опити се налага да се отчетат и конкретизират структурните

аспекти и функционалните влияния на глобализацията:

- интеграцията на пазарите и разпространението на технологии и идеи;
- намаляването на ролята на географските ограничения при протичането на социалните процеси;
- увеличение на значението на транснационалните корпорации;
- промяна в политическата, социалната и икономическата среда
- фундаментални промени в начина на живот и почивка.

За отчитане на многоаспектните влияния на глобализацията се разработи Индекс на глобализация (KOF). Неговите стойности, определящи степента на глобализирането на средата се извеждат на основата на максималните или минималните норми на един процес. На тази база са определени средните стойности на Индекса на глобализация (KOF) на страните в света. Белгия има стойност на Индекса на глобализация 91,51, който е най-висок сред страните в света. След нея са Ирландия – 91,02, Холандия – 89,92, Швейцария – 89,87 и Австрия – 89,14.

Влиянията на глобализацията върху съвременните процеси в туризма са анализирани от Котлър (Котлър, 2007). В разработките си той извежда, че глобализацията води до промяна в поведението на туристическите потребители. Отчита се и факта, че глобализацията е повлияла съществено на психологическите особености на туристите и с това е формирала нови модели на потребление. Възприемането и налага нето им е пряко свързано с настъпилите промени в социо-културната среда. В последните десетилетия се валидират нови духовни ориентири, повлияни от доминацията на поп и субкултурата. Субективните критерии, свързани с личностното и с професионалното развитие, както и ограниченията на икономическите обстоятелства концепту

ализират нов начин на живот, почивка и отношение към света.

Аспектите на глобализацията в туризма очертават три основни тенденции. Първата е резултат от достигнатия максимум през 2012 г. на 1,036 млрд туристи. За сравнение, в началото на миналия век туристите в света са три милиона. Според прогнозите на СТО през 2025 г. те ще достигнат милиард и половина, т.е. всеки пети ще предприема пътуване. Очаква се, че най-посещаваната страна да е Китай със 130 млн, а пътуващите китайци в чужбина да са над 100 милиона. Наред с количественото нарастване на туристите в света се очертава и втората съвременна тенденция – приоритетно развитие на морски и планински/ски туризъм. Двете туристически практики обхващат 70 % от туристическите пътувания. Третата съвременна тенденция се налага с неравномерността на туристическия поток през годината. Съотношението пристигналите туристи в активния и неактивния сезон за повечето страни е 1 към 4.

За преодоляването на негативите на наложилите се с тенденциите диспропорции в туристическата практика Световната организация по туризъм предложи конкретни мерки. Една от препоръките ѝ към страните членки на организацията да насочат усилия за разработване на алтернативни туристически продукти. Чрез разкриването и включването в туристическата практика на нови предпоставки да се осигури възможност туристите да имат престой в определен район, не по-малко от четири дни. Великобритания е една от първите, която предприе мерки за решаване на проблема. Изследователските институти към университетите разработват проекти от 2009 г., които предоставят за практическо реализиране на регионалните мениджъри в туризма.

Съвременният алтернативен туристически продукт е съвкупност от физи-

чески обекти, услуги, качество и др. Според американеца Ф. Котлър (Котлър, 2007) туристическият продукт е „всичко, което може да удовлетвори желанията или потребностите и се предлага на пазара с цел да се привлече вниманието, закупуването и използването му“. Съгласно общоприетата му сефиниция туристически продукт е „набор или пакет, съдържащ осезаеми и неосезаеми компоненти, състава на които определя дейността на хората в туристическия център и пакетът се възприема от туристите като достъпен по цена“. Тези определения на туристическия продукт позволяват в него да се съчетават алтернативните културни, социални и географски особености на дестинациите и възможността им да се възпроизвеждат.

Разработването на алтернативни туристически продукти е задача, пряко свързана с туристическото поведение. Неговите особености произтичат от факта, че туристите имат различни потребности и поведение и че, всяка страна се нуждае да предлага туристически си продукт в съответствие с динамиката на живота. Създаването на нови алтернативни продукти е от ключово значение за цялостното провеждане на маркетинговата политика. Нейните основни цели са да популяризира и оптимизира продажбите на алтернативните туристически пакети. За нейната ефективност е необходимо да се диференцират посланията към двата психологически типа туристи - психоцентрици и апоцентрици и свързаните с тях съвременни модели на поведение. Предлагането на съвременния алтернативен туристически продукт е подчинен на изискването да опосредства възможността за ново възприемане и ефективно съпреживяване на света.

Формираният алтернативен туристически продукт има възможност и е в състояние да активизира стопанската активност на неусвоените досега за туризъм територии. В този смисъл са и

предприетите инициативи на Европейския съюз. Един от първите приоритети на туристическата политика на Съюза е разработването на областа Тирол, в трансграничния ареал между Италия и Австрия. Подобен проект се реализира и за областа Силезия, разположена на териториите на Полша, Чехия и Словакия. Насока за практически решения е и програмата на Европейския съюз, предвиждаща финансово подпомагане при усвояването на крайграничните територии на останалите европейските страни. Разработването на алтернативни практики с туристическата политика на Европейския съюз се цели:

- усъвършенстване на системата от показатели за устойчиво развитие на дестинациите;
- провеждане на кампании за повишаване на осведомеността на европейските туристи по отношение на избора на дестинации;
- налагане на знак за европейско „качество на туризма“, на основата на съществуващия опит на отделните страни;
- формиране на стратегии за устойчив туризъм в крайбрежните и морски зони;
- утвърждаване на реномето и видимостта на Европа, като дестинация и за алтернативен туризъм.

Една от основните програми на Европейския съюз, в която участват 21 страни е „ЕДЕН“. С нея се цели устойчивото развитие на туризма в ЕС, чрез ежегодни национални конкурси по обща тема. Тя е избрана от Европейската комисия съвместно с националните институции по туризъм. От 2007 до 2011 г. са реализирани алтернативните теми – Възникващи селски дестинации, Туризъм и местно нематериално културно наследство, Туризъм и защитени територии, Водни туристически практики и Туризъм и възстановяване на туристически обекти.

Сравнително нова е програмата на Европейският съюз „50 000 туристи“. Чрез нея се предвижда интензифициране на размяната на туристи от европейските и южноамериканските страни. Традиционно се продължават и програмите „Калипсо“, за социален туризъм и Стратегията за Дунавския регион, предвиждаща създаването на мрежа от алтернативни туристически маршрути. С реализирането на програмите на Европейския съюз се предвижда пристиганията за алтернативните туристически практики да се увеличат с 35 %.

Практически решения на предизвикателствата на глобализацията са разработените политики и стратегии за алтернативен туризъм на водещи страни в света. Франция, която е най-посещавана от туристите има Индекс на глобализация 86,18. В страната се реализира национална Стратегия за увеличаване на вътрешните пътувания. Департаментът по туризъм на Франция, който е към Министерството на икономиката, индустрията и заетостта координира инициативите и предоставя помощ за развитието на алтернативните туристически практики, предприемани от местните и регионалните власти. Националната туристическа администрация (NTAs) е пряко включена в планирането, разработването, управлението и маркетинга на алтернативните форми на туризъм на регионално и местно равнище. Всички национални организации насърчават, предоставят равен достъп до информация и методическа помощ за интегрирането на не развитите региони.

Испания има Индекс на глобализация 85,71, с което заема 15 място в света. Туристическата политика на страната е насочена да утвърди трайно приоритета на отрасъла, включително и чрез алтернативните форми. Държавният секретариат за туризъм определя, разработва и прилага политиката в областта на туризма, като изготвя общи планове за подобряване на качеството и свързаните

с това промоционални дейности на алтернативните практики. Заедно с Института за изследване на туризма (TURESPA) е разработена алтернативната програма 55+, за външни туристи от трета възрастова група. Тя се реализира на пониски цени, като разликата до реалните цени на фирмите се покрива от държавата. Една от целите на програмата е по-ефективното използване на настани телната база извън сезона. Наред с това, правителството използва и новите програми на Европейския съюз, като програмата „ЕДЕН“ – представяща най-добрите европейски практики в туризма от 2007 г. до днес. От 2011 г. Испания се включи и в инициативата на Европейския съюз „50 000 туристи“, предвиждаща размяна на туристи с Южноамериканските страни.

Гърция има Индекс на глобализация 75,83, който ѝ отрежда 31 място в света. В последното десетилетие страната има не равномерен прием на туристи, за това разработва политика за развитие на нови алтернативни практики. През 2004 г. бе създадено Министерство на туризма за да координиращ орган на Националната туристическа организация, Камарата на хотелиерите на Гърция и Дружеството за развитие на туризма. Чрез Министерството на туризма се представя страната на международни изложения, конференции, събития и борси.

Алтернативните форми на почивка на гръцките граждани се реализират с помощта на програмата Туризм за всички. С нея са увеличени с 41% на броя на лицата, отговарящи за социален туризъм в страната. На малките и средните туристически фирми за алтернативен туризъм са предоставят заеми, включително и за начален капитал на преференциални лихвени проценти, в размер до 350 000 евро.

При реализирането на туристическата си политика Гърция ефективно използва фондовете на Европейския съюз. За

развитието на алтернативните практики, в страната се ползват средства от оперативната програма „Конкурентноспособност” и „Регионално развитие”. Чрез предвидените мерки в тях се подпомагат туристическите предприятия за „развитие на алтернативния туризъм и разнообразяването на гръцкия туристически продукт”.

Стратегически политики се разработват и в северните страни на регион Америка. В САЩ усилията са насочени към равномерно развитие на туристическата инфраструктура по територията. За тази цел в страната бе проведена рекламна кампания за щата Ню Йорк, в края на 70 – те години. Под общото лого „Аз обичам Ню Йорк” бяха включени хотели, ресторанти, театри, барове, нощни клубове и други обекти предлагщи разнообразни услуги на туристите. Особен акцент в рекламата бяха възможностите за алтернативни развлечения, артефактите в изложбените зали тяхната транспортна достъпност. В резултат на проведената кампания бе регистриран ръст на търсенето на алтернативен туристически продукт и в тази връзка увеличение на приходите в различните части на щата.

В региона и в Канада се разработват и прилагат програми за налагането на алтернативен туристически продукт в Юго-Източната част на страната. Крайната им цел е 105-те хил. туристи, които ежедневно посещават Ниагарския водопад да се насочват и към други туристически дестинации. В резултат се пост-

игна увеличение с 12 % на туристите към културно-историческите обекти. При това, делът на чужденците се е увеличил с 48 %, а на вътрешните туристи с 23 %. Предложенията за разширяването на алтернативния продукт са свързани с винения туризъм, при който увеличението е с 20 %, фестивалния и екологичния туризъм. В цялост, програмите за развитието на алтернативните практики са насочени към повишаване на информираността на туристите и рекламирането на дестинации, включени в Списъка на защитените обекти на световното културно наследство на ЮНЕСКО.

В нашата страната бяха дискутирани възможностите и проблемите за развитието на алтернативните форми на туризъм на проведената конференция от ВУАРР гр. Пловдив, през 2011г. Търсенето на решения на въпросите предопределиха приемането на решение, че в страната трябва да се приеме и реализира Стратегия за развитието на алтернативните форми на туризъм в малките селища на страната. Тя ще е в пълно съответствие и пряко продължение на провежданата от Европейския съюз политика на устойчиво развитие на туризма. Диференцирането на туристическите дейности в нетуристическите дестинации в страната ще активизира социално-икономическите процеси в тях. Подобна стратегия за алтернативни практики е разработена в съседна Турция, която е част от общата Стратегия за развитие на туризма до 2023 г.

Литература:

1. Котлър Ф., Котлър за маркетинга, С., 2007
2. Kearny A., Foreign Policy Magazine, Oct. 16, 2006