

## АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ И РАЗВИТИЕТО МУ В ГРАД ВРАЦА И РЕГИОНА

Мирослава Цветиева Йончева<sup>1</sup>

катедра „Администрация и управление”, Факултет “МИА”

**Резюме:** Туризмът е признат за една от най-динамичните бизнес сфери в света и засяга всички аспекти на обществения живот – икономическа, социална, политическа и духовна. България има значителни природни ресурси, които обуславят развитието на този отрасъл. Град Враца има реалния потенциал да се превърне в атрактивен туристически център предлагащ целогодишен устойчив туризъм с качествени и разнообразни туристически услуги, отговарящи на европейските стандарти. Проучванията на природните и антропогенни ресурси на територията на общината предопределят добри възможности и перспективи за развитие на специализираните форми на туризъм като културен, селски и екотуризъм, пешеходен, религиозен, спортен и спелеоложки. Целта на настоящата статия е да представи потенциала на град Враца за превръщането му в атрактивен туристически център. Обектът на изследване е алтернативният туризъм в града като форми, разновидности и възможни решения.

**Abstract:** Tourism is acknowledged as one of the most dynamic business areas in the world and affects all aspects of public life – economic, social, political and intellectual. Bulgaria has considerable number of natural resources that determine the development of this sector. Vratsa has a potential to become an attractive tourist center offering year-round sustainable tourism with quality and variety of

---

<sup>1</sup> Авторът е настояща студентка в междууниверситетска магистърска програма на ВСУ и ИИИ на БАН.

tourist services that come up to European standards. Studies of natural and man-made resources within the municipality determine good opportunities and prospects for development of specialized forms of tourism such as cultural, rural and ecotourism, hiking, religious, sports and Speleological. The purpose of this paper is to present the potential of Vratsa to become an attractive tourist center. The object of study is the alternative tourism in the city as forms, varieties and possible solutions.

**Key words:** tourism, alternative, Vratsa

### **Алтернативният туризъм – нова форма на бизнес възможност**

Понятията алтернативен, устойчив, селски туризъм, специализиран туризъм, хоби и екотуризъм, са все по-често употребявани, но все още с неизяснена същност за голяма част от обществото.

На този етап липсва единна дефиниция за алтернативен туризъм. Най-общо казано, 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 при масовия традиционен туризъм”.<sup>2</sup>

Според Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ): „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. Като такива се посочват: селски, екологичен,

---

<sup>2</sup> Алексиева, Й., Стамов, С. Специализирани видове туризъм – част първа. КОТА, Стара Загора, 2003, с. 15.

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.”<sup>3</sup>

Една от характерните особености на този вид туризъм е търсенето на автентичен контакт с посещаваната страна или регион, с нейното население, култура, история, стопанство, като се предоставя и възможност за изява на самия турист. *Характерните особености на алтернативния туризъм биха могли да се обобщят по следния начин:*

- допринасят за запазване, защита и повишаване качеството на ресурсната база, която е фундаментална за самия туризъм;
- извеждат социалната отговорност на бизнеса и активното стимулиране на развитието на допълнителни, специфични за областта атракции и инфраструктура;
- спазват екологичните изисквания и избягва отрицателното въздействие на големите туристически обекти;
- поставят акцент не само върху екологичната, но и върху културната устойчивост на региона.

Алтернативният туризъм е форма на туризъм, която се основава на природни, социални и обществени стойности, позволяващи на госта и домакина да изпитат положителни емоции и да споделят опит.

---

<sup>3</sup> www.baatbg.org – чл. 31 от Устава на БААТ

*Алтернативният туризъм предоставя следните предимства:*

- възможности за местните хора и семействата им (настаняването става в местни къщи и за управлението на дейността са необходими специфични познания);
- принос за местната общност (този вид туризъм генерира приходи, изгражда инфраструктура, подобряват се условията на живот);
- намаляване на „изтичането на капитали“;
- запазване на националните традиции и обичаи;
- обогатяване на туристите (алтернативният туризъм предоставя възможности за контакт с местното население и ваканция, съобразена с цената);
- възможности за изграждане на интернационални, регионални и междуселищни връзки;
- прилагане на мотивационни стратегии за развитие на човешките ресурси в отрасъла<sup>4</sup> и др.

Изключително трудно е да се обхване видовото разнообразие на туризма. Огромният брой разновидности се дължи, преди всичко, на непрекъснато разширяващия се обхват на туристическите ресурси и включването в него на нови, непознати до този момент ресурси и обекти. В туристическата практика са вече утвърдени следните видове алтернативен туризъм: културно познавателен, религиозен, селски, балнеоложки, екологичен, ловен и риболовен, конгресен, орнитоложки, спортен, винен, развлекателен и др.

---

<sup>4</sup> **Попова, Д.** Мотивационни стратегии за развитие на човешките ресурси. // Сборник с доклади от кръгла маса „Съвременни модели за управление на бизнес процесите в предприятието“. Унив. изд. на ВСУ „Ч. Храбър“, 2010, с. 97–104.

## **Алтернативни форми на туризъм в град Враца и региона. Анализ на перспективите**

Алтернативните форми на туризъм в България имат бъдеще. Гаранция за това са условията, които предлага нашата страна, както и формиращата се нагласа на част от потребителите към ползването на по-нетрадиционни, различни от масовия туризъм, туристически услуги. Световните проучвания, тенденции и практика за тези видове туризъм са положителни и насърчителни.

Като пример за особено подходящ район за развитие на алтернативни форми на туризъм бихме могли да посочим един от формиращите се туристически райони – Северозападен туристически район и по-специално, районът на град Враца.

Град Враца е голям административен, стопански и културен център, намиращ в Северозападна България на границата между Старопланинската верига и зоната на Предбалкана. Разположен е в богат карстов район, с разнообразни карстови форми, пещери и високи планински стени от алпийски тип. Градът има удобно транспортно-географско местоположение. Отстои на 116 км северно от столицата София. Град Оряхово е най-близкото дунавско пристанище и има голямо стопанско значение за региона. През територията на общината преминават важни железопътни и шосейни коридори с национално и международно значение. Враца е пресечна точка на два от най-големите европейски транспортни коридора – коридор № 4 и коридор № 7.

Районът е подходящ за алпинизъм и е любимо място на много алпинисти и катерачи. Градът е отправна точка за великолепния и магнетичен проход „Вратцата” и пещерата „Леденика”. Историята на Враца се свързва с поета революционер Христо Ботев.

В града и региона има много предпоставки за развитието на различни видове туризъм – планински, алтернативен (културно-познавателен, религиозен, селски, екологичен, пещерен, спортен и др.). Това би могло да се проследи в последващия SWOT-анализ и възможностите, които са изведени по-нататък в изложението (виж табл.1).

Таблица 1

**SWOT-АНАЛИЗ НА ТУРИЗМА В ГРАД ВРАЦА И РЕГИОНА<sup>5</sup>**

<b>Силни страни</b>	<b>Слаби страни</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ благоприятно географско разположение с лесен достъп до столицата и пристанищата на река Дунав;</li> <li>▪ през град Враца минават два от големите европейски транспортни коридори – № 4 и № 7;</li> <li>▪ благоприятен за туризъм климат през цялата година;</li> <li>▪ добро общо екологично състояние на общината;</li> <li>▪ добре изградена мрежа от социални, образователни, културни и туристически институции;</li> <li>▪ сравнително добро ниво на развитие на информационните технологии и телекомуникациите през последните години в град Враца;</li> <li>▪ многобройни и разнообразни културни институции, съсредоточени в град Враца – музеи, галерии и др.;</li> <li>▪ развитието на туризма е сред декларираните приоритети на общинската администрация;</li> <li>▪ уникални природни забележителности и защитени територии. Природен парк „Врачански Балкан” и резерват „Врачански карст” са забележителните природни обекти от национално значение;</li> <li>▪ съхранени бит, традиции, обичаи, богат и многообразен културен календар;</li> <li>▪ многобройни хотели и ресторанти (над 260 в Общината), чийто капацитет превъзхожда засега реалния брой клиенти;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ отдалеченост от Черно море и големите пристанища;</li> <li>▪ пътната мрежа в общината се нуждае от разширение и подобряване;</li> <li>▪ образованието на населението е незадоволително – само 9,6 % са с висше образование и те са предимно в промишлените отрасли, а много малко – в туристическия бизнес;</li> <li>▪ средният доход на домакинство от предприемаческа дейност не превишава 0.9 % от общия му доход;</li> <li>▪ безработицата сред младите хора до 29 години е висока – 23% ;</li> <li>▪ нерегламентирана комуникация и недостатъчна координация между туристическите структури, бизнес сектора и общинските структури;</li> <li>▪ недостатъчна реклама за туристическите обекти и възможности на общината;</li> <li>▪ квалификацията на персонала в сферата на обслужването на туризма не отговаря на високите изисквания на съвременния туризъм;</li> <li>▪ липса на по-висока категория хотелиерска база, която да повиши стандарта на предлагания туристически продукт и привлече платежо-</li> </ul>

<sup>5</sup> Данните са предоставени с любезното съдействие на Община Враца

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ природни и културно-исторически дадености за развитие на различни видове алтернативен туризъм;</li> <li>▪ наличие на заинтересовани страни от развитието на туризма – държавни и общински институции, стопански организации, образователни структури, неправителствени организации и местни инициативни групи;</li> <li>▪ увеличени възможности за включване и участие в национални и международни програми и проекти, особено чрез Структурните фондове на ЕС от началото на 2007 година.</li> </ul>	<p>способна клиентела;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ проблеми със стандартизацията и качеството на обслужването в туристическите обекти;</li> </ul>
--	--

<p style="text-align: center;"><b>Възможности</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ наличие на тенденции и разрастване на добрите практики в България за създаване на клъстери, които да обединяват организации, работещи както в областта на туризма, така и такива организации и структури, които имат директно, или косвено отношение към този бизнес – предприятия от хранително-вкусовата промишленост, информационните технологии, селското стопанство, строителството и др.;</li> <li>▪ включване на туристически фирми и туроператори от Община Враца в международни и национални туристически борси;</li> <li>▪ включване на туристически фирми и туроператори от Община Враца в рекламните кампании на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма, особено на тези, провеждани в чужбина;</li> <li>▪ тенденции за навлизане на големи туроператорски фирми;</li> <li>▪ разширяване и подобряване на обратната информация от страна на туристите към туристическите фирми и туроператорите;</li> <li>▪ нарастващ интерес на частния бизнес към туризма при засилване на присъствието на разнообразни донорски национални и чуждестранни програми фокусирани към развитието на устойчив туризъм;</li> <li>▪ перспективи за разширяване и подобряване на туристическата инфраструктура чрез участието в Европейските фондове и привличане на частни инвеститори чрез публично-частни партньорства;</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Заплахи</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ наличие на слабости по провеждане на националната и областната политика в областта на туризма, поради недостиг на ресурси;</li> <li>▪ повишено международно напрежение, вследствие на терористични заплахи;</li> <li>▪ рискове и неизвестности при инвестиране в туризма;</li> <li>▪ недостатъчни инвестиции в регионалното развитие изобщо и в частност – в развитието на туризма;</li> <li>▪ засилваща се конкуренция в туризма в страната и света;</li> <li>▪ приоритет и инвестиране в морските курорти и по-малък интерес към вътрешността на страната;</li> <li>▪ демографски срив в страната, областта и общината;</li> <li>▪ промени в климатичните фактори и природни бедствия;</li> <li>▪ световна икономическа криза.</li> </ul>
--	--

<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ подобряване на хотелиерските и ресторантьорските услуги чрез европейско качество на професионалното обучение в тази област;</li> <li>▪ подобряване на инфраструктурата на селата, в които има условия и перспективи за селски туризъм;</li> <li>▪ очаквани законодателни промени за развитие на професионалното образование, в съответствие с потребностите на туристическия бизнес и услугите;</li> <li>▪ добри перспективи за разбирателство и сътрудничество с други общини, преди всичко със съседни – за разработване и изпълнение на съвместни инфраструктурни проекти в областта на туризма и свързани с него дейности.</li> </ul>	
--	--

*На тази база, квотата за всеки един фактор е представена в таблиците по-долу, обобщени на фигура 1.*

**Таблица 2**

**Силни страни**

Фактори	Оценка	Тегло	Квота
1. Благоприятно географско разположение	3	0,03	0,09
2. Два големи европейски транспортни коридора	2	0,02	0,04
3. Благоприятен климат	3	0,03	0,09
4. Добро екологично състояние	3	0,04	0,12
5. Добре изградена мрежа от социални, образователни, културни и туристически институции	4	0,05	0,2
6. Развити информационни технологии	3	0,03	0,09
7. Многобройни и разнообразни културни институции	4	0,05	0,2
8. Развитие на туризма е сред декларираните приоритети на общинската администрация	4	0,05	0,2



9. Уникални природни забележителности и защитени територии	4	0,05	0,2
10. Съхранени бит, традиции, обичаи, богат и многообразен културен календар	4	0,05	0,2
11. Многобройни хотели и ресторанти	4	0,10	0,4
12. Природни и културно-исторически дадености за развитие на различни видове алтернативен туризъм	4	0,20	0,8
13. Наличие на заинтересовани страни за развитието на туризма	4	0,15	0,6
14. Възможности за включване и участие в национални и международни програми и проекти	4	0,15	0,6

**S = 3,83**

**Таблица 3**

**Слаби страни**

Фактори	Оценка	Тегло	Квота
1.Отдалеченост от Черно море и големите пристанища	-2	0,02	-0,04
2.Пътната мрежа в общината се нуждае от разширение и подобряване	-2	0,1	-0,2
3.Образованието на населението е незадоволително	-3	0,05	-0,15
4.Средният доход на домакинство от предприемаческа дейност не превишава 0,9 % от общия му доход	-2	0,03	-0,06
5.Висока безработица	-3	0,1	-0,3

6.Липса на координация	-4	0,2	-0,8
7. Недостатъчна реклама	-4	0,2	-0,8
8. Недостатъчна квалификация	-4	0,2	-0,8
9.Липса на по-висока категория хотелиерска база	-3	0,05	-0,15
10. Проблеми със стандартизацията и качеството на обслужването в туристическите обекти;	-4	0,05	-0,2

**W = -3,5**

**Таблица 4**

**Възможности**

Фактори	Оценка	Тегло	Квота
1. Разрастване на добрите практики в България	3	0,03	0,09
2. Включване на туристически фирми и туроператори от Община Враца в международни и национални туристически борси	3	0,03	0,09
3.Включване на туристически фирми и туроператори от Община Враца в рекламните кампании на Министерството на икономиката, енергетиката и туризма.	3	0,03	0,09
4.Тенденции за навлизане на големи туроператорски фирми	2	0,03	0,06
5.Разширяване и подобряване на обратната	3	0,08	0,24

информация от страна на туристите към туристическите фирми и туроператорите			
6. Нарастване на интереса на частния бизнес към туризма	2	0,1	0,2
7. Перспективи за разширяване и подобряване на туристическата инфраструктура чрез участието в Европейските фондове и привличане на частни инвеститори чрез публично-частни партньорства	3	0,2	0,6
8.Подобряване на хотелиерските и ресторантьорските услуги чрез европейско качество на професионалното обучение в тази област	4	0,2	0,8
9.Подобряване на инфраструктурата на селата, в които има условия и перспективи за селски туризъм	3	0,05	0,15
10. Очаквани законодателни промени	4	0,1	0,4
11. Добри перспективи за разбирателство и сътрудничество с други общини, преди всичко със съседни – за разработване и изпълнение на съвместни инфраструктурни проекти в областта на туризма и свързани с него дейности.	4	0,15	0,6

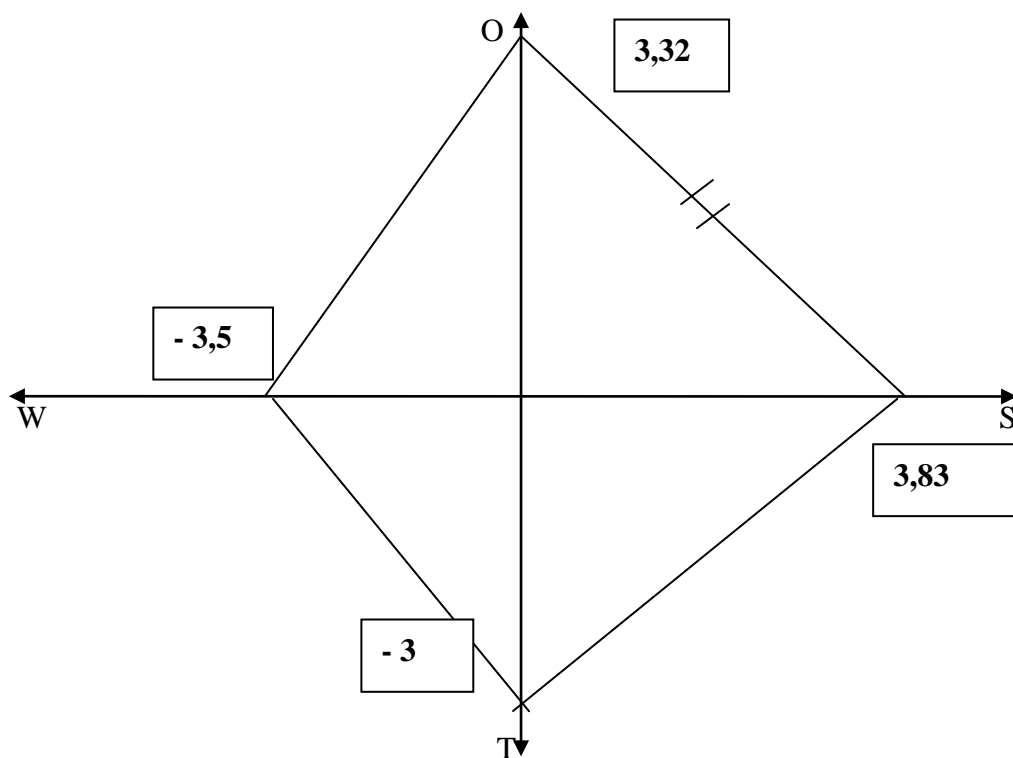
**O = 3,32**

Таблица 5

## Заплахи

Фактори	Оценка	Тегло	Квота
1. Наличие на слабости по провеждане на националната и областната политика в областта на туризма, поради недостиг на ресурси	-4	0,20	-0,8
2. Повишено международно напрежение	-1	0,03	-0,03
3. Рискове и неизвестности при инвестиране в туризма	-3	0,05	-0,15
4. Недостатъчни инвестиции в регионалното развитие изобщо и в частност – в развитието на туризма;	-3	0,17	-0,17
5. Засилваща се конкуренция в туризма в страната и света	-4	0,10	-0,4
6. Приоритет и инвестиране в морските курорти и по-малък интерес към вътрешността на страната	-3	0,1	-0,3
7. Демографски срив в страната, областта и общината	-2	0,05	-0,1
8. Промени в климатичните фактори и природни бедствия	-1	0,05	-0,05
9. Световна икономическа криза	-4	0,25	-1

Т = -3



Фиг. 1

Според направения SWOT-анализ туризмът в град Враца попада в квадрант *maxi-maxi*<sup>6</sup>. Има избор между няколко стратегии – стратегия на лидера и стратегия на диференциация. Според мен, в никакъв случай не би могло да се говори за стратегия на лидера, защото нито сега, нито в по-дългосрочен план градът би могъл да стане лидер на пазара с предоставянето на туристически услуги. Това е една твърде амбициозна, но нереалистична цел. За сметка на това, обаче, би могла да се приложи стратегията на диференциацията. В града има възможности на много и разнообразни видове туризъм, но при избор на тази стратегия е добре да се

<sup>6</sup> Стратегия *maxi-maxi* (SO). Всяка компания би желала да бъде в позиция, при която да може да максимизира предимствата и възможностите си. Такава фирма може да започне от предимствата в използването на ресурсите за завоюване на преимущество на пазара за стоки и услуги.

съсредоточи и акцентира върху един или два вида, които да са приоритетни за Общината и институциите, занимаващи се с развитието на туризма в града. Така например би могло да се наблегне на културно-познавателния и религиозен туризъм, тъй като има най-силни предпоставки за развитие. Друг вариант за избор е пещерният туризъм.

Резултатите от направения SWOT-анализ показват, че местната общност разполага с добър потенциал за развитие на алтернативен туризъм, но липсват умения и опит за предоставяне на туристически продукти и услуги. Затова е необходимо да се помогне за развитието на малкия и средния бизнес, за да се разгърне предприемаческия потенциал. За тази цел е необходимо Община Враца да припознае туризма като основно перо в местната икономика и да се заеме с редица задачи като:

- развитие на продукта, маркетинга и рекламата;
- състояние и проблеми на инфраструктурата;
- човешки ресурси и проблеми на заетите в обслужването и управлението в туризма;
- състояние и проблеми, свързани с типа на туристическото развитие;
- пазар и реализация на туристическия продукт

### **Заключение**

Можем да обобщим, че въпреки наистина уникалните природни и исторически забележителности ситуацията на туризма в община Враца не е по-различна от средната за вътрешността на страната и допълнително се утежнява от по-голямата икономическа изостаналост на Северозападния район.

Като най-сериозен проблем се откроява липсата на сътрудничество между местните предприемачи като собственици на хотели, пътнически компании и агенции, представители на различни местни атракции и органите на местната власт.

Северозападният район има множество интересни природни, културни, исторически и други видове ресурси за развитие на алтернативен туризъм като някои от тях имат реален потенциал да станат “туристически магнити” стига да се работи усилено в тази насока.

#### **Използвана литература**

1. **Алексиева, Й., Стамов, С.** Специализирани видове туризъм – част първа. КОТА, Стара Загора, 2003.
2. **Бодурова, П.** Стратегическо управление на фирмата. Варна, ТедИна, 1993.
3. **Попова, Д.** Мотивационни стратегии за развитие на човешките ресурси. // Сборник с доклади от кръгла маса „Съвременни модели за управление на бизнес процесите в предприятието. Унив. изд. на ВСУ „Ч. Храбър”, 2010.
4. Данни предоставени от Община Враца.
5. [www.baatbg.org](http://www.baatbg.org)