

**Interreg - IPA CBC** 

**Bulgaria - Turkey**

**PARTNERSHIP** 



**ОСОБЕНОСТИ НА ПЛАНИНСКИЯ ТУРИЗЪМ,  
ОРГАНИЗИРАНЕ И ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКО ПЪТУВАНЕ.  
ПРИНЦИПИ И РАБОТА С ИНДИВИДУАЛНИ КЛИЕНТИ И МАЛКИ ГРУПИ.  
ФОРМИРАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИ ПАКЕТИ.**

Проф. д-р Лина Анастасова

**Проект: "Path of legends - establishment of new  
partnerships for development of sustainable cultural-  
historical tourism", № CB005.1.23.107**

**Програма ИНТЕРРЕГ – ИПП за трансгранично  
сътрудничество България-Турция**

## Особености на Българския планински туризъм

- В България има **16 планински масиви**, покриващи **28%** от територията. Най-разпространени са ниско- и средновисоките планини – **600 – 1600м.**
- Съществуват много предпоставки за развитието на планински туризъм в България – **разнообразни релефни форми, скални образувания, лечебен климат, относително дълъг период на снегозадържане** в най – високите части (**5 – 7 месеца**), разнообразен животински и растителен свят.
- **От 50 до 80% от планинските територии са покрити с гори.** Този процент за страната като цяло е 30. Има места с естествени широколистни и иглолистни дървета с възраст **250 – 300 години.**

Оценка на ресурсния потенциал на страната, направен в близкото минало, показва, че **95% от рекреативни територии са планински** и само 5% са Черноморските крайбрежни райони.

**Максималният възможен леглови капацитет, който може да поемат тези планински територии и който да не влиза в конфликт с природата е 450 000 легла.** Такъв обаче никога не е бил достигнат. Дори през 80-те години на 20 век, когато планинския туризъм се е развивал най-интензивно, легловата база не е надвишавала 160 000 легла. Тогава съотношението е било 60:40 в полза на Черноморския бряг.

Тази диспропорция в туристическото усвояване се усилва още повече през последните 10 – 15 год. и през 2015 год. тя е 72:28, като тук се включват не само планински, а и всички други видове туризъм като градски, културен, познавателен и спа туризъм.

**От казаното дотук може да се заключи, че не се използва наличния потенциал за развитието на планински туризъм в страната, като едновременно с това и рекламирането му не е достатъчно.**



## Проблеми на планинския туризъм

- Слабото туристическо усвояване на планинските райони;
- динамично развитие на зимните спортове, комбинирано с остро покачване на туристическото натоварване, концентрирано в няколко туристически центъра /Пампорово, Банско, Боровец/, които предлагат благоприятни условия, но са вече много застроени. Наблюдава се сблъсък на дългосрочните екологични с краткосрочните икономически интереси. Най-страшното е, че се създава опасност за защитените природни територии, които са в опасна близост и дори в границите на туристически усвоените територии.

- От тук произлиза и **нуждата да се обърне особено внимание на устойчивото развитие на планинския туризъм в България.**
- За момента количествените и качествените му параметри не отговарят на ресурсния потенциал, не отговарят и на широко анонсирания стремеж за диверсификация на националния туристически продукт, нито на стремежа към балансиране на регионалните различия и по-широко разпространение на ползите от туризма.**

## ОРГАНИЗИРАНЕ И ОСЪЩЕСТВЯВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКО ПЪТУВАНЕ

Организирането на туристическо пътуване с обща цена, т.е. предоставяне на туристически пакет на краен потребител, се осъществява в няколко условно разграничени етапи. Първи етап:

1.1. Проучване на **потенциалния сегмент туристи**, които дадено пътуване трябва да привлече, т.е. Сегментация на потенциалния пазар- по възраст, пол; жизнен стил, социално-икономически статус; образование,

Необходимо е да се насочи вниманието и към изясняване на **мотивите за предприемане на пътуване и начините на прекарване на свободното време** в предпочитани за посещение дестинации.



**1.2. Оценка на туристическите забележителности и маршрутите, като оценяването им се прави според туристическата привлекателност, готовността за посрещане на туристи, условията на престой и транспортната достъпност.**

**Готовността за посрещане на туристи е интегрален фактор за осъществяване на туризъм на дадено място. В много случаи играе доминираща роля при избора за осъществяване на туристическо пътуване. Той покрива организационното, кадровото, икономическото и логистичното осигуряване на туристическите процеси в рецептивната територия. Готовността за посрещане и обслужване на туристи е конкретна реалност за туристическото място, която съвпада, надхвърля или е под предварителните очаквания на туристите.**

**Условията на престой в туристическото място включват материално - техническите условия за пребиваване на туристите в съответното място:**

а) инфраструктура, чийто съществени определители на инфраструктурния фактор са капацитет, качество, надеждност.

б) туристическа супер-структура, чийто детерминанти са капацитет, качество и безопасност.

Транспортната достъпност включва наличните и възможни транспортни условия за посещения на местността. Детерминантите на достъпността в общ план са време(бързина), сигурност и безопасност, комфорт и цена.

**Втори етап: Проучванията на конкуренцията дават възможност на конкретния агент на туристическия пазар да се съсредоточи върху собствените си конкурентни предимства.**

Вторият етап от организацията на туристическото пътуване обхваща всички дейности и операции, свързани с определянето на икономическите параметри на продукта на туроператора. По-конкретно това означава изчисляване на всички разходи, формиращи себестойността на туристическото пътуване, както и начисляване на печалбата за туроператора.

Става дума за разходите относно транспорта до и от избраната туристическа дестинация, трансфера, нощувка и изхранване, представителство.

Сумата от тези разходи формира себестойността на туристическия пакет. Когато към тази сума се прибави процент печалба се получава крайната цена на туристическото пътуване.

**Пакетна цена/ Паушална цена**= себестойн. на тур. продукт + Цел. норма на печалб. на туроперат.+ комисиона на турагента

На практика калкулирането на цената може да се извърши по различен начин, т.е. посредством приложението на различни техники или технологии. Това зависи от:

- обхвата и съдържанието на общата цена, размера и начина за изчисляване на нейните съдържателни елементи;
- вида и характера на туристическото пътуване (с преобладаващ престой, обиколно, круиз, инсентив-тур);
- вида и начина на използване на транспортното средство;
- формата на организация на престоя (клубна, масова, групова или индивидуална);
- период за осъществяване на пътуването (основен сезон, пред- или следсезон).

### Трети етап:

В неговото съдържание се включват следните групи дейности:

- а) **техническа обработка на резултатите от работата в рамките на два етапа- обобщаване и систематизиране на информацжията;**
- б) **подготовка на проекта и на необходимите материали за рекламната брошура, каталога, проспекта, дипляната и пр.**
- в) **отпечатване на каталози, дипляни/ проспекти, флаери с обща програма.** Тази част от работата се възлага за изпълнение на рекламни агенции, които разполагат с необходимите дизайнери и специалисти;
- г) **разпространение на отпечатаните рекламни материали с общата програма посредством дистрибуторската мрежа на туроператора, продавачите, посредниците и он лайн комуникационните канали.**

**Организацията на продажбите на туристическите пътувания с обща цена може да се осъществи в две основни форми: директна и индиректна.**

Провеждането на организирани туристически пътувания с обща цена не може да мине без наличието на представител или водач. **Когато пътуването е с преобладаващ статичен елемент, т.е. престой говорим за представител.** Когато водещата е динамичната част, с групата пътува **водач и екскурзовод**, а е напълно възможно това да бъде едно и също лице.

**Дейността на туроператора (по обем и съдържание)** при провеждането на организирани от него туристически пътувания се определя, зависи и се отличава най-вече от различията във вида на тези пътувания.

От тази гледна точка е възможно и необходимо разграничаването им в няколко направления:

Първо, в зависимост от това дали и доколко туроператорът се ангажира с участие при провеждането на пътуването. В това направление се разграничават обикновено две групи (или вида) пътувания: **придружени и непридружени**.

Второ, в зависимост от броя на участниците в туристическото пътуване: Два основни вида: **единични (индивидуални) и групи (колективни)**. По смисъла на §1, т.67 от Допълнителните разпоредби на Закона за туризма "Организиранни групи и индивидуални туристически пътувания с обща цена" са пътувания:

а) **по предварително изготвена програма**, включваща комбинация от най-малко две от следните услуги: 1.) транспорт; 2.) настаняване;

в) **други туристически услуги**, които не са свързани с транспорта или настаняването и съставляват значителна част от пътуването, и се предлагат или се продават на цена, която включва всички разходи, и са за срок, по-дълъг от 24 часа или включват пренощуване.



**Interreg - IPA CBC** 

**Bulgaria - Turkey**

**PARTNERSHIP** 

Туристическият пакет включва минимум два от изброените елементи, най-често нощувка и транспорт. Туристът сам решава дали да включи изхранване, което от своя страна може да бъде на следната база:

- BB – bed and breakfast ;
- HB – half board;
- FB – full board ;
- All inclusive- light, ultra, superb, premium.

Трето, в зависимост от съотношението между двете основни части в съдържанието на туристическия продукт –организираните туристически пътувания биват **а. динамични (пътуването) и 2. статични (пребиваването, престоя).**

Четвърто, в зависимост от вида на използвания пътнически (туристически) транспорт. Пътуванията биват: с влак, автобус, самолет, кораб и автомобил. Различията в пространството, скоростта на движение, транспортната среда, комфорта и др. подобни определят спецификата в организацията на дейността по провеждането на пътуванията в различните видове превозни средства. Тя се отнася основно до екскурзоводското обслужване, което има различен обхват и характер в автобуса, кораба или влака.