

CONCLUSION

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В съвременния силно динамичен и глобален свят развитието на туризма е поставено в пряка зависимост от факторите и ресурсите, с които разполагат *туристическите дестинации*. Понятието за *туристически продукт* коренно се променя, с настъпването на множество трансформации в обществения, политическия и икономическия живот, които поставят на преден план утвърждаването на разпознаваемост и идентичности. За това и *концепциите за устойчиво развитие и запазване на автентичността на местните общности* са приети като основа в управлението на стратегическо ниво и разработването на политики. В условията на промени в *околната среда* и нарастващи изисквания към опазване на компонентите ѝ, туристическите дестинации са изправени пред предизвикателството за бързо адаптиране към процесите. Наличието на устойчиво развиващи се и конкурентоспособни *туристически предприятия* се разглежда като решаващ фактор за развитието на туристическата индустрия. Повишаването на *качеството на предлагания туристически продукт* и успешното представяне на *туристическата дестинация* зависят до голяма степен от целенасочената държавна политика за стимулиране на бизнес средата. Основна предпоставка за нейната ефективност е отличното междуинституционално взаимодействие и висока степен на ангажираност на заинтересованите страни.

Анализите при стратегическото планиране на европейско, национално и регионално ниво показват, че дестинация Пловдив разполага с висок туристически потенциал, а инвестициите в *културни ценности - икономика - инфраструктура - туризъм* стимулират местната икономика и социалното развитие и водят до устойчиви резултати.

Дестинация Пловдив има необходимите институционална рамка и капацитет за повишаване на конкурентоспособността си като туристическа дестинация за развитието на устойчив туризъм, но е необходима и последователна политика за развитие на човешките ресурси в туристическия сектор и укрепване на връзката *наука-образование-бизнес*.

Акцентът на дестинация Пловдив и инициативата *Европейска столица на културата 2019* доказва потенциала на концепцията „*ЗАЕДНО*“ за ускоряване и устойчива промяна чрез обединение, трансформация, релакс и възраждане, обхващайки развитието на дестинацията във всички аспекти и насърчвайки иновативността, инициативността и предприемачеството за изграждане на капацитет и устойчиво развитие.

Съвременният човек изпитва все по-голяма нужда от качествени преживявания и нови познания, от духовно усъвършенстване и баланс, от контакт с местата и културите, които посещава, от приключения и откъсване от ежедневието - това проектира търсенето на *нови видове туристически продукти* (или модификации на традиционните), сред които културният туризъм (всички негови подвидове), заема централно място.

С навлизането на новите технологии, социалните мрежи и виртуалното пространство, физическото битие се променя драстично, а с него и вземането на решение за пътуване (туризъм). Това, от своя страна, води до нови начини на предлагане и необходимост от креативност при офертирането на

туристическите пътувания. *Културните обекти* вече са разбирани не само като места за посещение, но и за храна и напитки, характерни за дестинацията. Те трябва да се представят с въображение и разбиране към новите човешки потребности. България и дестинация Пловдив са все още далеч от тези нови направления в развитието на туризма изобщо и в частност - на културния туризъм.

Днес независимо от това, че използваме съвременни комуникационни канали, няма достатъчно креативност в предлагането на културните туристически продукти, а това пречи на реализирането на пълния потенциал на дестинацията. Според заинтересованите страни липсват „историята и приключението“ - онзи докосващ сърцето разказ, който провокира потребността на туриста да посети конкретно Пловдив. На лице са и други проблеми на културния туризъм, свързани със стопанисването и управлението на културните обекти, взаимодействието между институциите, сътрудничеството между самите обекти в дестинацията, информационната осигуреност и др. Все още не са развити туристическите микрорайони и техният културен потенциал.

Страната ни разполага с огромно културно-историческо наследство, има дългогодишна традиция в провеждането на културни, музикални, арт и други фестивали и събития, а в последните години активно се развиват и творческите индустрии. Дестинация Пловдив е все по-разпознаваема с красивите си църкви и манастири, с вкусната регионална кухня и разнообразието от качественни вина. Всичко това представлява значителен потенциал за развитие на културен туризъм във всичките му форми, особено когато са използвани в комбинация.

Водещ подпродукт на дестинацията е културно-историческият туризъм, заради уникалните културно-исторически обекти на територията ѝ, който си партнира успешно с фестивалния, събитиен, творчески и градски туризъм, заради неговата естествена свързаност с културата и историята на дестинацията.

Устойчивият културен туризъм се постига чрез интегрирано управление на културно-историческото наследство и водещите туристически дейности (хотелиерски, ресторантьорски, туроператорски и анимационни), с активното участие на местната общност, чрез създаване на социални, екологични и икономически ползи за всички заинтересовани страни.

Препоръки:

- привличане на инвестиции в дигитални технологии, мениджмънт на потреблението на туристическите продукти и инфраструктурни проекти;
- включването на местните общности в управлението на културното наследство;
- повишаване на капацитета на туристическите кадри, чрез образование и обучение в областта на туризма;
- стимулиране на отговорен туризъм и съдействие на операторите на културното наследство и индустриите в туризма за устойчиво развитие на местно ниво;
- изграждане на интегрирани модели за управление на културното наследство, които включват оценка на използването им, достъпа до тях и посетителските потоци;

- създаване на мрежи, платформи за цифрово партньорство, публични и частни партньорства за решаване на проблемите с капацитета и достъпа до горещите точки;
- насърчаване на обектите за културно наследство в разработването на нови продукти и дейности;
- насърчаване на усещането за „собственост“ на културното наследство в общността, чрез осигурен достъп за посещения на местата и изграждане на капацитет;
- изграждане на мрежи, партньорски схеми, синергии, сътрудничества, програми и инициативи на ниво дестинация Пловдив;
- възстановяване на обичаи, традиции и практики, като средство за опазване на нематериалното наследство, за създаване на допълнителни преживявания;
- използване на креативни методи за активно включване на местните общности в проекти, с акцент върху по-младите поколения;
- обединяване на материалното и нематериалното наследство в дизайна на новите туристически продукти в културния туризъм и осигуряване на подходяща, адаптивна повторна употреба на културните сгради;
- реализиране на перманентни програми за обучение на персонала за повишаване на капацитета за отговорен туризъм;
- разработване на висококачествени туристически продукти, базирани на автентичното културно наследство на дестинацията;
- стимулиране на стартиращи клъстери за предприемачество в културния туризъм;
- популяризиране на нови обекти/атракции в дестинацията и улесняване на интегрирания маркетинг;
- разработване на ценова структура, насърчаваща по-дългия престой и посещенията в ниския сезон;
- публичност на данните за туризма в дестинацията, както и оценка, наблюдение и картографиране на динамиката им;
- подкрепа на местния бизнес и предпочитания към местните продукти за запазване уникалността на дестинацията;
- създаване на постоянна и дългосрочна заетост.

Ефектите от номинацията „Пловдив – културна столица на Европа“ за 2019 година тепърва ще се отчитат в местната икономика - оказва се, че към момента няма измерими индикатори, които да следят този процес, а *туристическият продукт* на Пловдив и в бъдеще ще е сложна комбинация от използването на материални и нематериални елементи (природни и антропогенни ресурси, атракции, съоръжения, услуги и дейности) около ядрото на интересите на туриста.

Тук, в града под тепетата, Пловдив създава онова запомнящо се цялостно преживяване, което връща потребителя отново и отново, формира емоционалните аспекти на потенциалните посетители!

Дестинация Пловдив ви очаква!

Проф. д-р Златка Григорова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив