



СБОРНИК С ДОКЛАДИ

ОТ

Научно-практическа конференция на тема:
„ТРАНСФЕР НА ЗНАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА
ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА РЕГИОНИТЕ“

*Организатор: Катедра „Туризъм“ при Стопански факултет на
ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“
Съорганизатор: Община Вършец*

COLLECTION OF REPORTS

from

Scientific-practical conference
"KNOWLEDGE TRANSFER AND PERSPECTIVES FOR THE
DEVELOPMENT OF TOURIST POTENTIAL OF REGIONS"

*Organizer: Department of Tourism at the Faculty of Economics
VTU "St. St. Cyril and Methodius"
Co-organizer: Municipality of Varshets*



11 септември 2024 г.
ИЗДАТЕЛ „АЙ АНД БИ“

September 11, 2024
PUBLISHER "A & B"

Сборникът с доклади от конференцията е резултат от реализиране на проекта „Трансфер на знания и проучване на туристическия потенциал на страните от Балканския полуостров“, с пряк изпълнител катедра „Туризм“ към Стопански факултет на Великотърновския университет и партниращи организации: община Вършец, България и Bucharest University of Economics Studies, Romania.

С представените изследвания се постигат основни резултати като:

- ✓ Допълване на научната теория с конкретни насоки относно наличието на туристически потенциал в регионите;
- ✓ Връзка на университета с други академични общности и бизнес организации от страните от Балканския полуостров, участници в конференцията;
- ✓ Установяване на активен диалог с местната власт и нейното подпомагане в развитие на регионален туристически продукт;
- ✓ Решаване на значими научно-приложни въпроси, които засягат проблемите на регионалния туризъм;
- ✓ Идентифициране на нови възможности за развитие на регионален туристически продукт.

Катедра „Туризм“ при Стопански факултет на Великотърновския университет изказват благодарности на Туристически център Вършец, партниращите организации и всички, които бяха съпричастни към идеята за провеждане на конференцията.

The collection of reports from the conference is the result of the implementation of the project "Transfer of knowledge and study of the tourism potential of the countries of the Balkan Peninsula", with the direct executor of the "Tourism" department at the Faculty of Economics of the University of Veliko Tarnovo and partner organizations: Municipality of Varshets Bulgaria and Bucharest University of Economics Studies, Romania.

The presented research achieves main results such as:

- ✓ Supplementing the scientific theory with specific guidelines regarding the availability of tourism potential in the regions;
- ✓ Connection of the university with other academic communities and business organizations from the countries of the Balkan Peninsula, participants in the conference;
- ✓ Establishment of an active dialogue with the local government and its support in the development of a regional tourism product;
- ✓ Solving significant scientific and applied issues that affect the problems of regional tourism;
- ✓ Identification of new opportunities for the development of a regional tourism product.

The Department of Tourism at the Faculty of Economics of the Veliko Tarnovo University would like to express their gratitude to the Varshets Tourist Center, the partner organizations and all those who were sympathetic to the idea of holding the conference.

ОРГАНИЗАЦИОНЕН КОМИТЕТ

Председател

доц. д-р Анатолий Асенов

Съпредседател: инж. Иван Лазаров

Членове

проф. д-р Слави Димитров

доц. д-р Десислава Вараджакова

гл. ас. д-р Мариела Димитрова

гл. ас. д-р Олга Манчева-Али

гл. ас. д-р Надежда Костадинова

ORGANIZATION COMMITTEE

Chairman

Assoc. Prof. Anatoly Asenov, PhD

Co-chairman: engineer Ivan Lazarov

Members

Prof. Slavi Dimitrov, PhD

Assoc. Prof. Desislava Varajakova, PhD

Chief asst. Mariela Dimitrova, PhD

Chief asst. Olga Mancheva-Ali, PhD

Chief asst. Nadezhda Kostadinova, PhD

НАУЧЕН КОМИТЕТ

Председател

доц. д-р Анатолий Асенов, България

Членове

проф. д-р Слави Димитров, България

проф. д-р ик.н. Сергей Охрименко,

Молдова

проф. д-р Олимпия Стате, Румъния

доц. д-р Десислава Вараджакова,

България

гл. ас. д-р Мариела Димитрова, България

гл. ас. д-р Олга Манчева-Али, България

гл. ас. д-р Надежда Костадинова,

България

SCIENTIFIC COMMITTEE

Chairman

Assoc. Prof. Anatoly Asenov, PhD,
Bulgaria

Members

Prof. Slavi Dimitrov, PhD, Bulgaria

Prof. Sergei Ohrimenco, DSc, Moldova

Prof. Olimpia State, PhD, Romania

Assoc. Prof. Desislava Varajakova, PhD,
Bulgaria

Chief asst. Mariela Dimitrova, PhD,
Bulgaria

Chief asst. Olga Mancheva-Ali, PhD,
Bulgaria

Chief asst. Nadezhda Kostadinova, PhD,
Bulgaria

Всички доклади в сборника са рецензирани.

Авторите носят отговорност за съдържанието на докладите, изразените мнения, използваните данни, цитирани източници и езиково-стиловото оформление.

Издател „Ай анд Би“, Велико Търново, 2024, ISBN: 978-619-7738-11-7

All papers in the collection are peer reviewed.

The authors are responsible for the content of the reports, the opinions expressed, the data used, the sources cited and the linguistic and stylistic layout.

Publisher "I & B", Veliko Tarnovo, 2024, ISBN: 978-619-7738-11-7

Сборник с доклади от научно-практическа конференция на тема: „ТРАНСФЕР НА ЗНАНИЯ И ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА РЕГИОНИТЕ“, Организатор: Катедра „Туризм“ при Стопански факултет на ВТУ „Св. св. Кирил и Методий“, Съорганизатор: Община Вършец, Издател: „Ай анд Би“, 11.09.2024 г., ISBN: 978-619-7738-11-7

Collection of reports from a scientific and practical conference on the topic: "KNOWLEDGE TRANSFER AND PERSPECTIVES FOR THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST POTENTIAL OF THE REGIONS", Organizer: Department of Tourism at the Faculty of Economics of "St. Cyril and St. Methodius" of Veliko Tarnovo University, Co-organizer: Municipality of Varshets, Publisher: "A & B", 11.09.2024, ISBN: 978-619-7738-11-7

Партньори от туристическия бизнес / Partners from the tourism business

(всички логота и снимки съдържат активен линк) / (all logos and pictures contain active links)



Пицария АРТ КЛУБ



Съдържание/ Contents		
	<i>Предговор/ Intrudaction</i>	6
1.	<i>РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ОБЩИНА ВЪРШЕЦ ЧРЕЗ КОНЦЕПЦИЯТА ЗА ЯВНО И ТАЦИТНО ЗНАНИЕ</i> Анатолий Асенов, Мариела Димитрова	8
2.	<i>ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПА ТУРИЗЪМ В РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ</i> Слави Димитров	21
3.	<i>КУЛИНАРНА ВЗАИМОСВЪРЗАНОСТ НА БАЛКАНСКИТЕ ДЪРЖАВИ</i> Стилианос Дигас, Александра Аграфюти	30
4.	<i>ПОВИШАВАНЕ НА ЕКОЛОГИЧНОТО СЪЗНАНИЕ И УСТОЙЧИВО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ</i> Анатолий Асенов, Станислава Стоянова-Асенова	36
5.	<i>СЪБИТИЯТА КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ДЕСТИНАЦИЯТА</i> <i>(НА ПРИМЕРА НА ВЕЛИКО ТЪРНОВО)</i> Олга Манчева-Али, Надежда Костадинова	44
6.	<i>ТУРИЗЪМ И ДОПЪЛВАЩИ ИНДУСТРИИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЩИНА ВЪРШЕЦ</i> Мария Димчева	50
7.	<i>ЗДРАВЕ ЧРЕЗ ВОДА И МУЗИКА</i> <i>ТРАДИЦИОНЕН ИЛИ НЕ-ТРАДИЦИОНЕН ПОДХОД В ТУРИЗМА</i> Мариела Димитрова, Красимира Маринова	55
8.	<i>ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БАЛНЕОЛОЖКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ</i> Шермин Кирова	63
9.	<i>ИНОВАТИВНИ ТЕХНОЛОГИИ В РЕСТОРАНТЪОРСКИЯ БИЗНЕС</i> Зорница Христова	72
10.	<i>MAIN TRENDS IN THE ATTITUDES TOWARDS DOMESTIC TRAVEL OF THE RESIDENTS OF THE MONTANA DISTRICT (BULGARIA)</i> Desislava Varadzhakova, Aleksander Naydenov, Marina Raykova, Aleksandra Ravnachka	77
11.	<i>FESTIVALS IN THE MONTANA REGION</i> Julian Totev	84
12.	<i>DEVELOPMENT OF A HOTEL MANAGEMENT SERVICE BASED ON SPRING MICROSERVICES</i> Manastirli Piotr	92
13.	<i>MISTAKE KNOWLEDGE – BAD PRACTICES OF FESTIVAL TOURISM</i> <i>(The case of XXI International Music and Dance Festival Paralia Summer Festival 2024)</i> Nadezhda Kostadinova, Vlad Diaconescu	99

ПРЕДГОВОР

Конференцията е посветена на 60 години от обявяването на Вършец за град.

Щрихи за света на Балканския туристически продукт

Съвременният динамичен и технологичен свят създава нови възможности за реализиране на бизнес идеи и неминуемо заличава стари похвати. Ценността са хората със своя интелектуален потенциал и именно това не трябва да забравяме.

Балканските народи имат специфичен и много цветен характер, който се отразява върху разнообразието от туристическия продукти. Палитрата на туризма се допълва от разнородните физико-географски условия, разноликата материална и нематериална култура, местният темперамент и език. Именно затова Балканските държави са предпочитана дестинация за туристи от различни континенти.

На Балканите, хората са емоционални и показват своите чувства, те пеят и плачат, техният вътрешен живот се отразява върху домовете им, празниците, радостните и тъжните събития. Затова тук има фестивали, всеки със своя колорит, кулинарни пътешествия, родени от разнообразието, еkleктика в архитектурата и изкуството, като всичко това привлича туристите и оформя регионалния туристически продукт.

Уважаеми читатели,

Всеки доклад е една микровселена и в нея авторите са втъкали своите размисли, научни търсения, изводи. Когато четете написаното, всъщност вие се докосвате до научната и лична вселена на всеки автор и това е най-ценното.

Обединихме се около една емблематична дата за Вършец – 60 години от обявяването му за град и всеки от нас представи своето научно изкушение, защото написаното е следата и заветът към следващите поколения.

Ще се радваме да провокираме Вашия интерес и да имаме последователи в научните търсения.

С уважение,

Организационен комитет

INTRUDACTION

The conference is dedicated to the 60th anniversary of the declaration of Varshets as a city.

Touches for the world of the Balkan tourism product

The modern dynamic and technological world creates new opportunities for the realization of business ideas and inevitably erases old concepts. The value is people with their intellectual potential, and that is exactly what we must not forget.

The Balkan peoples have a specific and very colorful character, which is reflected in the variety of tourist products. The palette of tourism is complemented by the diverse physical and geographical conditions, the diverse material and non-material culture, the local temperament and language. That is why the Balkan countries are a preferred destination for tourists from different continents.

In the Balkans, people are emotional and show their feelings; they sing and cry, their inner life is reflected in their homes, holidays, happy and sad events. That's why there are festivals here, each with its own flavor; culinary journeys born of diversity, eclecticism in architecture and art, all of which attract tourists and shape the regional tourism product.

Dear readers,

Each report is a micro-universe and the authors have woven their thoughts, research, and conclusions into it. When you read what is written, you actually touch the scientific and personal universe of each author, and that is the most valuable thing.

We united around an emblematic date for Varshets - 60 years since it was declared a city, and each of us presented our scientific temptation, because what is written is the trace and testament to the next generations.

We will be happy to provoke your interest and have followers in scientific research.

Sincerely,

Organizing Committee



© Фотограф: Мариела Димитрова / © Photographer: Mariela Dimitrova

РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ОБЩИНА ВЪРШЕЦ ЧРЕЗ КОНЦЕПЦИЯТА ЗА ЯВНО И ТАЦИТНО ЗНАНИЕ

Анатолий Стефанов Асенов, E-mail: a.asenov@ts.uni-vt.bg, ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, България

Мариела Петрова Димитрова, E-mail: mariela.dimitrova@ts.un-vt.bg, ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, България¹

DEVELOPMENT OF THE TOURIST POTENTIAL OF THE MUNICIPALITY OF VARSETS THROUGH THE CONCEPT OF OVERT AND TACIT KNOWLEDGE

Anatoliy Stefanov Asenov, PhD, E-mail: a.asenov@ts.uni-vt.bg, St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

Mariela Dimitrova, PhD, E-mail: mariela.dimitrova@ts.uni-vt.bg, St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

Abstract: *The present report aims to present the tourism potential of the destination Varshets, and the materials of the conference dedicated to the 60th anniversary of the declaration of Varshets as a city are united around the concept of providing ideas from formal and tacit knowledge to be put into practice for sustainable development of the tourist destination.*

Knowledge as accumulated information is a basic resource that, together with tourist resources and their adequate management, can successfully lead to the development of a tourist destination. In this report, we present one of our very famous Bulgarian health tourism resorts until 30 years ago - Varshets, which after 1989 underwent a turn in its tourist development. We tell the history of the resort and present the current situation. The natural conditions are the same, but there are changes in the sphere of state policy and the general economic condition of the population, which are a major factor for tourist consumption.

The local government makes serious efforts to build a business environment, but the demographic factor also has an impact. Regardless of the difficulties, the resort developed and today is a year-round destination for health and restorative tourism.

Key words: *tourism product, tourism resources, knowledge, mineral waters, human resource*

РЕЗЮМЕ: Настоящият доклад има за цел да представи туристическия потенциал на дестинация Вършец, а материалите от конференцията, посветена на 60 години от обявяването на Вършец за град, са обединени около концепцията за предоставяне на идеи от формално и тацитно знание, които да се приложат на практика за устойчиво развитие на туристическата дестинация.

¹ Участието на авторите е както следва: доц. д-р Анатолий Асенов – част 8
гл. ас. д-р Мариела Димитрова - въведението, част 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 и 9, заключение.

Знанието като натрупвана информация е основен ресурс, който заедно с туристическите ресурси и адекватното им управление, могат успешно да доведат до развитие на една туристическа дестинация. В този доклад представяме един от много известните ни до преди 30 години български курорт за здравен туризъм – Вършец, който след 1989 г. претърпява обрат в своето туристическо развитие. Разказваме историята на курорта и представяме настоящата ситуация. Природните дадености са едни и същи, но има промени в сферата на държавната политика и общото икономическо състояние на населението, които са основен фактор за туристическо потребление.

Местната власт полага сериозни усилия за изграждане на бизнес среда, но влияние оказва и демографският фактор. Независимо от трудностите, курортът се развива и днес е целогодишна дестинация за здравен и възстановителен туризъм.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: туристически продукт, туристически ресурси, знание, минерални води, човешки ресурс

ВЪВЕДЕНИЕ

Човешкият капитал и натрупването на знания в различни сфери и по цял свят са двата основополагащи стълба, на които без значение от епохата, се е изградила и се гради архитектурата на света, устроен на планетата Земя. Знанието е нетленно и дали е формално (удостоверено с документи, експлицитно) или тацитно (придобито от опита, в практиката, без да има документ, който да го удостовери), то остава в една обща информационна банка за всяко следващо поколение, чиято задача е да продължи да надгражда.

Българските земи разполагат с природно богатство, което възстановява и укрепва човешкото тяло и човешкият дух, и когато е налице функционалното здраве, тогава има пълни условия за развитие на знанието. Ресурсът на минералните води и природата на Стара планина са онова богатство, с което разполага гр. Вършец, за да развива туристическия си потенциал. Именно тук е мястото да отбележим, че знанието за управление и развитие на дестинацията е ключово, за да се използват пълноценно наличните природни ресурси и да се постигат положителни икономически ефекти за населението на община Вършец.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Уводни щрихи за Вършец

1.1. В началото беше палеоисторията

Историята на живота в землището на община Вършец започва преди 2,5 милиона години, по времето на палеозойската ера. Територията на общината е била местообитание на древни и отдавна изчезнали видове животни от преди 2,5 милиона години. В продължение на десетилетия, в землището на село Долно Озирово, община Вършец, се крие пещера с невероятни фосили, които са единствени по рода си в Европа. Пещерата крие тайна в недрата си, подземни богатства останали недостъпни за хората векове наред.

Много преди откритията за Homo Sapiens, преди да се познава животът в пещерите, подземната пещера в землището на село Долно Озирово е съхранила находки за наличие на живот. Тя е открита и проучена, и резултатът е видим днес в гр. Вършец, в изградена туристическа атракция, единствена по рода си в България - Палеопарк Вършец.

Всъщност Палеопаркът е една от туристическите атракции на града, която пренася туристът милиони години назад, за да се докосне до природата и живота на това място преди да се е появил вида *Homo sapiens*.

Професор Златозар Боев и проф. Николай Спасов в продължение на 30 години проучвали находището на село Долно Озирово. Установило се, че там има вкаменелости на 168 вида животни и птици. Причината за това богатство от животински видове е една – топлите минерални извори.

Благодарение на изпълнен проект, през 2022 г., екипът на Община Вършец съживява палеоисторията на града. През месец март на 2022 г. е открит Палеопарк Вършец, разположен на площ от 10 дка, по десния бряг на река Ботуня, в „Горски парк“ Вършец. Дългогодишните проучвания на останките от пещерата на с. Долно Озирово, проведено от учени на Българска академия на науките, днес има своя видим резултат чрез изработените макети на стенонов кон, варан, плиоценска хиена, плейстоценски гепард, древен елен лопатар, ранноплейстоценска „леопардова“ пума, благороден елен еукладоцерос и още други палеобитатели по вършечките земи. В Палеопарка може да се насладите на естественото находище на дива циклама от вида есенно ботурче. Атракцията „Палеопарк Вършец“ разполага с експозиционна сграда, в която посетителят може да се наслади на интересен филмов разказ за откритията и да види вкаменелости от древните епохи, когато господари на планетата Земя са били гигантски животни. Представена е колекция от растителни реликти.

1.2. Да посетим епохата на Античността

Първите данни за селище, възникнало на територията на днешен Вършец са от римската епоха. Топонимът Вършец произтича от Врещец – топла, вряла вода. Причините за появата на селището са минералните извори, които са привличали древните римляни не само във Вършец, но и по цялата днешна българска земя.

Изворов материал се черпи от Византийските хроники от VI век, където фигурира запис за крепостта Медека (лат. Medicus), впоследствие известна като Калето, а сред местното население и до наши дни наименованието на крепостта е Константиновата крепост. Това фортификационно съоръжение днес е в руини и не е социализирано за посещение на туристи, което пък от своя страна води до перспективите за развитие на културен туризъм. Данните от проведените до момента проучвания сочат, че са открити медицински и фармацевтични инструменти, плоча за разтриване на лекарства. Друг интересен факт е варовиковата „АРА“ с посветителен надпис. Именно за първи път от този надпис става известен топонимът Врещец. От стелата става ясно, че римски гражданин се излекувал, посещавайки минералните извори и използвайки лечебната сила на водата във Врещец.

Останки от антични римски терми са намерени на мястото, където е каптиран минералния извор във Вършец. Това се случва при изкопни работи през 1906 г., когато са започнали строителството на баните и каптирането на изворите. Находките - тръби и малки шестоъгълни плочки-настилка на минерален басейн и др. предмети, оловна тръба с надпис на латински „Император – Цезар Нерва Траян Август“, стара зидария и обгорели греди; монети. Археологическите находки дават основание да се смята, че във Вършец е имало Асклепион – традиционен храм на римския бог на здравето Асклепий.

Допълнително доказателство за това, че Вършец е бил населен през Античността и от траки, е откритата скулптурна композиция на момчето бог Телесфор – тракийско божество, син на бога Асклепий, свързано с прилагане на лечебни практики, които съчетават лечението с музика, танци, аромати, билки и минерални води.

3. Маркери за балнеолечението по българските земи

Древните гърци са обожествили българските минерални води, като са ги изсичали върху монети. Някога в древността и през античността край минералните извори били изградени плувни басейни и се прилагало балнеолечение. През *римската епоха* (I-VII в.) именно по нашите земи са били дислоцирани военните легиони на Римската империя, за да бъдат лекувани и възстановявани физическите им сили.

Римляните създават първата класификация на минералните води. В съвременната територия на днешна България има запазени останки от римски терми, балнеоложки съоръжения, асклепиони и нимфеуми. Традицията за изграждане на банни комплекси с възможност за преспиване, развлечения и хранене се разпространява по българските земи именно от римляните. В това далечно време се създават и първите балнеоложки лечебни практики. През *Средновековието* минералните извори се използвали предимно за хигиенни нужди до момента, когато през IX в. Климент Охридски създава Охридската школа, а с нея и първата болница при Климентовия манастир. Когато османците идват по българските земи, започват да строят турски бани върху останките от римските терми.

Интересен факт е, че през Османския период, Вършец е упоменат в изворите от 16 век под името *Виришнице*, но не бива свързан с минералните извори. Местните легенди твърдят, че населението на село Вършец е знаело за лековитата сила на минералния извор, но са го криели в тайна, за да се опазят от турците. Не случайно има известно прекъсване в историята на лечението с минерални води, като много активно името на Вършец се появява след Освобождението, благодарение на множество събития и близостта си до София.

Балнеологията в България започва активно да се развива след Освобождението. Маркираме няколко ключови дати в историята на съвременната българска балнеология:

1882 г. – извършен е първият химически анализ на минерална вода в България от пет минерални извора в Хисаря

1885 г. - съставен и отпечатан първият български Каталог на минералните води

1891 г. – приет е Закон за топлите и студените минерални извори в Княжество България, утвърден с указ от Фердинанд I.

1900 г. – описани са 154 минерални извора, в 66 „лечебни местности“

1902 г. - описани са 178 минерални извора, в 77 „лечебни станции“

1929 г. – основано е Балнеоложкото дружество, което започва да издава специализирано списание

1978 г. – описани са 190 минерални извора

1990 г. - описани са 216 минерални извора

В контекста на посоченото е развитието на гр. Вършец, като балнеолечебен център за Северозападна България.

4. Интересни факти за Вършец (Вршец, Виришнице)

■ *Минералната баня*

Минералните извори във Вършец са известни от около 1830 г., но едва през 1899 г. за първи път са построени малки постройки – бани от стар тип и бил изграден първият каптаж. Всъщност първите бани са построени близо до самия каптаж.

Славата на лековитата минерална вода на Вършец се разнесла и се стига до построяването на първата държавна минерална баня в България през 1910 г., като нейн

управител е д-р Дамян Иванов, известен още като първият балнеолог в България. Банята била построена, на мястото на старите бани. Изградени са два каптажа – за по-топлите извори през 1910 г., и втори каптаж за по-хладките извори – през 1915 г.

Архитектурата на сградата е внушителна и до днес, като при строежа ѝ бил взет за модел баните в Баден-Баден. При строежа на баните са взети като архитектурни решения аналогични съоръжения от западно-европейски курорти, което води до обстоятелството, че първата държавна баня в България изобщо не отстъпва по архитектура, пищност на орнаментите, специфики на архитектурните решения, на същите постройки в други европейски курорти. Отличителни белези са цокълът от червен камък, стилистиката на прозорците в стил късен сецесион; страничните колони на фронталната част наподобяват псевдокули. Отговорен за външната декорация на сградата, представляваща двуредов венец от маслиненни клонки, е проф. Харалампи Генчев – човекът, проектирал двореца „Врана“.

Баните бързо стават притегателно място за лечение и отмора, поради което са имали множество посетители. Налага се построяване на втора сграда, която е завършена през 1930 г. Проектът за сградата е на арх. Радев, който приложил античният стил и затова в четирите ъгъла на сградата са украсени със скулптури на малки къпеци се момченца, възседнали огромни охлюви – символи на бързото оздравяване. Живата сила на природата е изобразена чрез нимфите-полубогини. Образува се един комплекс от двете сгради, който се затваря с построяването на Банското казино – първото казино в България.

Първият директор на Банята е д-р Дамян Иванов, получил солидно образование в чужбина, запознат с тогавашните новости на медицината. Той оглавява банята в периода 1910 – 1914 г. и от 1920 до 1922 г. Лекарят съчетал лечебната сила на минералната вода с красивата природа на Вършец и така се стига до изграждането на Лесопарка, цялостно благоустрояване на населеното място, обявено за курорт; трасира се пътят от селището до банята и този до кв. Заножене, залесява се парка около банята, създава се цветарник, семената за който той донася от чужбина, започва корекция на местната река, монтира се електрическо осветление на булеварда пред банята и на главната улица, построяват се хотели и почивни домове.

■ *Вършец – един от първите електрифицирани курорти в България*

През 1935 г. във Вършец (тогава село Вършец) е монтирана електрическа централа, подарена от цар Борис III на Министерство на търговията. Общинската управа на село Вършец решава и отдава на предприемач прокарването на електрическа мрежа в курортната част на селото и вътре в самото село, което се случва през 1936 г.

■ *Банското казино (Царското казино)*

Банското казино е част от големия Бански комплекс, чието изграждане започва през 1920 г. Бурната историческа обстановка по онова време – военни действия и Септемврийското въстание от 1923 г., чиято арена е именно Северозападна България, забавят строежа на сградата. Съществуват данни, че още през 1922 г. Банското казино е работило, но неговото официално откриване е през 1924 г. В архитектурно отношение, сградата на казиното била умалено копие на казиното в гр. Баден (Австрия).

Преди построяването на казиното, на същото място имало друга сграда – ротонда, където хората се спирали да пият минерална вода и да слушат виртуозните изпълнения на софийските оркестри. Братът на цар Борис III – принц Кирил, често посещавал

казиното и поради тази причина то започнало да се нарича от хората Царското казино. След 1930 г. в казиното имало Виенска сладкарница, ресторант с жива музика.

Идеята за построяването на казиното била на д-р Дамян Иванов и негова съпруга Вилхелмина – по произход австрийка, потомствена аристократка. Виенският дух е пренесен във Вършец именно благодарение на управителя на баните и австрийската му съпруга. Вършец се превръща в притегателно място за отмора на богати хора от София, които с кабриолети и файтони прекосявали прохода Петрохан и се озовавали на място, носещо духа на Виена. Част от тях си построяват вили в близост до Банския комплекс, като и до днес могат да бъдат видени във Вършец на бул. Република, красивите сгради на двуетажни и триетажни къщи, с орнаменти и фризове, каквито например има в Русе, и както там, така и във Вършец, е отличимо влиянието на виенската архитектура от началото на 20-ти век.

▪ *Вършец има вторият по големина в България лесопарк*

Вършечани приемат за едно от най-големите си богатства на града Градският лесопарк. С площ от 800 дка той е вторият по големина парк след Борисовата градина в София. Създаден по инициатива на д-р Дамян Иванов и по проект на арх. Нешев през 1911 – 1912 г. Входът на парка е в близост до Минералните бани и по бреговете на р. Ботуня. Туристът преминава през Моста на въздишките и пред него се разкрива величествената гледка към парка, потънал в зеленина.

През 1934 г. е създадена Слънчевата градина, която днес е в центъра на Вършец. Тя е в близост до Банския комплекс и заслуга за нейното име е разположението на алеите, изградени във формата на лъчи, излизащи от центъра, които са били с покритие от специален камък, отразяващ слънчевата светлина. От градината се влиза в Лесопарка.

▪ *Секвоя гигантея*

В двора на вила „Галата“ (сега ресторант), в близост до сградата на Община Вършец, туристът може да види едно огромно дърво, което е от вида Секвоя Гигантея. То е с височина 23 метра и обиколка на ствола 3 метра. През 1971 г. е било обявено за природна забележителност.

▪ *Вършечка Популярна банка*

Създадена през 1924 г. с цел търговци и занаятчии да внасят ежедневните си оборотни постъпления, като се създава практиката да се внасят и дребни спестявания; въвежда се и Детска спестовна служба. Банката е член на Съюза на популярните банки.

▪ *Първият конкурс за красота в България*

Баден Баден в България! Възможно ли е?

Д-р Дамян Иванов имал идея и предприел стъпки по осъществяването ѝ – да превърне Вършец в модерен балнеокурорт, какъвто бил Баден Баден. Виенските порядки били пренесени във Вършец от неговата съпруга и неминуемо било провеждането на конкурс за красота. През 1938 г. именно в Банското казино е проведен първият конкурс за красота в България - *Мис Вършец*. Участнички били момичета, гости на града и конкурсът бил спечелен от една русенка.

5. Вършец, като туристическа дестинация

5.1. Първи стъпки

Внедряването на европейски балнеолечебни практики във Вършец се извършва по разпореждане на царете Фердинанд и Борис, като за целта се реализира и съответното строителство. Оздравителното действие на минералната вода в село Вършец е доказано с излекуването на Димитър Лучков през 1850 г. Селяните обаче решили да пазят тайната на минералния извор, за да не идват турци и реално информацията си предавали помежду си. Звездата на Вършец като курорт изгрява след Освобождението.

На държавно ниво вниманието към балнеологията е видно и от факта, че през 1941 г. се създава Отделение за минерални бани и за климатическите и морските лечебни места към Министерство на вътрешните работи и народното здраве, просъществувало в периода 1879 – 1944 г. Това министерство е учредено още с правителството на Тодор Бурмов и едно от първите министерства на новата българска държава – Княжество България. Сформиран е медицински отдел, в който влизат отделение за минерални бани и лечебни заведения.

През 1905 г., в кн. 1 на Летописи на лекарския съюз в България, Х. Генчев пише следното: „Вършецките минерални бани са около 200 м. далеч от с. Вършец. Природата е почти дива и пътица почти никъде няма, макар стотина болни и туристи из сенчестите ливади да търсят отмора... Банята се състои от две отделения – едното за басейн и пространство за събличане...Посетители има доста... За около 60 дни са прегледани и издадени билети на 2072 души.... Главният контингент ... го дава северна, а най-много източна България. ... Посетители идват за церене, половината по препоръка на лекарите, а някои от тези, които сами идваха, ако се бяха съветвали с лекар, нямаше да дохождат. Химически анализ е правен през 1891 г.“

С Постановление на Министерския съвет № 549 от 1950 г. гр. Вършец е обявен за курорт и са определени неговите граници, като с посоченият държавен административен акт, той е един от първите 10 курорта в страната. Курортът е Разположен на 380 м. надморска височина върху огромен гранитнодиоритен масив, на който се дължи течното богатство на градчето. На сградата на старата баня е отбелязана точка – надморската височина на която се намира града. Климатът е специфичен - високите планински вериги, които предпазват от студените ветрове и колебание на температурите и правят въздуха приятен и свеж.

По състава си минералната вода на Вършец има свои аналози в Аржентина, Еквадор и Индия. Високите нива на полезен ефект се обуславят от състава, благоприятната естествена температура, алкална реакция и слаба минерализация. Именно тези нейни ценни характеристики я нареждат като единствената българска минерална вода в топ 20 на света.

Със Закон за обявяване на села и селища за градове и селища от градски тип, обнародван в Държавен вестник, бр. 73 от 15.09.1964 г., Вършец е обявен за град.

През 2012 г., с Решение № 153 от 24.02.2012 г. на Министерски съвет, гр. Вършец е определен за балнеолечебен курорт от национално значение.

В наши дни минералните води на Вършец са обект на специализирани договори за концесия, като процедурите се провеждат от държавата. Находище „Вършец“ представлява обект изключителна държавна собственост, разкрит чрез водовземно съоръжение сондаж № 4.

5.2. Минералната вода

Една легенда разказва, че през 1850 г., Димитър Лучков (на възраст 50 г.) паднал от високо дърво и останал неподвижен. Месеци наред, негови близки, всяка нощ го носели до топлия извор, който бликал близо до село Вършец. Мъжът проходил и така

започнала да се предава от човек на човек мълвата за лековитата вода до село Вършец. Първите указания за лечение са били: „Да се направят 20 жежки /топли/ бани, да се яде добре, да се диша чист въздух и да не се работи тежка работа.“

Тогава имало 6 минерални извори, които извирали от гранито-диоритни масиви и температурата на водата е от 32,6.С до 36,8.С. Друг излекувал се след 20 бани от остър ревматизъм бил Христо Савов от Враца, баща на Ботевия четник Стефанаки Савов. В знак на благодарност, мъжът поставил икона на извора през 1860 г.

След откриването на минералната баня през 1910 г. започва да приижда поток от почиващи, които тогава оставали по 2 месеца във Вършец – летния сезон. Изворите сочат, че постепенно се създавали различни развлечения за почиващите като например посещение на представленията на театър „Одеон“ и павилиона на мистър Сенко. Пред банята имало места за продажба на билети, красиви и кокетни къщички, които и днес са на същото място, както и преди сто и повече години. В банята имало два огромни басейна с минерална вода и 16 вани. Сутрин от тях можели да се възползват жените, а следобед – мъжете.

Според специалистите, Вършечката минерална вода, се нарежда в топ 20 на минералните води в света. Тя има външно и вътрешно приложение. Част от нейните характеристики са: бистра, безцветна, алкална, слабо минерализирана, с ниска водна твърдост и с приятни питейно-вкусови качества. Прилага се за лечение на сърдечно-съдови заболявания, болести на централната нервна система, двигателно-опорния апарат и др.; повлияват се положително в начален стадий заболявания, като: ендокринно-обменните, бъбречно - урологичните, кожните, очните и ревматичните.

В момента, в града има две чешми с минерална вода – едната е на главната улица и е построена през 2002 г., а другата е старата чешма, в близост до извора и Банския комплекс (разположена успоредно на Поликлиниката във Вършец).

6. Курортно дело в периода на социализма

От 50-те години на 20-ти век до 1989 г. курортът Вършец е бил посещаван годишно от 200-300 хиляди души. Основният поток от почиващи е бил през лятото, като хората са отсядали в бази на предприятията, към които са работили и в частни квартири. Съвременници помнят, че почиващите са идвали с карти и свободно – тогава са търсели частни квартири за настаняване. По данни на местното население, функционирали са 7 стола за изхранване на почиващите, като в отделните бази също е имало ресторанти.

Вършец е бил специализиран курорт за лечение и профилактика на заболявания на:

- централната нервна система: неврози, неврастении, слединсултни състояния, мозъчно-съдова болест, детска церебрална парализа, отоневрологични заболявания;
- сърдечно-съдови заболявания: хипертонична болест I-ви и II-ри стадий, исхемична болест на сърцето, слединфарктни състояния – стабилизирани и неусложнени форми, на заболявания на периферната нервна система: радикулити, плексити, неврити, полиневрити и др.;
- опорно-двигателния апарат: състояния след фрактури, луксации, дисторзии, контузии, разкъсване на ставни връзки, вродени луксации.

Добре се повлиявали с лечение *професионални заболявания като полиневропатии, вибрационна болест, интоксикации; заболявания на обмяната на веществата: диабет, затлъстяване; заболявания на кожата: трофични язви, невродермит, хронични екзема.*

Прилагало се лечение и профилактика с минерална вода на състояния на физическа и умствена преумора и пренапрежение, за общо профилактично укрепване и закаляване, възстановяване след оперативни интервенции, климакс.

За осигуряване престоя на почиващите, във Вършец са функционирали различни бази за настаняване, които са поддържани целогодишно, независимо, че сезонът е бил в рамките на летния период. Реално, по този начин е била осигурявана заетост и на местното население.

След промените през 1989 г. и отпадането на цялостното държавно финансиране, както и промяната в цялостната политика към курортното дело, Вършец започва да се прощава със славата си на посещаем курорт. На мястото на старите бази се изграждат хотели, или сградите остават безстопанствени, съответно днес са в руини. Настъпва нов период в историята на курорта Вършец.

7. Икономически маркери за туризма в община Вършец

В този раздел представяме настоящото състояние на туристическия продукт в община Вършец, като данните са ни предоставени от община Вършец, Туристически център.

Туристическите услуги в община Вършец, касаещи услугите настаняване и изхранване плюс лечение, балнео и спа процедури се предоставят целогодишно. В съпоставка с периода до 1989 г., когато туристически продукт е потребяван през летните месеци, понастоящем курортът Вършец е целогодишна дестинация.

Цялостно в община Вършец функционират 52 места за настаняване, по смисъла на Закона за туризма и 1 болница за рехабилитация, която основно се посещава по програми на Националната здравно-осигурителна каса. Големият дял на места за настаняване е в гр. Вършец, видно от таблица 1. Местата за настаняване извън Вършец са в непосредствена близост до града – с. Спанчевци и с. Долно Озирово, от което следва че реално дестинацията за туризъм и лечение е гр. Вършец.

Табл. 1 Места за настаняване в община Вършец към 03.09.2024 г.

Общ брой МН	Локация в гр. Вършец	Локация в община Вършец
52	46	6

Източник: авторите

Информация: Туристически център Вършец към Община Вършец

В табл. 2 дефинираме МН по видове и се установява, че преобладават къщите за гости (28), следвани от апартаменти и стаи за гости (11), хотели (10) и бунгала (3). Къщите за гости са една традиция, останала от периода преди 1989 г., когато не е достигала легловата база на базите за настаняване, а интересът към Вършец е бил сериозен. Местното население е предоставяло стаи под наем на почиващите, което се вижда днес от архитектурата на къщите във Вършец – обикновено на 2 етаж с пристройки. След промените в държавното устройство и управление, местното население губи работните си места в базите, където предприятията са изпращали почиващи, и продължава да отдава под наем стаи за гости. С построяването на хотели се създават нови работни места, но се променят значително изискванията към работниците и служителите, като част от местното население не успява да се адаптира към новите условия и хотелиерите търсят работници от други населени места.

Изобилието на къщи за гости се обуславя от наличието на европейско финансиране по програма за развитие на селските региони, която активизира местното население. С оглед задължения по договорите, сключвани при одобряване на бенефициентите, за устойчивост на проекта 5 години след приключването му, е налице задължение за регистрация на обекта като къща за гости. Друг е въпроса дали тези обекти реално посрещат туристи и дали има интерес към отсядане в къщи за гости при посещение на Вършец.

Табл. 2 Диверсифициране на МН по видове, съобразно Закона за туризма към 03.09.2024 г.

Видове МН	Локация в гр. Вършец (брой)	Локация в община Вършец (брой)	Брой
Хотели	8	2	10
Бунгала	1	2	3
Къщи за гости	26	2	28
Апартаменти и стаи за гости	11	0	11

Източник: авторите

Информация: Туристически център Вършец към Община Вършец

Представяме в таблици 3 и 4 видовете хотели и тяхната категоризация. От общо 10 хотела на територията на община Вършец, от данните е видно, че преобладават МН с общо наименование хотел, без да бъдат конкретизирани като спа хотел или балнео хотел. Функционират 3 спа хотела, които се намират в гр. Вършец и 1 балнеохотел. Семейните хотели са само 2, като единият се намира в село Спанчевци. В момента е започнало строителство на нов хотел, който е проектиран за категорията 5 звезди. Доколко е заета легловата база на съществуващите хотели и какъв е интересът на туристите, е въпрос извън настоящото изследване и често попада в категорията на фирмена тайна.

Табл. 3 Видове хотели в община Вършец, съобразно Закона за туризма към 03.09.2024 г.

Видове хотели	Локация в гр. Вършец (брой)	Локация в община Вършец (брой)	Брой
Спахотели	3	0	3
Балнеохотели	1	0	1
Семейни хотели	1	1	2
Хотели	3	1	4

Източник: авторите

Информация: Туристически център Вършец към Община Вършец

По отношение на категоризацията, преобладават места за настаняване с 2 звезди и това е видно от таблици 4 и 5. Висококатегорийните МН са само 2, намират се в гр. Вършец и са спахотели. Единственият балнеохотел е в категорията на 3 звезди. Водейки се от правилото, че търсенето определя предлагането, стигаме до извода за покупателната способност на туристите, които посещават община Вършец, в частност гр. Вършец. При положение, че преобладават МН в категорията на 2 звезди, може да се направи извода че голямата част от туристите на общината са с ниска покупателна способност, а оттам идва

и следващият въпрос – какви допълнителни туристически услуги търсят. Респективно, Вършец е място за здравен туризъм и следва да отбележим, че Болницата за рехабилитация „Св. Мина“ е с постоянна заетост, но тук идват лица с конкретни здравословни проблеми и не са средно-статистическият турист по интереси и свободно време, тъй като тези лица идват за лечебни процедури, изпълнявани по график.

Табл. 4 Категоризация на хотелите в община Вършец, съобразно Закона за туризма към 03.09.2024 г.

Категория	Локация в гр. Вършец (брой)	Локация в община Вършец (брой)	Брой
4 звезди	2	0	2
3 звезди	2	1	3
2 звезди	3	1	4
1 звезда	1	0	1

Източник: авторите

Информация: Туристически център Вършец към Община Вършец

Табл. 5 Категоризация на къщите за гости в община Вършец, съобразно Закона за туризма към 03.09.2024 г.

Категория	Локация в гр. Вършец (брой)	Локация в община Вършец (брой)	Брой
3 звезди	6	0	6
2 звезди	14	1	15
1 звезда	6	1	7

Източник: авторите

Информация: Туристически център Вършец към Община Вършец

8. Трансфер на знание в туристическата практика

Знанието е онази информационна рамка, която обуславя процесите по генериране на идеи в частния и публичния сектор. Знание, равносметка и извод за миналото, трансферирано в настоящето – или принципа добре забравеното старо е ново, се явява необходимост при развиване на съвременната туристическа практика.

Тесният диалог между академичните среди и организациите може да доведе именно до трансфер на знание, което да подпомага частната и публичната предприемаческа инициатива. В академична среда се изгражда модел, концепция и науката, апликирана към практиката следва да доведе до работещи стратегии, включително за туристическите дестинации.

Науката може да допринесе за прилагане на модерни методи и подходи за придобиване, съхраняване, разпространение и усвояване на знания, което ще доведе до запазване и повишаване на конкурентноспособността на частния сектор и публичната сфера, по отношение развитие на туризма. В този контекст очертаваме няколко насоки:

- Да се използва културното многообразие на територията на община Вършец при създаване на нови туристически продукти;
- Доколкото зависи от общината да продължи да създава комфортна среда за бизнеса на територията на община Вършец;
- Да се постигне интегритет между община, местен бизнес и местни общности

за провеждане на съвместни инициативи и изграждане на по-глобална визия за туристически продукт на територията на община Вършец;

- Сътрудничество между местния бизнес и образователните институции за целево обучение на кадри за туризма, които да бъдат мотивирани да останат във Вършец;
- Диалог между съседни общини за създаване на регионален туристически продукт и банка с кадри за бизнеса;
- Активно привличане и включване на населението в пенсионна възраст в различни активности, така че да се подпомогне туристическия продукт, предвид общата демографска картина;
- Да се използват знанията, придобити от възрастното население в практиката, без оглед дали е формално или тацитно знание, с цел трансфер на добри практики при младите хора;
- Да се засилят общностните връзки и да се провокира активност на местното население в реална среда, а не само във виртуалните групи за гр. Вършец;
- Като се отчетат особеностите на местната народопсихология, да се направи опит за привличане на активни хора от различни възрасти, които да предложат своята визия за туристически продукт на база знания и предходен опит, като бъдат мотивирани чрез социални програми/бонуси, включително лично да участват в процеса на създаване на продукта.
- Да се привлекат на стажове и практики местни млади хора, които в момента се обучават във висши училища и да бъде създадена устойчива комуникация между тях и публичния сектор, защото хората са основният капитал за развитие на всяко общество.

9. Възможни перспективи за развитие на туристическата дестинация

Потребяването на туристически продукт е пряко обусловено от общото икономическо състояние на хората. Община Вършец е дестинация, която предоставя възможности за различни видове туризъм като лечебен, балнео и спа туризъм, планински, културно-исторически, поклоннически, фестивален и други.

Със сигурност архитрав на туристическата дейност в общината са минералните води. В община Вършец и съседната на нея – община Берковица, има представители и солидни общности на една интересна група – каракачаните, чийто културни особености могат да бъдат обект за нов фестивал например.

Считаме, че община Вършец и местните хотелиери трябва да се насочат към креативния туризъм, за да привличат по-млади хора, семейства с деца от различни възрастови групи, което определено би оживило улиците на града и ще създаде още по-енергична атмосфера.

Вършец е място за изкуство и култура, чийто семена някога е посял д-р Дамян Иванов, но сега не функционира нито градския музей, нито градската галерия. Все още в града живее известният български художник Георги Паунов – Паунеца и определено да се възпитава ценност към изкуството у младите хора е важно за устойчивостта на всеки народ. Считаме, че от свръхпопулярна дестинация до 1989 г. и прекалената масовост, Вършец е загубил бутиковото си очарование, което днес има потенциал да развие. Общината и в частност града, разполагат с красива природа, красиви кътчета за фото туризъм, пътеки за любителите планинари и начинаещите такива, локации за пленери, за филмови декори и т.н. Обръщането към креативен и арттуризъм би било едно ново и

вълнуващо начинание, което да създаде различно лице на Вършец, а само времето ще покаже икономическите ефекти.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В краткия обем на този доклад, авторите се постарахме да насочим вниманието на читателя към историята, ресурсите, проблемите и възможните перспективи на една емблематична за България туристическа дестинация за здравен туризъм - Вършец. От палеоисторията до наши дни показахме как природните дадености, съчетани с човешкия фактор – знание, визия, опит, попадайки в своята симбиоза водят до създаване и развитие на една туристическа дестинация. Преплетохме местната народопсихология и с резултатите в туризма, проследихме традиции, които днес имат перспектива да се възродят и създадат новата визитна картичка на Вършец.

Някога стремежът е бил Вършец да се развие като курорта Баден Баден, но сякаш с отминаване на епохата, идва нова вълна от възгледи и тази концепция бива изоставена. Настъпва периода на масовостта, на еднотипността и се създава нова традиция, която днес е останала само в спомените на възрастното местно население. Авторите смятаме, че всеки период си има положителните и отрицателни въздействия, ключовото е днес да се мисли за утре и да се пренесе най-доброто от миналото.

Поколенията се променят и всеки прогресивно мислещ човек ще търси перспективата, но ще си направи пълна рекапитулация на постигнатото до момента. Курортът Вършец поддържа изграденото и създава новости.

Някога д-р Дамян Иванов се е завърнал в село Вършец и е успял да внедри изцяло нови порадки и да изгради изцяло нов облик на това населено място в Северозападна България, за да го превърне в търсена дестинация. Смятаме че е един достолепен пример за създаване на нова култура. Потребителите отсяват какво искат да остане, кое да се промени, но всъщност кой и как възпитава културата на туризма? Този въпрос ще оставим отворен, защото всеки трябва да намери отговора си.

БИБЛИОГРАФИЯ И ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Асенов, А., И. Емилова и др., Трансферът на знания – връзка с човешкия фактор и начин на осъществяване., В: сп. Диалог, ISSN: 1311-9206, кн. 5/2009, с. 63-78;
2. 100 причини да се гордея, че съм от Вършец, Стара Загора, 2013;
3. Автобиография и спомени на д-р Дамян Иванов;
4. Димитрова, М., Ш. Кирова. Вършец на картата на балнеоложкия туризъм в България - кратък исторически летопис, Общински вестник Вършец, бр. 1/2024 г.;
5. Димитрова, М., М. Димчева и др., Традициите на балнеоложкия туризъм, Общински вестник Вършец, бр. 2/2024 г.;
6. Димитрова, М. Палеопарк Вършец - неразказаната история за една мечта, Общински вестник Вършец, бр. 3/2024 г.;
7. Димитрова, М. Минералната вода – традиция през вековете, Общински вестник Вършец, бр. 6/2024 г.;
8. <https://www.varshets.bg/начало/вършец> (посетена на 06.09.2024 г.)

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПА ТУРИЗЪМ В РЕПУБЛИКА СЕВЕРНА МАКЕДОНИЯ

Слави Димитров, e-mail: s.dimitrov@ts.uni-vt.bg

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, България

OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF SPA TOURISM IN THE REPUBLIC OF NORTH MACEDONIA

Slavi Dimitrov, e-mail: s.dimitrov@ts.uni-vt.bg

„St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

Abstract: Tourism is one of the phenomena of our time. In addition to traditional types of tourism, alternative types are becoming more and more popular, including spa tourism. The Republic of North Macedonia has relatively well-developed tourism, and spa tourism is one of the leading in the country. The possibilities for its development and the main spa centers in the country were examined.

Keywords: SPA tourism, Republic of Macedonia, Bath

РЕЗЮМЕ: Туризмът е един от феномените на нашето време. Освен традиционните видове туризъм, все по-популярни стават и алтернативните видове туризъм, включително СПА туризма. Република Северна Македония има сравнително добре развит туризъм, като спа туризмът е един от водещите в страната. Разглеждат се възможностите за неговото развитие и основните СПА центрове в страната.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: СПА туризъм, Република Северна Македония, Баня

ВЪВЕДЕНИЕ

Съвременният туризъм е сложен социално-икономически и културен феномен на нашето време. Освен традиционните видове туризъм, съвременните (алтернативни, специализирани) видове туризъм придобиват все по-голямо значение (Patarchanov, 2012). Сред тях е и здравният туризъм, който обединява всички варианти на туризъм с профилактичен, възстановителен лечебен ефект (Владева, 2018). Спа и уелнес е разглеждан като туризъм, свързан с релаксиращи и комфортни процедури за тялото и душата, базирани на различни природни ресурси и продукти (минерална вода, етерични масла, лечебна кал, вино, шоколад и др.).

Историята на СПА се появява още в Древен Рим. Познатите и до днес Римски бани възникват на територията на цялата империя, а по-късно еволюират в комплекси за отмора и развлечения, подобни на съвременните СПА комплекси. Друга хипотеза споменава град СПА в Белгия, прочут с горещите си минерални извори, за които се вярвало, че имат лечебни свойства. Съкращението SPA – Sanus per Aqua в превод означава Здраве чрез вода. Силата на минералната вода е отдавна позната с лечебното си въздействие върху тялото и духа на човека. В това се състои и СПА философията –

отпускане, релаксиране на тялото и пречистване и успокоение на ума. СПА философията включва четирите основни елемента – вода, огън, въздух и земя.

СПА туризмът е развит в много страни от Европа и света. Всяка година европейските здравни курорти и минерални извори генерират оборот от около 20 милиарда евро и наемат повече от 500 000 души. Силно развит СПА туризм имат Унгария, Чехия, Белгия, Франция, Словения, Хърватия, България и др. Те отбелязват постоянен ръст на СПА туристите и всяка година модернизират спа центровете и увеличават СПА съоръженията.

СПА туризмът е една от най-старите организирани форми на туризъм, както свидетелстват множеството археологически останки от античния период. Това означава, че хората отдавна са осъзнали лечебните свойства на термоминералните извори и са изградили бани по тези места, подобни на областите на Македония, като: Катлановска баня, Банска баня, Дебърски бани, Косовърсти бани, Бани край Кочани и др. (Марковска & Саздова, 2024).

В РС Македония се бутилират минералните води „Пелистерка“ (популярна марка и в България), „Кожувчанка“, „Кожувски бисер“, „Скопянка“, „Кумановчанка“, „Пела Роса“, „Аква Вита“, „Битолчанка“, „Крушевчанка“, „Големо Илино“ и др. (Дойков & Димитров, 2008).

Най-голямо значение на баните са отдавали римляните и турците, от чието време датират най-много бани в Европа, като Катлановската баня край Скопие. Днес това са туристически места с голямо значение и реализират значителен туристически оборот, но баните, които съществуват днес, са построени между 1960 и 1980 г. (Марковска & Саздова, 2024).

Сегашното състояние на някои минерални извори не е обнадеждаващо, като се има предвид, че те работят с полуразрушени съоръжения и басейни, скапани от времето. Те все още се считат за естествени лечебни центрове, обикновено използвани за лечение на няколко заболявания, както и за терапевтично лечение в следоперативна фаза. Работейки като публични институции (под шапката на държавата), доскоро спа съоръженията се смятаха за допълнение към болниците. При преобразуването им обаче част от тези минерални извори бяха приватизирани, което спомогна за развитието на спортни и развлекателни дейности – отвори прозорец на неизползвани възможности за това съкровище, дадено от природата.

В РС Македония са открити 64 извора с различна температура на водата, варираща между 20-72 градуса по Целзий (Taskov & Metodijeski & Mitreva, 2015). В страната има осем минерални извора. В непосредствена близост или като част от комплекса лесно могат да бъдат открити хотели, мотели и други места за настаняване с придружаващи ги физически и рехабилитационни центрове. Здравната каса има сключени договори за продължително лечение с редица от тези минерални извори. Освен тези услуги по Здравната каса, заинтересованите туристи могат да ползват и частни услуги за настаняване.

Освен тези услуги по Здравната каса, заинтересованите туристи могат да ползват и частни услуги за настаняване. Потокът на чуждестранни туристи по отношение на посещенията и реализирания престой за нощувка в спа, е нисък. Причината за това е големият приток на домашни туристи, които реализират рехабилитационните услуги чрез Фонда за здравно осигуряване.

Концепциите за уелнес и СПА центъра са съвсем нови, за разлика от баните, които се считат за традиционни. Това, което прави баните, са лечебните води, които помагат за лечение на различни условия, съчетани със свежия, чист въздух - отличен за разходки и

оставане в природата. Баните поставят акцент върху традиционните лекарствени услуги. В допълнение към рехабилитацията, СПА се стремят към по-здравословен начин на живот с подобро качество на живот, което води до предотвратяване на медицински проблеми. Това са причините, поради които повечето от ofertите за СПА са типични за съвременните уелнес и СПА центрове (Zakoski, 2021).

Обект на изследване са възможностите за развитие на СПА туризъм в РС Македония, а *предмет* на изследване са СПА центрите на страната. *Целта* на настоящото изследване е да се разгледат всички възможности и перспективи за развитие на СПА туризъм, въз основа на съществуващите термални извори в страната. Използваните *методи* са теоретичния анализ и синтез, историографски метод, конвергентен анализ и графически методи. По темата работят редица изследователи, като: Ташков (2004), Ташков и Методиевски (2014), Ташков, Методиевски и Митрева (2015), Закоски (2021), Марковска и Саздова (2024) и др. Дестинацията е сравнително слабо застъпена в българските туристически изследвания.

ИЗЛОЖЕНИЕ

През 2023 г. РС Македония е посетена от 1 168 730 туристи (от тях чужденците са 734 139 (62,9%), а реализираните нощувки са 3 135 767. Това е ръст от 21,0% спрямо предходната година, а приходите възлизат на 472 млн. дол. Процентът на спа туристите в страната спрямо общия туристически оборот за периода 2014-2023 г. непрекъснато намалява (3,9% през 2014 г.; 2,6% през 2023 г.). Същото важи и за нощувките. Процентът на реализираните нощувки спрямо общо реализираните нощувки намалява от 10,0% през 2014 г. до 6,2% през 2023 г.

Спадът не се дължи на по-малкия брой туристи и реализирани спа нощувки, а на по-скоро резултат от по-големия процент реализирани пристигания и нощувки в други туристически обекти (като планини, езера, столица на областта – град Скопие и др.). Сравнително ниско е участието на туристите в реализираните спа нощувки в Република Северна Македония.

От посочените данни става ясно че спа туризма в РС Македония е много слабо развит. През разглеждания период броят на стаите и леглата е стабилен до 2017 г., а след това рязко намалява и през 2023 г. достига своя минимум от 244 стаи и 517 легла (за сравнение легловата база на България включва 9 468 легла) (табл. 1).

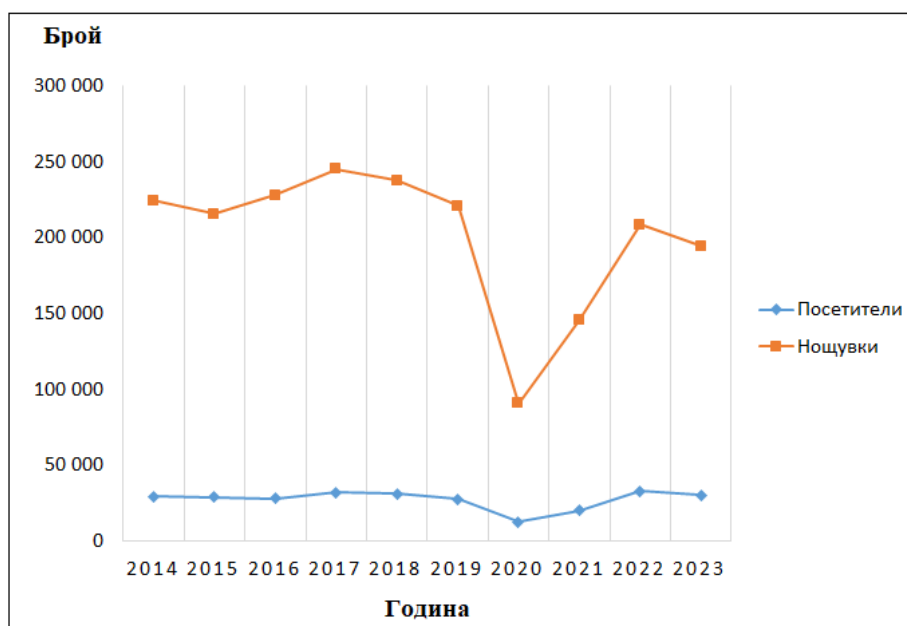
Таблица 1 Брой на стаите и леглата в спа центрите на РС Македония

Година	Стаи	Легла
2014	530	1 289
2015	531	1 296
2016	531	1 296
2017	529	1 267
2018	242	518
2019	242	518
2020	242	518
2021	244	518
2022	244	518
2023	244	517

Източник: Државен завод за статистика на Република Северна Македония

При посетителите (домашни, чужди и дневни) и общия брой нощувки няма такива големи различия. За период от 10 години средният брой е 27 415 посетители годишно. Най-много посетители има през 2022 г., общо 32 792, а най-малко през 2020 г. 12 876, което е спад с 53,43% в сравнение с 2019 г. когато е имало 27 647 посетители. През 2023 г. посетителите са 30 319, от тях македонците са 24 203 (79,8%), а чужденците едва 6 116 (20,2%).

Средният брой нощувки е 200 988 годишно. Най-голям брой нощувки се отбелязват през 2017 г. (общо 245 374 нощувки), а най-малък брой през 2020 г. (общо 90 805), което е намаление от 45,6% в сравнение с 2019 г. и 77,8% намаление в сравнение с 2017 г. (фиг. 1).



Фигура 1. Брой на посетителите и нощувките в спа центровете на РС Македония

Източник: Државен завод за статистика на Република Северна Македонија

Причината за по-ниския брой на посетителите и нощувките през 2020 г. се дължи на Ковид-19 пандемията (Марковска & Саздова, 2024). През 2022 и 2023 г. броят на нощувките е значително по-висок.

През 2023 г. нощувките са 194 325, от тях за македонците са 165 826 (85,3%), а за чужденците едва 28 499 (14,7%) (Државен завод за статистика на Република Северна Македонија, 2024). Потокът на чуждестранни туристи по отношение на посещенията и реализирания престой за нощувка в спа, е нисък. Причината за това е големият приток на домашни туристи, които реализират рехабилитационните услуги чрез Фонда за здравно осигуряване.

РС Македония разполага с няколко популярни СПА дестинации (фиг. 2). Под СПА дестинации се разбират такива, в които има минерална вода и тя се използва за балнеолечебни цели. Освен това, всяка дестинация специализира в лечението на различни заболявания, според типа на водата, която тече в региона.



Фигура 2. Баните в РС Македoния

Източник: Ташков, Н., Методијески, Д., 2014. „Термален туризам“, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, р. 24.

Банско (Баня Банско)

По пътя към граничния пункт Ново Село на границата с България, на 12 км от град Струмица се намира Баня Банско (табл. 2). Разположена е в подножието на Беласица с надморска височина от 270 м. Влиянието на средиземноморския климат се чувства осезателно. Наблизо е Дойранското езеро, което позволява съчетаването на различни видове туризъм. Освен близостта до България можем да посочим близките градове, като Велес, Щип, Радовиш, Гевгели и Дойран и международната магистрала по долината на р. Вардар (Мариноски, 2001).

Таблица 2. Преглед на банските центрове в РС Македoния

№	Име	Местоположение	Регион	Дебит на изворите, л/сек	Температура на водата, °C
1	Банско	с. Банско	Югоизточен	40	72
2	Дебърски Бани	с. Банище с. Косоврасти	Югозападен Югозападен	51 68.8	38.8 48
3	Кочанска	с. Баня	Източен	65	64
4	Катлановска	с. Катланово	Скопски	1.5-2	41
5	Кежовица	с. Ново Село	Източен	36	64
6	Кумановска	с. Проево	Североизточен	2.5	30.4
7	Негорска	с. Негорци	Югоиточен	1.1	40

Източник: Ташков, Н., Методијески, Д., 2014. „Термален туризам“, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, р. 19.

Това е един от най-големите балнеоложки центрове в РС Македoния. Около него са разположени 13 естествени извора, с различен капацитет и най-висока температура на водата в РС Македoния. Те са богати на сулфити, хлориди, хидро-карбонати, калций, магнезий, натрий и др. Функционира рехабилитационен център с добре подбран медицински персонал, а част от този спа център е хотел „Цар Самуил“. Просторните гори

и чистият въздух около сградата в съчетание с минералните води предлагат релаксираща атмосфера и условия за лечение на всички видове ревматизъм, ишиас и полиартрит; заболявания на храносмилателните органи (язва, гастрит и др.); проблеми с костите; хепатит; нервни заболявания; гинекологични заболявания (стерилност, възпаление на яйчниците) и др. (Ташков, 2004).

Негорци (Негорска Баня)

Негорци се намира на 4 км северозападно от гр. Гевгелия и на 2 км от с. Негорци - заселен в подножието на планината Кожух, едва на 60 м над морското равнище. Банята е разположена в непосредствена близост до магистралата Скопие-Солун. И тук можем да посочим близостта с Дойранското езеро и комбинацията от различни видове туризъм. До планината Кожух се намира и минералният извор Сврадлива Вода.

Трите естествени извора в Негорци: Топла баня, Студена баня и Нов каптаж имат температура между 38-40°C. Водата разполага с лечебни свойства и лекува различни заболявания, като: ревматоидни състояния към костите и мускулите; стерилност; стомашно-чревни заболявания; сърдечно-съдови заболявания; възпаления на периферната нервна система; различните видове дерматологични състояния и др. Пиенето на вода със сярна киселина лекува възпалението на бъбреците, гастрит и появата на стомашна язва. СПА центърът разполага с модерно оборудване за електротерапия; Китайска и парафинова терапия, както и подводен масаж (Sherifi & Koteski & Përparim, 2022).

На около 500 м южно от минералните извори е разположено минерално блато с лечебна кал. То е единственото в страната и успешно се използва в лечебния комплекс и единственият СПА център в страната с термална кал. Самият Спа комплекс включва три хотела, спортни игрища и фитнес зала, които са напълно реновирани през 2007 г. и предлагат приятен престой на посетителите. С най-високо качество е хотел „Ясен“ с капацитет 126 легла, следван от хотел „Илинден“ с 88 легла, а хотел „Божур“ предлага настаняване за 68 места.

Дебърски Бани

Баня Косовръсти и Банище, по-известни като Дебърска баня, са разположени в непосредствена близост до град Дебър, в подножието на планината Кричим, с надморска височина 870 м. Температурата на минералната вода варира между 38 и 48°C и е подходяща за лечение на ревматични заболявания, високо кръвно налягане, кожни заболявания и диабет. Лечебният ефект на термо-минералната вода е резултат от нейния химичен състав, който съдържа сулфат, редица редки елементи, хипертермия, разтворени газове и висока радиоактивност. СПА центърът включва Центъра за физическа медицина и рехабилитация (Zakoski, 2021).

Баня Косовръсти е една от най-атраktivните минерални бани в РС Македония. Това се дължи на свойствата на водата, околността, в която се намира и транспортната свързаност на балнеоложката зона. Баня Косовръсти се намира на изхода на р. Радика, в непосредствена близост до регионалния път Скопие - Дебър - Охрид. Нейното местоположение в туристическия регион Охрид осигурява комбинация от различни видове туристически дейности. Температурата на водата е 48°C, а водното количество от 68,8 л/сек. е най-голямото количество в РС Македония. В тази баня се лекуват ревматични заболявания, гинекологични заболявания и различни кожни заболявания (Sherifi & Koteski & Përparim, 2022).

На 22 юни 2018 г. официално бе пуснат в експлоатация първият аквапарк с термални минерални води в Македония и Югозападните Балкани, наречен Аква Спарк.

Катлановска Баня

Катлановска Баня е разположена на 23 км от град Скопие, в югоизточния дял на Скопската котловина, в подножието на Черни Врх (758 м). Банята е разположена между три големи градски центъра в РС Македония, Скопие, Куманово и Велес (Мариноски, 2001). Това превръща Катланово в типичното „място за разходки през уикендите, празници, наблюдения и пикници“. Това лечебно място е приятно за престой, заради умерения континентален климат и свежия планински бриз от околните хълмове.

Катланово е Спа център за продължително лечение и рехабилитация. Има 5 термо-минерални извора, които се различават помежду си и принадлежат към групата на алкални бикарбонатни води, силно минерализирани, подходящи за лечение но не и за пиене. Успешно се лекуват заболявания на храносмилателната система, сърдечно-съдови заболявания, нервни заболявания, кожни заболявания, ревматизъм и стерилност (Ташков & Методијески, 2014).

Кочанска Баня

Разположен само на 6 км западно от град Кочани, на 340 м надморска височина, в подножието на Осоговска планина и на 66 км от граничния пункт Делчево-Логодаж. Водите са слабо минерализирани, преобладават хидро-карбонатите, слабо алкална и с ниска степен на радиоактивност. Тези минерални води имат отлични свойства за лечение на храносмилателни, кожни и ревматични заболявания, заболявания на жлъчния мехур, заболявания на пикочните канали, гинекологични заболявания, възпаление на нервите, състояния след наранявания на костната система и други заболявания.

Тази Баня се е използвала още от римляните и турците, има дълги традиции и е посещавана от редица знаменитости (Мариноски, 2001).

Баня Кежовица (Щипска Баня)

Кежовица или Щипска баня е балнеолечебен център, разположен на десния бряг на р. Брегалница, на около 2 км югозападно от центъра на Щип, на изхода от Ново село, с надморска височина от 263 м. В края на миналия век Кежовица е имало стар каптаж, чиято термоминерална вода е била използвана изключително за медицински цели. Днес на това място има нов спа център със санитарни вани и басейни, както и рехабилитационен център. Между другото, Кежовица като спа е известна още от турско време, когато се е използвала за здравни цели и лична хигиена на жителите. Основният извор Лъджи е с дебит от 1-1,5 л/сек., а температурата на водата варира от 50-62°C. Температурата на главния извор Кежовица е 57°C, а дебитът е 7 л/сек. Спа Кежовица, според своята радиоактивност, принадлежи към списъка на най-радиоактивните термоминерални води не само в РС Македония, но и на Балканите.

Благоприятният химичен състав, включително натриев хлорид, натриев сулфат или силициев оксид, прави тези води ефективни при лечение на ревматизъм, ставни заболявания, нервни заболявания, диабет, подагра, безплодие, при лечение на различни кожни заболявания, артериосклероза, високо кръвно налягане и др. Физическата терапия включва най-новите физически методи на лечение. Този СПА център е от медицински и развлекателен характер, а водите му се използват за пиене и къпане (Недков, 1967).

Проевска Баня (Кумановска Баня)

Този Спа център се намира в село Проево, само на 4 км източно от град Куманово. Надморската височина на Проевска Баня е 305 м и е обкръжена от млада борова гора. Има един извор с температура на водата около 30°C и малък дебит. СПА центърът включва басейн с олимпийски размер и басейн с минерална вода. Минералната вода съдържа магнезий, калций, натрий и хидро-карбонати (Мариноски, 2001). Използва за лечение при нервни заболявания, проблеми с храносмилателната система, бъбреците и диабет (Ташков, 2004).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въпреки природните дадености и значителен брой минерални извори (64), през изследвания период от 2014 г. до 2023 г. СПА туризмът в Република Македония търпи слабо развитие, бележейки спадове, свързани най-вече с Ковид-19 пандемията през 2020 г. След 2018 г. се наблюдава значително намаление на стаите и леглата в Баните, а броят на посетителите и нощувките се повишава след края на Ковид-19 пандемията. Самото състояние на част от минералните извори не е обнадеждаващо, въпреки че повечето от тях вече не са под шапката на държавата, а са приватизирани. Необходимо е съчетаването на СПА с други алтернативни видове туризъм.

Някои от СПА центровете като Дебърска баня, увеличават своите посетители повече от два пъти, а 60% от посетителите на СПА са от чужбина, от съседни страни като Албания, Косово, Сърбия, но също и от Швейцария, Швеция и Италия. Нараства броя на чуждестранните туристи и в Катлановска баня, а това е много важно за развитието на СПА туризма в страната.

Популяризирането на СПА туризма в Република Северна Македония е основен елемент за утвърждаване на успеха. Всяко от лечебните заведения и туристическите фирми, които вече предлагат или планират да предлагат специализирани туристически и сервизни пакети за СПА туризъм в чужбина, трябва да развият офертата си с транспорт, настаняване, превод и други услуги. За всичко това е необходима съгласувана, ефективна и целенасочена промоционална кампания към целевите пазари и на ниво държава.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Владева, Е. 2018. Съвременни тенденции на спа и уелнес туризъм в България. Варненски медицински форум, МУ – Варна, кн. 7, брой 2, с. 149-152.
2. Дойков, В., С. Димитров. 2008. Република Македония. Изд. „Ковачев“, Силистра, 2008, 100 с.
3. Мариноски, Н. 2001. Туристичка географија на Република Македонија. Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола, Охрид, 316 р.
4. Марковска, Е., Ј. Саздова. 2024. Development of SPA tourism in the Republic of North Macedonia over the years. KNOWLEDGE – International Journal, Vol.63.1, pp. 43-46.
5. Недков, В. 1967. Термално-минерални извори и бањата Кежовица, „Географски разгледи“, кн. 5, Скопје, pp. 145-154.
6. Ташков, Н. 2004. Туристички вредности на бањите во Република Македонија. Универзитет „Гоце Делчев“, Штип, 146 р.
7. Ташков, Н., Методијески, Д., 2014. „Термален туризам“, Универзитет „Гоце Делчев“ – Штип, 146 р.

8. Туризам и угостителство. 2024. Државен завод за статистика на Република Северна Македонија, Скопје.
9. Zakoski, I. 2021. "Spa Tourism in the Republic of North Macedonia," International Journal of Multidisciplinary Research and Publications (IJMRAP), Volume 5, Issue 11, pp. 13-15.
10. Patarchanov, Pl. 2012. Role and Place of Alternative Tourism Development in Mountain Areas. Journal of Settlements and Spatial Planning. Special Issue 1/2012. Edited by: Centre for Research on Settlements and Urbanism. Published by: Cluj university press, pp. 149-155.
11. Taskov, N., D. Metodijeski, D., E. Mitreva. 2015. Thermal tourism in Macedonia. LAP Lambert Academic Publishing. Saarbrücken, 149 p.
12. Sherifi, F., C. Koteski, Q. Përparim. 2022. Opportunities for Development of SPA Tourism in Macedonia. SocioBrains, JOURNAL HOMEPAGE, Bulgaria, ISSUE 90, FEBRUARY, pp. 275-279.

КУЛИНАРНА ВЗАИМОСВЪРЗАНОСТ НА БАЛКАНСКИТЕ ДЪРЖАВИ

Executive Chef СТИЛИАНОС ДИГАС, steliosdingas@gmail.com
Президент на Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия, Гърция

АЛЕКСАНДРА АГРАФИОТИ, alexagrafioti@gmail.com
„А Балкан“ ЕООД, България²

CULINARY INTERCONNECTEDNESS OF THE BALKAN COUNTRIES

Executive Chef STILIANOS DINGAS, steliosdingas@gmail.com
President of Chefs Club of Hellenic Gastronomy, Greece

ALEXANDRA AGRAFIOTI, alexagrafioti@gmail.com
„A Balkan“ Ltd, Bulgaria

Abstract:

The culinary interconnectedness of the Balkan countries is an extensive topic that we have been working on for many years, with the aim of promoting the cuisines of the countries of this region abroad. This activity of ours includes a number of events organized by the Guild of Professional Chefs of Greek Gastronomy with President Executive Chef Stylianos Digas. These are culinary presentations and tastings, as well as educational programs in Greece and abroad. In addition to the culinary-cultural and educational events held so far, we have proposals for a full-fledged program for the promotion of Balkan cuisine as an integral part of the culture and history of this region. For this purpose, full and in-depth cooperation between the countries and more specifically the institutions, organizations, companies and all those interested in the preservation, development and transmission of the cultural heritage of the Balkans to future generations is necessary.

Key words: *Balkan cuisine, cultural and culinary cooperation, traditions, culinary tourism, education.*

РЕЗЮМЕ:

Кулинарната взаимосвързаност на Балканските държави е обширна тема, по която работим от много години, с цел популяризиране на кухните на страните от този регион в чужбина. Тази ни дейност включва редица мероприятия, разработени от

² Александра Аграфиоти е управител и собственик на „А BALKAN“ Ltd. – фирма, работеща на международния пазар в областта на организирането на изложения, презентации, семинари и фестивали. Голям дял от дейността на фирмата е насочен към разработването и осъществяването на международни проекти в областта на популяризирането на културата на балканските страни и сътрудничеството между тях в областта на туризма. Сътрудник на “Интер Експо Център София” за Гърция и представител на Международното туристическо изложение „Holiday & Spa” за Гърция. Представител на „Chefs Club of Hellenic Gastronomy“ за България.

Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия с Президент Executive Chef Стимианос Дигас. Това са кулинарни презентации и дегустации, както и учебни програми в Гърция и чужбина. Освен осъществените до момента кулинарно-културни и образователни събития, имаме предложения за пълноценна програма за популяризирането на Балканската кухня като неотемна част от културата и историята на този регион. За тази цел е необходимо пълноценно и задълбочено сътрудничество между страните и по-конкретно институциите, организациите, фирмите и всички заинтересовани в запазването, развитието и предаването на идните поколения на културното наследство на Балканите.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: Балканска кулинария, културно и кулинарно сътрудничество, традиции, кулинарен туризъм, обучение.

ВЪВЕДЕНИЕ

Вместо въведение бихме искали да цитираме една стара поговорка, която гласи: „Най-добрият начин човек да се запознае с културата на една страна е като вкуси от нейната кухня“.

Гастрономията – задължителен елемент от изживяванията на всеки турист.

Гастрономията е задължителен елемент от изживяванията на туриста и неотделима част от впечатленията му за дадено място – туристическа дестинация. Тя е важен управляващ фактор за реализиране на туристически пътувания. Ще се спрем с няколко думи на кулинарния туризъм, който е пряко свързан с разглежданата от нас тема за Кулинарната взаимосвързаност на балканските държави и техните народи.

Кулинарният туризъм е неразделна част от местния живот и е изграден от историята, културата, икономиката и обществото на дадена територия. Това носи естествения потенциал да обогати преживяванията на посетителите, да установи пряка връзка с региона, местните хора, култура и наследство. Интересът към кулинарния туризъм се засилва през последните години заедно с присъщата му промоция на регионалната идентичност, икономическо развитие и традиционно наследство. На базата на множество проведени проучвания можем да твърдим, че около една трета от разходите на туристите са предназначени за храна. Гастрономията в редица държави се превръща в една от основните причини за пътуване и избор на туристическа дестинация. Идентифицирайки конкурентното си предимство, все повече дестинации по света търсят да се позиционират като дестинации за кулинарен туризъм. Гърция също се нарежда сред тях, на с основна черта – местните кулинарни блюда и качествените продукти, от които те се приготвят. Това не означава, че в Гърция няма модерни ресторанти, предлагащи молекулярна кухня от световна класа, но темата за съхраняване и промотиране на „традиционното“ е силно застъпена в идеята за кулинарен туризъм в страната. Тук трябва да отбележим, че освен единната рекламна линия за „традиционна гастрономия“ в Гърция, отразявана от Организацията по туризъм на Гърция, всеки регион усилено работи над промотирането на своите „кулинарни традиции“ както в чужбина, така и сред гърците. Това се прави чрез:

- Празници на местни продукти (с продължителност от ден до седмица). За пример ще посочим някои от тези мероприятия като „Празник на картофа на остров Наксос“, „Ден на лютите чушлета в Серрес“, „Празник на гъбите в Гревена“, празници на

питата (баницата) в редица селища, както и много други големи и по-скромни мероприятия, включени в културния календар на населените места и привличащи туристи от Гърция и чужбина.

- Кулинарни презентации на местни продукти, които се организират в населеното място – производител. Чудесен пример е изложението на местни производители на традиционни продукти „Taste Halkidiki“, което се провежда за пореден път в Неа Мудания (Халкидики) през юли тази година. Изложението е обогатено с кулинарни презентации пред публика и е истинска атракция за туристите. Тази година Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия взе участие в това събитие. Пригответе от нейните членове блюда бяха приети с възторг от събралата се публика. Ще илюстрираме това събитие със снимки от презентацията на едно от представените блюда „Милфьой със скариди“:



Участие на Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия в „Taste Halkidiki“ 2024

- Празници на населени места със силно застъпена кулинарна програма.
- Включване на кулинарна програма, като част от културното наследство в панаири и изложения. Това е честа практика в Гърция, но за да бъде запазен и увеличен интересът към тези мероприятия е необходимо всяка година да се търсят нови решения за представянето и организирането на кулинарните мероприятия. На това място искаме да споделим с вас иновативния подход на Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия към този тип събития. Сред най-ярките примери за това е организирането по време на изложението „Serexpo“ в град Серрес на два кулинарни конкурса с широко участие на местните жители. „Конкурс за иновативни рецепти с аканес“ и „Блюда с основна съставка гъби“. Броят на желаещите да вземат участие надмина най-смелите ни прогнози. Този факт е показател на интереса и обичта към традиционните продукти. Но за нас като организатори, пазители и популяризатори на гръцката кулинария, е още по-важно продължението на това представяне на традиционните местни продукти. То ще е по време на Международното туристическо изложение „Holiday & Spa“ в София на 9-11 март 2025 г. Там ще представим печелившата рецепта с аканес („аканес“ е местен сладък деликатес на град Серрес, наподобяващ локум и приготвящ се от биволско масло). По този начин българската и чуждестранна публика ще има възможността

да вкуси от то традиционен продукт – както в началната му форма, така и като съставка в съвременната рецепта – победител в конкурса в Серрес.



Моменти от организираната от Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия кулинарен конкурс за блюда с аканес по време на изложението “Serexpro” 2024.

Идеята ни за „пътуването“ на аканес до София е породено от желанието ни да се изгради кулинарно-културен мост за сътрудничество между съседните балкански държави. Това е част от програмата ни за Балканско сътрудничество за популяризирането на гастрономията на този регион, като имаме желанието в нея да се включат всички държави от полуострова.

След гореизброените дейности на Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия (които са само малка част от богатата и разнообразна работа) е време да ви запознаем с тази организация.

Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия – пазител и популяризатор на гръцката, балканската и средиземноморската кулинария.

Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия - CHEFS CLUB OF HELLENIC GASTRONOMY <https://www.cchellenicgastronomy.gr/> е създадена с цел популяризирането и разпространението на гръцката кулинария в страната и чужбина,

представяйки блюдата на всеки регион и обединявайки Гърция с мястото – държава, в която се рекламира.



Логотип на CHEFS CLUB OF HELLENIC GASTRONOMY, пресъздаващ връзката на гръцката кулинаруя с гръцката история, култура и традиции.

Балканските и средиземноморските страни са известни в цял свят с богатата си гастрономическа култура. Тя би могла да играе ролята на централен пилон и да донесе положителни резултати на държавите, участващи в мероприятията по популяризиране на местната кулинаруя.

С пълноценно сътрудничество помежду си с цел популяризирането на Балканската и Средиземноморска кухня, страните-участници могат да си сътрудничат по няколко линии:

1. Организиране на кулинаруни фестивали в Гърция с участието на представители и от Балканския регион. Този тип мероприятия се посещават от изключително голям брой туристи. Вниманието на тези туристи би могло да се привлече и с участието на готвачи от съседни балкански страни с представени от тях традиционни за родината им рецепти. По-конкретно, паралелно с представянето на гръцката кухня, бихме могли да включим участието на един – двама готвачи от чужбина, които да сготвят пред публика блюда, популярни в страната им. Чрез тези презентации и дегустации те ще промотират кулинаруята на държавите си, като по този начин ще рекламират пред събралите се за събитието зрители-туристи гастрономията като неотделима част от културата на тяхната държава. С активното участие на готвачи от Балканския регион в местни кулинаруни мероприятия в Гърция се създава един бъдещ турист, информиран за кулинаруните (и културни) традиции на тези страни и желаещ да ги посети. Трябва да помним, че най-добрият дипломат и представител на една държава е нейната гастрономия.
2. Организиране на международни фестивали със състезателен характер. Тези мероприятия привличат множество участници и посетители и са част от състезателната гастрономия. От изключително значение е подбирането на място за провеждането на тези състезания, което да създава и предава връзката между географското местоположение, историята, културата и кулинаруята. Подобен тип кулинаруни състезания са много популярни в чужбина сред професионалните готвачи и обучаващите се в учебни кулинаруни заведения и курсове. При участието си в такъв вид мероприятия, всеки участник води със себе си екип от 5-6 души

като негови придружители – членове на семейството му или сътрудници. Този факт увеличава още повече потенциалните посетители на дестинацията и региона, на чиято територия се провежда фестивалът-състезание.

3. Гилдията на професионалните готвачи на Гръцката гастрономия в сътрудничество с „А Балкан“ ЕООД планира създаването и издаването на списание със заглавие „BALKAN UNION TASTE“, което да се разпространява във всички участващи в него Балкански държави. Освен в електронен вид, то може да се предлага на хартиен носител на летища, в самолети, в хотели, на кораби, в други средства за масово придвижване на туристи, както и на други места на съсредоточаване на туристи. Също така и на международни изложения, свързани с туризма и кулинарията. Това ще е чудесна реклама на гастрономическия туризъм на Балканите като цяло.
4. В програмата за кулинарна взаимосвързаност и сътрудничество на балканските държави трябва да бъдат включени семинари и мастер класове по теми, свързани с популяризирането на балканската кухня и кулинарната култура на Балканите.



Работни моменти със студенти и ученици в Турция и България.

Необходимо е тук важен акцент да се постави върху участието на младежи от региона, които са нашето бъдеще. В техните ръце ще предадем нашите знания, умения и опит. Те ще ги обгърнат с внимание и обич към традициите, като им вдъхнат нов живот, обогатен с иновации, оригинални идеи и решения. По този начин, предавани от поколение на поколение, нашите Балкански кулинарно-културни традиции ще са живи и силни. С дълбоки здрави корени в миналото и клони, устремени нависоко към слънчевото бъдеще.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изразявайки се на кулинарен език, сътрудничеството е чудесно съвместно блюдо. Вкусно, засищащо и обединяващо балканските страни чрез продуктите, използвани в него. Това ястие се готви с внимание и любов, в общ съд, с добавяне на местни автентични аромати, обогатяващи неговите вкусови качества. Резултатът на този общ гастрономически процес е неповторим, със съществен принос за културата и туризма на всяка от Балканските държави като цяло, и с незаменима полза за всеки човек, отдал се на кулинарията.

ПОВИШАВАНЕ НА ЕКОЛОГИЧНОТО СЪЗНАНИЕ И УСТОЙЧИВО УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ

Доц. д-р Анатолий Асенов, a.asenov@ts.uni-vt.bg

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, Република България

Гл. ас. д-р Станислава Стоянова-Асенова, s.stoyanova@uni-svishtov.bg

Стопанска академия „Димитър А. Ценов“, Република България

ENHANCING ENVIRONMENTAL AWARENESS AND SUSTAINABLE TOURISM MANAGEMENT IN BULGARIA

Assoc. Prof. Anatoliy Asenov, PhD, a.asenov@ts.uni-vt.bg

„St. Cyril and St. Methodius“ University of Veliko Tarnovo, Republic of Bulgaria

Head Assist. Prof. Stanislava Stoyanova-Asenova, PhD,

s.stoyanova@uni-svishtov.bg

The D. A. Tsenov Academy of Economics, Republic of Bulgaria

Abstract: The present scientific report aims to address the issues related to the sustainable management of tourism and the enhancement of environmental awareness among citizens, as well as to propose solutions for these challenges. Identifying and clarifying these questions from both a scientific and practical perspective is of utmost importance for Bulgaria, as well as for many other countries that rely on tourism as a key economic sector, which significantly impacts the environment.

Key words: tourism, sustainable development, management, environmental awareness

РЕЗЮМЕ: Настоящият научен доклад има за цел да представи проблемите свързани с устойчивото управление на туризма и повишаването на екологичното съзнание на гражданите, както и да предложи възможности за тяхното решаване. Идентифицирането и изясняването на тези въпроси от научна и практическа гледна точка е от изключително значение за България, така и за много други държави разчитащи на туризма като основен икономически сектор, които оказва значително влияние върху околната среда.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: туризъм, устойчиво развитие, управление, екологично съзнание

ВЪВЕДЕНИЕ

Неоспоримо е твърдението, че съществува непосредствена връзка и зависимост между развитието на туристическата дейност и опазването на околната среда. Без значение дали средата е преобладаващо природна или в по-голямата си част създадена чрез антропогенно въздействие, е един от основните ресурси за туризма. Растежът на

дейността води неизбежно до модификации в нея. Това налага в науката и практиката непрекъснато да се търсят ефективни средства и методи за постигане на хармония между тях, намаляване на негативното влияние и взаимно позитивно въздействие. За целта е необходимо да се разкрият основните аспекти на влияние на туристическата дейност върху околната природна среда, за да се подчертаят положителните резултати и проблемите, както и начините на тяхното решаване чрез повишаването екологичното самосъзнание и устойчивото управление, с цел постигане на баланс при взаимодействието между туризма с околната среда. (Костова, И., 2012)

ИЗЛОЖЕНИЕ

Темата свързана с осъзнаването на връзката ни с природата и отговорността, която трябва да носим ежедневно за опазването ѝ, става все по-актуална с всяка изминала година и поражда необходимостта от цялостно развитие на екологичното съзнание на нашето общество. То включва познаване и разбиране на екологичните проблеми, като климатичните промени, замърсяването на въздуха и водите, изчерпването на ресурсите, както и действия за тяхното предотвратяване.

Повишаването на екологичното съзнание представлява цялостен процес по формирането на съзнателно отношение към околната среда и екологична култура, насочен към развитие на знания, умения, нагласи и ценностни ориентации, насърчаващ ангажираност с екологичните проблеми и тяхното решаване. Осъзнаването и реализирането на тази промяна в мисленето и поведението на различните групи на обществото носи реални ползи, свързани с опазването на околната среда и природните ресурси – важно условие за подобряване на качеството на живота, туризма и отдиha като дейност. (ИАОС, 2023)

Екологичното съзнание и култура спомагат за насърчаването на начин на живот в синхрон с доктрината за устойчиво развитие, включващ:

- намаляване на употребата на пластмаса;
- рециклиране и повторно използване на материали;
- енергийна ефективност и използване на възобновяеми енергийни източници;
- подкрепа на биоразнообразието и опазването на природата.

Формирането на съзнателно отношение към природата и екологична култура е процес, насочен към развитието на екологичното съзнание в обществото и е от ключово значение за създаването на по-здравословна и устойчива околна среда за бъдещите поколения. Информираността на обществеността по въпросите свързани с околната среда и гарантирането на участието ѝ в процеса на вземане на решения имат за цел създаването на устойчиви и екологосъобразни модели на обществено поведение за постигане на качествена и здравословна околна среда. Чрез предоставяне на достъп до информация по въпросите на околната среда се насърчава отношението на гражданското общество и се осигурява прозрачност на процеса на вземане на решения на национално и местно ниво, и участие на различни обществени групи в този процес. Формирането на

съзнателно и отговорно отношение на различните обществени групи към околната среда се насърчава посредством провеждане на национални информационни кампании, образователни дейности и инициативи, както и чрез извършването на ефективна, прозрачна и отговорна контролна дейност, за налагане и спазване на законодателството в областта на опазване на околната среда. Важен аспект е и развитието на партньорствата на институциите с основните групи на обществеността – бизнеса, браншовите и неправителствените организации, академичните среди и младите хора (МОСВ, ИАОС, 2019).

Във връзка с изложеното по-горе можем да посочим, че ежегодно се подготвят и провеждат редица дейности от МОСВ и регионалните структури в страната за повишаване на общественото съзнание и култура в сферата на околната среда и устойчивото развитие (виж таблица 1).

Таблица 1.

Дейности за повишаване на съзнанието и културата в сферата на околната среда и устойчивото развитие, брой

Дейности за повишаване на съзнанието и културата в сферата на околната среда и устойчивото развитие	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.
Издадени информационни материали от МОСВ и неговите структури	109	104	77	86	90
Проведени конкурси на територията на цялата страна	46	48	38	39	32
Проведени открити уроци на територията на цялата страна	494	514	204	128	169
Проведени изложби на територията на цялата страна	43	26	16	8	41
Проведени форуми, обучителни семинари, кръгли маси, конференции за ученици, учители, бизнеса, неправителствени организации, за служители на общинската и държавната администрация от МОСВ и неговите структури	162	444	587	209	257

Източник: МОСВ, ИАОС, РИОСВ, ДНП, БД, ПУДООС, НДЕФ

Осъзнатата промяна в поведението на всички групи в нашето общество и информираният избор на хората в ежедневиия им живот е възможност за решаване на въпросите, свързани с борбата с изменението на климата, ефективно използване на

туристическите ресурси, устойчивото производство и потребление, опазване на природата среда, управлението на отпадъците и др.

Туристическата дейност и отидхът зависят изключително много от природната среда. От друга страна обаче те оказват влияние върху нея. В повечето случаи това влияние е с негативен ефект. Според представителното проучване Attitudes of europeans towards tourism 26% от пътуващите в ЕС туристи се отправят към разнообразни природни туристически ресурси като планини, езера, атрактивни природни пейзажи и др. Традиционно най-голям продължава да бъде интересът към класическите слънце-мореплясък, които са притегателни за 40% от запитаните. По същество те също са природни туристически ресурси. Следователно 66% или 2/3 от туристическите пътувания на европейските туристи са насочени към природни обекти. Според същото проучване тенденцията в това отношение е към повишаване на интереса към природните обекти и забележителности (Attitudes of europeans towards tourism, 2013).

От представените данни се вижда ясно, че природните туристически ресурси са главен мотив за преобладаващата част от туристическите пътувания. Развитието на туристическия бранш доказано натоварва природната среда в една или друга степен в зависимост от мащаба на туристопотоците, видовете практикуван туризъм, поведението и самосъзнанието на самите туристи и др. Важна информация за натоварването на туристическите територии в т.ч. природните туристически ресурси, като основна част от тях е туристическият интензитет (Василева, В., Сабриева, С., 2016). За България реализираните туристически нощувки за цялата изминала 2023 г. са малко над 27 млн., като увеличението им в сравнение с 2022 г. е 11,9%, сочи статистиката на Евростат. По-голямата част от нощувките – близо 14,7 млн., са реализирани от чуждестранни туристи, а нощувките от български туристи са над 12,3 млн. Страната ни е на пето място по ръст на този показател за 2023 г. спрямо 2022 г. Ръстът на нощувките у нас е 11,9%, като е значително по-висок, спрямо средния за ЕС от 6,3%. В абсолютни стойности, ЕС изпрати рекордна за туризма година с ръст от 1,6% спрямо нивата от предпандемичната 2019 г. През 2023 г. на територията на Европейския съюз са реализирани със 171 млн. повече нощувки в сравнение с 2022 г. (bgtourism.bg, 2024)

Посочените данни свидетелстват за повишаващо се натоварване на природната среда. Затова все по-актуален става въпросът за нейното опазване и възможността за устойчиво туристическо развитие.

Туризмът в повечето случаи се явява заплаха за околната среда и най-вече природата. Той допринася за разрушаването и унищожаването на същите природни ресурси, които първоначално са привлекли туристите към този район. Щетите, причинени от развитието на туризма са в правопрпорционална зависимост от броя на посетителите и продължителността на техния престой, т.е. когато се наблюдава свръхпосещаемост на дадена туристическа дестинация, може да се получи свръхексплоатацията на природните територии. Всичко това води до създаването различни екологични последици от развитието на сектора, които могат да се разделят в няколко групи: 1) Изчерпване и изтощаване на природните ресурси като земя, вода и

други местни ресурси; 2) Замърсяване на въздуха, водата и почвата. Изхвърляне на твърди отпадъци, разливи. Деградация на пейзажа и архитектурно замърсяване. Високи нива на шум; 3) Загубата на биологично разнообразие; 4) Климатичните промени, свързани със засилване на парниковия ефекти и изтъняване на озоновия слой (Костова, И. 2012).

Осъзнаването на необходимостта от промяна в мисленето и поведението на различните групи в обществото, свързана с опазването на околната среда и природните ресурси, е важна стъпка в посока подобряване на качеството на живота и туристическата услуга.

Екологичното съзнание в туризма, известно също като устойчив туризъм или екотуризм, е подход към пътуванията, който минимизира негативното въздействие върху околната среда и местните общности. Той се фокусира върху опазването на природните и културни ресурси, докато същевременно предлага положително преживяване за туристите. Основните принципи на екологично съзнателния туризъм включват:

1. *Минимизиране на отпадъците* – туристите се насърчават да използват чанти и бутилки за многократна употреба, да избягват пластмасови опаковки, и да намалят отпадъците, които генерират по време на пътуване.
2. *Енергийна ефективност* – предпочитането на хотели използващи възобновяема електроенергия и енергоспестяващи технологии, е важен аспект от намаляването на негативното въздействие на туристическата дейност върху околната среда.
3. *Подкрепа на местната икономика* – туристите се насърчават да подкрепят местни продукти, занаяти и храни, което помага за устойчивото развитие на местните общности.
4. *Съхраняване на биоразнообразието* – туристическите дейности, които създават минимално въздействие върху природните екосистеми, като разходки в природата и еко-екскурзии, наблюдение на диви животни, са основни за екологичния туризъм.
5. *Информираност и образование* – предоставя на знания на туристите за околната среда и начините, по които те могат да допринесат за нейното опазване.
6. *Етично поведение и ангажираност* – уважение към местните култури и традиции, както и старание да не бъдат пренебрегнати културните ценности и начин на живот на местното население.

Развитието на екологосъобразен туризъм е важно условие за намаляването на негативните въздействия от масовата туристическа дейност и за създаването на по-устойчиво бъдеще за туристическата индустрия.

Световната организация по туризъм към ООН (UNWTO) дава следната дефиниция за понятието „устойчив туризъм“: „туризъм, който взема предвид настоящото и бъдещото си влияние над икономиката, обществото и околната среда и задоволява

нуждите на посетителите, индустрията, природата и приемните общности.“ (www.unwto.org, 2005)

В тази връзка, за да се управлява и развива устойчиво туристическата дейност, е необходимо (greentourism.eu):

- да използва по оптимален начин природните ресурси, които представляват ключов елемент в туристическото развитие, поддържайки жизненоважни екологични процеси и подпомагайки закрилата на природното наследство и биологичното разнообразие;
- да уважава социалната и културна автентичност на приемната общност, да предпазва тяхното материално и живо културно наследство и традиционни ценности и да допринася за разбиране и толерантност между различните култури;
- да осигури надеждно, дълготрайно икономическо развитие, предоставящо справедливо разпределени социално-икономически ползи на всички заинтересовани страни, сред които стабилна заетост и икономически възможности, както и облекчаващи бедността социални услуги за приемните общности.

Проблематиката свързана с устойчивото управление на туризма и повишаването на екологичното съзнание е изключително актуална за България и за страните, които разчитат на туризма като основен сектор за развитие на техните икономики. Той може да оказва значително влияние върху околната среда и затова е необходимо да се прилагат подходящи стратегии за неговото устойчиво развитие. В този контекст са изведени следния набор от **стратегии за повишаване на екологичното съзнание и устойчиво управление на туризма**:

1. Стратегии за обучение и информираност, които включват:

- ✓ *Обучение на туристическите оператори и персонал.* Организиране семинари и курсове за туроператори, хотелиери и други специалисти в туристическия бранш относно устойчивото управление и екологичните практики.
- ✓ *Информационни кампании за туристите:* Популяризиране на еко-практики сред туристите, като например използване на обществен транспорт, намаляване на отпадъците и уважение към местната природа и култура.

2. Стратегии за въвеждане на еко-регулации и еко-политики:

- ✓ *Разработване на еко-сертификати.* Въвеждане на сертификати за устойчив туризъм удостоверяващи, че обектите отговаря на определени екологични стандарти.
- ✓ *Правила и ограничения за опазване на природата.* Изработване и прилагане на правила, които да ограничават негативното въздействие върху околната среда, например ограничения върху броя на туристите в чувствителни зони.

3. Стратегии за устойчиво планиране и развитие:

- ✓ *Планиране на туристическата инфраструктура.* Разработване на стратегии за изграждане на устойчива инфраструктура, която да минимизира негативното влияние върху природната среда и да поддържа високо качество на живот за местните жители.
- ✓ *Подкрепа и стимулиране на екологични инициативи.* Насърчаване реализацията на проекти, които включват зелени технологии, използване на възобновяеми източници на енергия и намаляване на отпадъците.

4. Стратегии за включване на местните общности:

- ✓ *Ангажиране на местните жители.* Включване на местните общности в процеса на планиране и управление на туризма, за да се гарантира, че техните нужди и интереси са взети под внимание.
- ✓ *Подкрепа на местния бизнес.* Насърчаване на сътрудничеството между туристическия сектор и местния бизнес, което може да осигури икономическа полза и да подкрепи устойчивото развитие на региона.

5. Стратегии за насърчаване на инвестициите в изследвания и иновации:

- ✓ *Подкрепа на научни изследвания.* Инвестиране в изследвания за въздействието на туризма върху околната среда и разработване на нови технологии и практики намаляващи негативния ефект.
- ✓ *Иновации в туристическите услуги.* Насърчаване на иновации, които предлагат устойчиви, екологични и социално отговорни алтернативи за потребителите на туристическите услуги.

Успешното реализиране на представените стратегии за устойчивото управление и развитие на туристическия сектор в България, е възможно да бъде постигнато, чрез прилагането на интегриран подход, който включва всички заинтересовани страни – от държавата и бизнеса до местните общности и самите туристи. Системните и координирани усилия са ключови за опазването на туристическите ресурси и осигуряването на дългосрочна полза за околната среда и сектора.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Туризмът е един от най-динамично развиващите се сектори, с основен принос за икономиката на България. Същевременно, заедно с безспорната икономическа полза, която носи за страната ни, той оказва негативно въздействие върху околната среда и качеството на живот. Всичко това налага преосмислянето на конвенционалните методи за управление на сектора, повишаването на екологичното съзнание на обществото и възприемането на практики за устойчивото му развитие, целящи балансирането между икономическата (икономически растеж), социалната (просперитет на местните общности) и екологичната (опазване на околната среда) ефективност.

БИБЛИОГРАФИЯ И ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Василева, В., Сабриева, С. Опазването на природните туристически ресурси – необходимо условие за устойчивото развитие на българския туризъм. // Сборник доклади от научна конференция: Географски аспекти на планирането и използването на територията в условията на глобални промени, 2016, <https://geography.bg/images/dokladi/7.pdf>.
2. ИАОС. Национален доклад за състоянието и опазването на околната среда в Р. България. 2023 г. <https://eea.government.bg/bg/soer/2023/16Ekologichnakultura.pdf>
3. Костова, И. Проблеми на взаимодействието на туризма с околната среда. // научни трудове на Русенския университет - 2012, том 51, серия 1.2, с. 281-284. <https://conf.uniruse.bg/bg/docs/cp12/1.2/1.2-45.pdf>
4. МОСВ, ИАОС. Националният доклад за състоянието и опазването на околната среда. София, 2019, с. 311-312.
5. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014-2030 г. https://tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf
6. Attitudes of europeans towards tourism, 2013.
7. bgtourism.bg, 2024. <https://bgtourism.bg/novini-eurostat-11-9-rust-turisti-bulgaria/>
8. greentourism.eu/bg/Post/Name/SustainableTourism
9. unwto.org

СЪБИТИЯТА КАТО ИНСТРУМЕНТ ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА ДЕСТИНАЦИЯТА (НА ПРИМЕРА НА ВЕЛИКО ТЪРНОВО)

Олга Манчева-Али, e-mail: o.mancheva@ts.uni-vt.bg
„Св. св. Кирил и Методий“ Великотърновски университет

Надежда Костадинова, e-mail: n.kostadinova@ts.uni-vt.bg
„Св. св. Кирил и Методий“ Великотърновски университет

EVENTS AS A TOOL FOR PROMOTING THE DESTINATION (ON THE CASE OF VELIKO TARNOVO)

Olga Mancheva-Ali, e-mail: o.mancheva@ts.uni-vt.bg
“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo

Nadezhda Kostadinova, e-mail: n.kostadinova@ts.uni-vt.bg
“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo

Abstract: In this report, an example of cultural and educational events from Veliko Tarnovo is given, which shape a specialized image of the tourist offer among different target groups. The events presented in the report are related to an interview with representatives of the Regional History Museum in Veliko Tarnovo and an online survey of the authors. It was established that Veliko Tarnovo has working models and concepts for holding events of a tourist nature, for which the richly represented tourist resources play a key role. Mainly as a result of the activities of the Regional History Museum and the various forms and activities for popularizing the area, Veliko Tarnovo has formed a good image among Bulgarian and foreign tourists.

Key words: tourism, events, destination, Veliko Tarnovo

Резюме: В настоящия доклад е даден пример за културни и образователни събития от Велико Търново, които оформят специализиран облик на туристическото предлагане сред различни целеви групи. Представените в доклада събития са във връзка с проведено интервю с представители на Регионалния исторически музей във Велико Търново и онлайн проучване на авторите. Установи се, че Велико Търново има работещи модели и концепции за провеждане на събития с туристически характер, за които ключова роля имат богато представените туристически ресурси. Основно в резултат на дейността на Регионалния исторически музей и различните форми и дейности за популяризиране на района, Велико Търново има формиран добър имидж сред български и чуждестранни туристи.

Ключови думи: туризъм, събития, дестинация, Велико Търново

ВЪВЕДЕНИЕ

България се разделя на девет туристически района според Концепцията за туристическо райониране на България от 2015 г. и това са: Бургаско Черноморие, Варненско Черноморие, Район София, Район Рила-Пирин, Район Родопи, Район Тракия, Район Долина на розите, Район Стара Планина и Район Дунав Чрез районирането се цели

предлагане на конкурентоспособен туризъм, провеждане на регионални туристически политики, съобразени с териториалните особености и специфики на различните части от страната. Обособените райони следва да постигат ефективен регионален маркетинг, който да ги направи разпознаваеми за потенциалните туристи и успешно да ги промотира, както на вътрешния, така и на международния пазар.

Велико Търново попада в Старопланинския туристически район с основна специализация планински и културен туризъм и разширена специализация планински пешеходен и планински ски туризъм, културно-исторически, фестивален, творчески, религиозен, поклоннически, селски, рекреативен, приключенски и екотуризм и е негов център (Вараджакова & Гърциянова, 2022). Атрактивността на дестинацията е много важна за туристическия сектор и свързаните с него индустрии. (Raykova & Naydenov, 2024). Градът е известен като Старата столица на България има богат набор на културни и исторически забележителности. През 2019 г. Министерството на туризма на България разработва осем културно-исторически маршрута. Два от тях включват населени места, разположени в област Велико Търново. Единият е с наименование „Столиците и градовете на българските царе и патриарси“, а другият – „Българска архитектура и занаятчийство“. Дестинацията за културно-исторически туризъм „Българска архитектура и занаятчийство“ включва обекти в София, Панагюрище, Копривщица, Сопот, Калофер, Шипка, Габрово, Велико Търново, Сливен, Котел, Жеравна, Пловдив, Пещера. От област Велико Търново обектите са в старата част на града и Арбанаси. Дестинацията за културно-исторически туризъм „Столиците и градовете на българските царе и патриарси“ включва забележителности в и около градовете Велико Търново, Русе, Шумен, Плиска, Мадара, Преслав, Силистра, Провадия и Варна. От Велико Търново са включени хълмовете „Царевец“ и „Трапезица, храмовете „Св. 40 мъченици“, „Св. Димитър“, „Св. Петър и Павел“ (Varadzhakova, 2018). Те от своя страна вълнуват различни поколения туристи, което налага предлагането и адаптирането на забележителностите по един приемлив и вълнуващ начин, така че да носи удовлетворение и преживяване на посетителите на региона (Varadzhakova & Statev, 2018).. Наличието на споменатите видове туристически ресурси създава и възможности те да участват в създаването на събития и прояви с различно ниво на добавена стойност. По този начин се представят туристически продукти, които интересуват и въвличат в преживяване определени целеви групи.

Цел на настоящата разработка е да посочи добри примери за организирани събития от Велико Търново, свързани с популяризиране на туристическия потенциал сред туристите.

За постигане на целта е проведено интервю с представители на Регионалния исторически музей (РИМ), Велико Търново и онлайн проучване на авторите.

ИЗЛОЖЕНИЕ

I. Обща информация

За постигане целта на настоящия доклад е проведена среща-интервю с д-р Теменуга Георгиева, гл. уредник в отдел „Връзки с обществеността“ в Регионален исторически музей, Велико Търново и със Светла Йорданова, екскурзовод и отговорник на Мултимедиен посетителски център „Царевград Търнов“ към РИМ, Велико Търново.

Ключов обект, обединяващ усилията в посока предлагане на интересни

туристически продукти е Регионалният исторически музей в Търново. Той е учреден през 1871 г. в сградата на читалище „Надежда“. Развитието му като държавна институция започва с акт за обявяването му за държавен музей на 1 март 1945 г. През 1954 г. музеят се премества от читалище „Надежда“ в специално построена за него сграда. Под юрисдикцията на Регионалния исторически музей са 23 обекта, които са познати сред потребители от цял свят. РИМ, Велико Търново разполага с висококвалифицирани кадри, които успешно създават и въвеждат добри практики и нови методи и дейности, съобразени с различните изисквания на потребителите на туристически услуги, които обслужват. Такива са организиранията събития като „Нощ в музея“, „Средновековни фестивали с туристически преживявания“, Образователни инициативи и работилници (Великденска, Възрожденско училище, Музей в куфар и др.), Видео изложби, Видео уроци на обекти за българските неделни училища в чужбина и др.

Със своята дейност те изпълняват отговорната задача да работят с туристи и да се грижат за създаване на най-доброто преживяване в туризма на местно ниво. РИМ, Велико Търново работи с висококвалифицирани екскурзоводи, а те са ключов елемент в предлагането на туристическите услуги. Тази важна и отговорна дейност изисква качества и умения като ясен изказ и много добра дикция; добра комуникативност, съобразена с вида на посетителите/туристите; положително излъчване; много знания; поддържан външен вид. Дечев (2024) определя екскурзоводската беседа като *динамична, разнообразна и вариативна форма на екскурзоводско общуване между екскурзовода и туристите*. От голямо значение след предлагането на екскурзоводско обслужване е получаването на обратна връзка от туристите за качеството на изнесената беседа и отношението на екскурзовода.

Най-посещаваните обекти във Велико Търново са Архитектурно-музеен резерват Царевец, църквата „Св. Четиридесет мъченици“ и Мултимедийният посетителски център. По официални данни на Регионалния исторически музей, общо 405 813 туристи са посетили обектите и експозициите на територията на община Велико Търново през 2023 година. От тях 68 000 са груповите посещения през туроператори, които имат договорни отношения с Общинско предприятие „Царевград Търнов“. Това е повишение с 31% в броя на груповите посещения в сравнение с тези от 2022 г., които са били 47 000.

II. Събития във Велико Търново

Като примери за събития, популяризиращи ресурси, обекти и дестинации, проведени от или с участието на РИМ Велико Търново, могат да бъдат посочени следните:

- 1) *Нощ на музеите* (напр. организиране на римска нощ с представяне на римска кухня, танци, обичаи) – като част от европейската инициатива, РИМ Велико Търново участва в инициативата от създаването ѝ с различни събития и свободен достъп през годините до средновековните църкви в квартал „Асенов“, музеите „Затвор“, „Възраждане и Учредително събрание“, „Сарафкина къща“, Мултимедийен посетителски център, Археологически и експозициите в Арбанаси. Европейската нощ на музеите се провежда по инициатива на френското министерство на културата от 2005 г. По своя формат, инициативата представлява широко отворена програма към различни целеви групи, които имат възможност да разгледат експонатите и творбите, представени от музеи и галерии и да научат нови неща чрез преживяването. Акцентира се върху младата аудитория чрез

представяне на необичайна и атрактивна програма, която освен възможността за запознаване с културното наследство, предлага и други културни прояви и събития.

- 2) *Средновековни фестивали с туристически преживявания* - Международен фестивал „Средновековен Търновград“ - Историческите реконструкции на бита, кухнята, занаятите, изкуствата и воинските умения на България, Византия и Европа от XII – XIV в. като истински мост във времето пренасят посетителите в една друга, загадъчна и пълна с изживявания епоха. Фестивалът през 2018 г. е посветен на 800-годишнината от интронизацията на цар Иван Асен II и в него се включват над 150 възстановчици от България, Румъния, Русия, Сърбия, Украйна и Унгария. Форумът се организира от Община Велико Търново, Регионалния исторически музей и Национално дружество „Традиция“ – регионален клон Велико Търново, и е част от събитията, с които старата столица участва в националната програма за Европейската година на културното наследство 2018.
- 3) *Фестивал „Сцена на вековете“* - той датира от 1985 г. по повод 800-годишнината от въстанието на болярите Асен и Петър и създаването на Второто българско царство. На историческия хълм „Царевец“ за първи път в България на открито се поставя опера „Ивайло“ от Марин Големинев. Режисьор на спектакъла е Пламен Карталов, а четирите представления са гледани от 12 000 зрители. Второто издание се състои през 1987 г., а в неговия афиш са включени шест представления на операта „Цар Калоян“ от Панчо Владигеров. През 2008 г., след 21-годишно прекъсване, „Сцена на вековете“ е възстановена със съдействието и подкрепата на Министерство на културата и в партньорство със Софийската опера и балет, по повод на 100-годишнината от обявяване на Независимостта на България. От тогава събитието се провежда ежегодно, представяйки най-значимите заглавия в жанра, а на сцената се изявяват световноизвестни български и чуждестранни изпълнители. Интересен факт е, че музикалното събитие е включено в платформата на Европейската фестивална асоциация и вече четири издания са носители на престижната музикална марка „Европа за фестивалите. Фестивалите за Европа“.
- 4) *Арбанаси самър музик фест* – фестивалът стартира през 2010 г. в с. Арбанаси от двама музиканти - Юлита Фъсева и Димитри Местдаг. Това се превръща в едно от най-специалните музикални събития в Източна Европа. Домакин и организатор на събитието е Община Велико Търново, отдел „Култура, туризъм и международна дейност“ и РИМ. През 2024 г. се проведе през месец юли с участието на световно известни изпълнители на цигулка, контрабас, виола, виолончело и обой, които изпълняват произведения на известни класически и съвременни композитори. Всичко това се случва в Църквите-музеи „Св. Архангели Михаил и Гавраил“ и „Св. Георги“ в архитектурния резерват Арбанаси, където организаторите намират за най-подходящо като акустика и обстановка за изявите на камерната музика. Събитието е част от Културния календар на Велико Търново и също така е носители на престижната музикална марка „Европа за фестивалите. Фестивалите за Европа“.
- 5) *Образователни инициативи и Работилници* (Великденска, Възрожденско училище, „Музеи в куфар“ и др.) – като пример може да се разкаже за Образователната инициатива „Музей в куфар“, която РИМ Велико Търново

провежда без прекъсване от 2014 година. Чрез нея се представят различни исторически периоди по интерактивен начин и с музейни експонати, директно в класните стаи. В училища и детски градини са проведени часове за средновековно Търново и революционерите, свързани с града, като: Филип Тотю, Бачо Киро, Матей Преображенски Миткалото и др. През 2023 г. уроците са посветени на Васил Левски за отбелязване на 150 години от безсмъртието на Апостола на свободата, като се провежда във Велико Търново, Дебелец и Килифарево.

- б) *Видео изложби* – такава изложба е „Непознатото наследство“, която включва затворени във фондовете артефакти, които се показват заедно с информация на монитор. Използвани са 360-градусови снимки, както 3D анимация на предметите и обектите. По този начин в рамките на 10-15-минутен филм, чрез технологиите, стават достъпни експонати, които до този момент не са показвани пред публика и места с ограничен достъп. Представят се и виртуалното реконструирани обекти, които са претърпели своята трансформация във времето. Във виртуалната рубрика „Непознатото наследство“ са включени филми за първия герб на Велико Търново и неговия създател Димитър Багрилов, за търновския търговец Евстати Селвели, иконата „Св. Богородица Страдаща“, за археологическите находки от Арбанаси, забавните игри от древността и др. Така например представените игри от древността – пулове и плочи за игра, зарове, астрагали /ашици/, табли за игра от каменно-медната епоха до Средновековието в рамките на изложбата са били изложени и в специална витрина в музей „Възраждане и Учредително събрание“. Използването им е представено в 5-минутен виртуален клип с 3D анимация. (Георгиева, Петракиев, Събев 2017, 242 – 243).
- 7) *Виртуални разходки на обекти* – до момента, в сайта на РИМ са качени няколко виртуални разходки. Това е работещ начин за привличане на туристи в обектите, като преживяването на място в обекта, не може да се замени с дигиталните платформи. От друга страна, тези разходки са много полезен начин за запознаване с избрани обекти от хора с различни двигателни проблеми и невъзможност за посещение на обектите на място.

РИМ Велико Търново е активен участник и в образователния процес, както за децата в България, така и на тези извън страната, чрез провеждане на различни инициативи. За да подпомогнат децата от българските неделни училища в чужбина, са разработени видео уроци на исторически обекти от региона, подготвени са исторически игри и всичко е поднесено достъпно и интересно за аудиторията. За българските деца в региона се организират срещи по различни поводи, свързани с българската история и празници, подготвяни са беседи, пешеходни турове, игри и други подходящи средства според събитието.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Градовете са комплексни системи от потоци, които си взаимодействат и постоянно се променят, ето защо те трябва да се разглеждат в тяхната взаимовръзка с туризма, а не само като пространство. Това означава, че градовете трябва да дефинират ролята на туризма според техните специфични модели за растеж и функции на сектора в местната и регионалната икономика (Пенкова, 2008). Велико Търново носи своята история и величие, а чрез преживяванията на туристите създава емоции и допринася за изграждането на нови знания и показва стремежи за развитие. Предлагането и

разнообразяването на туристическата услуга е важен момент в привличането на интерес в дестинацията. Европейският и националният опит могат да бъдат мултиплицирани и обогатявани спрямо регионалните особености на туристическия район. Събитията доказват своята сила в това, да обединяват хора с конкретни интереси и да създават запомнящите се моменти за тях. По този начин инвестицията, която правят местните власти и бизнес се оправдава и привлича следващи туристи, готови да посетят и ползват туристически услуги с добър имидж.

БИБЛИОГРАФИЯ

Вараджакова, Д., К. Гърциянова (2022) Оценка на вътрешнорегионалните различия в туризма в Северен централен регион, сп. Проблеми на географията, бр. 3-4/2022, DOI: 10.35101/prg-2022.3-4.8

Георгиева, Т., И. Петракиев, П. Събев (2017) Музейното експониране и възможностите на 3D технологиите в РИМ – В. Търново. – Дни на науката 2016, Велико Търново, 238 – 244.

Дечев, З. (2024). Помагало по методика на екскурзоводската беседа, Librum-София, ISBN 978-619-7690-18-7, стр. 236

Пенкова, Д. (2008) За същността на градския туризъм и новите възможности за развитие на икономиката на градовете, Научна конференция „РУ&СУ`08“, Русенски университет и Съюз на учените в България, Научни трудове, том 47, Русе, стр. 43-47

Raykova M, Naydenov A. (2024) Spatial analysis of public attitudes towards domestic leisure tourism in Bulgaria, GeoStudies 1: 11–25, <https://doi.org/10.3897/geostudies.1.e115877>

Varadzhakova, D. (2018) Analysis of the cultural heritage tourism in Veliko Turnovo region, Сборник конференции „Пространственное развитие территорий“, изд. Белгородский государственный научно-исследовательский университет, Белгород, Россия, стр. 58-64

Varadzhakova, D., V. Statev (2018) The Millennials: between creative and slow tourism, Proceedings International Scientific and Practical Conference “Development of the Bulgarian and European Economies – challenges and opportunities”, University of Veliko Turnovo, pp. 248-251

https://mezdrafest-robг.eu/en/assets/files/CAT-FEST_body_lowres.pdf

<https://www.stageoftheages.bg/index.php/more-about-the-festival-bg/#history-bg>

<https://www.arbanassisummertime.com/bg>

<https://bnt.bg/news/zapochna-muzikalniyat-festival-arbanassi-summer-music-v348662-319774news.html>

<https://www.museumvt.com/>

ТУРИЗЪМ И ДОПЪЛВАЩИ ИНДУСТРИИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЩИНА ВЪРШЕЦ

Мария Димчева, mariadimchevaa@gmail.com

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, катедра „Туризм“,
България

Научен ръководител: гл. ас. д-р Мариела Димитрова

TOURISM AND COMPLEMENTARY INDUSTRIES IN THE TERRITORY OF VARSHETS MUNICIPALITY

Maria Dimcheva, mariadimchevaa@gmail.com

"St. Cyril and St. Methodius" University of Veliko Tarnovo, Bulgaria

Abstract: The town of Varshets, located in the Montana region, is known for its natural wealth and tourism potential. It is an attractive destination for tourists, thanks to its mineral springs, beautiful parks, and unique architectural landmarks. For tourism in the region to develop sustainably and effectively, the presence and operation of complementary organizations are essential. These organizations include hospitality, restaurants, transportation, cultural institutions, and other services that create the conditions for a comprehensive and satisfying tourist experience.

Key words: tourism, complementary industries, destination Varshets

РЕЗЮМЕ: Град Вършец, разположен в област Монтана, е известен със своите природни богатства и туристически потенциал. Той е привлекателна дестинация за туристи, благодарение на своите минерални извори, красиви паркове и уникални архитектурни забележителности. За да може туризмът в региона да се развива устойчиво и ефективно, е от съществено значение наличието и функционирането на допълващи организации. Тези организации включват хотелиерство, ресторантьорство, транспорт, културни институции и други услуги, които създават условия за комплексно и удовлетворяващо туристическо преживяване.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: туризъм, допълващи индустрии, дестинация Вършец

ВЪВЕДЕНИЕ

Туризмът представлява един от най-динамично развиващите се сектори в световната икономика и играе критично значима роля в икономическото развитие на множество страни. Този сектор не само генерира значителни финансови приходи, но и действа като катализатор за развитието на редица допълващи индустрии, които са от съществено значение за осигуряване на интегрирано и комплексно туристическо преживяване.

Туризмът е многоизмерен феномен, който обхваща широк спектър от дейности и услуги, включително транспорт, настаняване, хранене, развлекателни и културни услуги, и много други. Всяка от тези допълващи индустрии играе ключова роля в подкрепа на

основния туристически продукт, като осигурява необходимите условия за привличане и задържане на туристите.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Туризмът представлява сложна и многоаспектна система от дейности, които включват организиране и осъществяване на пътувания и престои на хора извън обичайното им местообитание за определен период от време. Тази система обхваща широк спектър от туристически видове и услуги, всяка от които допринася по уникален начин за цялостното туристическо преживяване. Сред основните видове туризъм се открояват културният, екологичният, приключенският, здравният и конферентният туризъм, всеки със своите специфики и цели³.

1. Икономическо въздействие

Туризмът играе съществена роля в икономическото развитие на много региони по света и град Вършец не прави изключение. Вършец, известен със своите минерални извори и природни забележителности, представлява важен център за развитие на туризма, като приносът му се проявява в няколко ключови направления.

1.1. Хотелиерство и настаняване

Хотелиерството в град Вършец играе важна роля в развитието на местния туризъм, въпреки че основният проблем е свързан с пътната инфраструктура. Градът предлага разнообразие от опции за настаняване, включително хотели, къщи за гости и самостоятелни стаи, които осигуряват комфорт и удобства за посетителите. Въпреки че тези обекти отговарят на съвременните стандарти и удовлетворяват нуждите на туристите, недостатъците в пътната инфраструктура представляват значителна пречка за развитието на туристическия сектор.

Пътната инфраструктура във Вършец е недостатъчно развита и съществуващите пътища и транспортни връзки не осигуряват лесен достъп до туристическите обекти и местата за настаняване. Това затруднява достъпа на туристи до града и възпрепятства потенциалното увеличаване на туристическия поток. Липсата на добре поддържани и свързващи пътища може да доведе до отрицателно въздействие върху туристическото преживяване и да ограничи възможностите за икономическо развитие на региона.

Развитието на пътната инфраструктура е от съществено значение за подобряване на достъпа до Вършец и за максимизиране на потенциала на настанителната база. Подобрения в пътната мрежа биха улеснили достъпа на туристи и биха създали условия за по-добро развитие на свързаните сектори като ресторантьорството и търговията. Инвестиции в модернизацията и разширяването на пътната инфраструктура ще имат положително влияние върху цялостното туристическо преживяване и икономическото благосъстояние на града.

За да се осигури устойчиво развитие на туризма, е необходимо да се инвестира в подобряване на пътната мрежа, което ще допринесе за по-добър достъп и по-висока привлекателност на региона като туристическа дестинация.

³ Пътеводител за туризъм в България - <https://opoznai-bulgaria.com/types-tourism.php> - посетен на 02.08.2024 г.

1.2. Културни и развлекателни услуги

Културните институции и развлекателните услуги в град Вършец са ключови елементи в създаването на комплексно туристическо преживяване, което привлича посетители и допринася за развитието на местната икономика. Градът предлага широка гама от културни забележителности и събития, които обогатяват престоя на туристите и подчертават уникалността на региона.

Сред значимите културни забележителности на Вършец е Банският комплекс, Палео парк разкриващ археологически находки от древността и експонати на отдавна изчезнали животни. Друг важен обект е Клисурският манастир, който се намира едва на няколко километра от града на здравето, но пази дълбока и красива история втъкана в местни легенди. Гостите на града могат да се насладят и на уникалните архитектурни стилове и исторически сгради, които придават на Вършец неговия неповторим характер.

Вършец е домакин и на редица културни събития, които допринасят за неговата привлекателност. Градът редовно организира културни фестивали, като ежегодния "Пъстра огърлица", който привлича посетители от близо и далеч с разнообразие от представления, концерти и демонстрации. Театрални представления и художествени изложби също допълват културния календар на Вършец, предоставяйки на туристите възможност да се запознаят с местната артистична сцена и творчески прояви.

Развлекателните услуги в града също играят важна роля в туристическото преживяване. За любителите на активната почивка, наличието на спа центрове и лечебни минерални басейни предоставя възможност за релаксация и оздравителни процедури. Във Вършец спокойствието в природните паркове създава опции за активно прекарване на времето на открито.

1.3. Здравни и спа услуги

Град Вършец е признат за значима дестинация в областта на здравния и спа туризма, благодарение на своите уникални минерални извори, които играят ключова роля в развитието на този сектор. Минералните води на Вършец са известни със своите терапевтични свойства, което привлича туристи, търсещи както медицински, така и релаксационни услуги.

Минералните извори на Вършец притежават специфичен химически състав, който включва ценни минерали и микроелементи, признати за техните лечебни и оздравителни качества. Тези извори са източник на лечебни води, които се използват в терапевтични процедури за лечение на различни заболявания, включително ревматични и ортопедични състояния, както и за подобряване на общото благосъстояние и жизненост.

Градът предлага разнообразие от спа центрове и лечебни заведения, които са специализирани в използването на минералните води. Тези обекти осигуряват широк спектър от услуги, включително минерални бани, водни масажи и термални терапии. Спа центровете във Вършец предлагат иновации в областта на здравословния туризъм, като съчетават традиционни методи на лечение с модерни технологии, за да предоставят на посетителите персонализирани и ефективни терапевтични процедури.

Освен медицинските и терапевтичните предимства, минералните извори във Вършец също така играят съществена роля в туристическата атрактивност на региона. Градът привлича посетители, които се интересуват от възможността за рехабилитация и релаксация в спа среда, като по този начин допринася за развитието на икономическите и социалните аспекти на местната общност.

1.4. Екологичен туризъм

Вършец и неговите околности представляват привлекателна дестинация за развитие на екологичен туризъм, благодарение на богатото си природно наследство и добре запазената екосистема. Природните резервати и паркове в региона предлагат изключителни възможности за практикуване на екологичен туризъм, което включва пешеходни турове, наблюдение на дивата природа и други активности, които са в синхрон с принципите на устойчивото развитие.

Сред основните природни забележителности в района са различни природни резервати и защитени територии, които играят ключова роля в опазването на местната флора и фауна. Пример е изградената пътека на Белоглавите лешояди край село Долно Озирово. Тези зони предлагат разнообразие от екологични маршрути и пешеходни пътеки, които позволяват на туристите да се насладят на непокътнатата природа и да се запознаят с уникалните екосистеми на региона. Чрез организиране на еко-пешеходни турове и образователни екскурзии, посетителите получават възможност да наблюдават местната дива природа в естествената ѝ среда, включително редки и защитени видове растения и животни.

Важен аспект на екологичния туризъм във Вършец е стремежът към устойчиво управление на природните ресурси и минимизиране на негативното въздействие върху околната среда. Местните власти и екологични организации активно работят за разработване на стратегии и инициативи, които целят опазване на природните ресурси и насърчаване на екологично отговорно поведение сред туристите. Това включва създаването на екологични образователни програми, които информират посетителите за важността на опазването на околната среда и за начините, по които могат да допринесат за устойчивото развитие на региона.

Развитието на екологичния туризъм във Вършец също така спомага за икономическото развитие на района чрез създаване на работни места в сферата на туристическите услуги и екологичния сектор. Инвестициите в инфраструктура, свързана с екологичния туризъм, като еко-хотели, информационни центрове и обекти за наблюдение на дивата природа, също допринасят за увеличаване на туристическия поток и за повишаване на съзнанието за значението на екологичните практики.

2. Синергия между туризма и допълващите индустрии

Синергията между туризма и допълващите индустрии е от съществено значение за устойчивото развитие на туристическия сектор. Интеграцията и взаимодействието между тези секторни компоненти водят до редица значителни ползи, които способстват за обогатяване на туристическото преживяване и укрепване на икономическата основа на туристическите дестинации.

2.1. Повишаване на качеството на услугите

Един от основните ефекти от взаимодействието между туризма и допълващите индустрии е значителното повишаване на качеството на предоставяните услуги. Подобрата координация и сътрудничество между различни сектори, като транспорт, ресторантьорство, развлекателни услуги и търговия – водят до по-подобри и интегрирани туристически преживявания. Например, ефективната комуникация между хотелите и местните транспортни услуги може да осигури безпроблемен достъп до атракции и събития, което в крайна сметка увеличава удовлетвореността на туристите и създава положителен имидж на дестинацията.

2.2. Иновации и разнообразие на услугите

Интеграцията между туризма и допълващите индустрии насърчава развитието на иновации и разширяване на предлаганите услуги. Когато различните сектори работят в тясно сътрудничество, възникват нови възможности за създаване на уникални туристически продукти и услуги, които отговарят на разнообразните интереси и предпочитания на посетителите. Например, сътрудничеството между туристическите агенции и местните производители на хранителни стоки може да доведе до разработването на гастрономически турове, които предлагат автентични кулинарни преживявания, или сътрудничество с артистични и културни организации за организиране на специализирани фестивали и събития.

2.3. Икономическа устойчивост

Взаимодействието с допълващи индустрии допринася за икономическата устойчивост на туристическите региони чрез разнообразяване на икономическите дейности и разширяване на приходните източници. Сектори като търговия, строителство и услуги също се възползват от нарастващия туристически поток, създавайки нови работни места и генерирайки допълнителни приходи. Тази икономическа взаимовръзка спомага за стабилизиране на местната икономика и намаляване на зависимостта от сезонни колебания в туристическия сектор; носи социални и културни ползи. Взаимодействието между различни индустрии може да води до увеличаване на социалната интеграция и културния обмен, като например местни общности, участващи в туристическите дейности, могат да запазят и популяризират своето наследство и традиции, както и да се възползват от културни и социални иновации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Допълващите индустрии в град Вършец играят критична роля в подкрепа на развитието на местния туризъм. Хотелиерството, ресторантьорството, културните институции и здравните и спа центрове създават условия за комплексно и удовлетворяващо туристическо преживяване. развитието и поддържането на тези организации са от съществено значение за устойчивото развитие на туризма в региона и за привличането на все повече туристи, които да се насладят на природните и културни богатства на Вършец.

БИБЛИОГРАФИЯ И ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Пътеводител за туризъм в България - <https://opoznai-bulgaria.com/types-tourism.php> - посетен на 02.08.2024 г.

ЗДРАВЕ ЧРЕЗ ВОДА И МУЗИКА ТРАДИЦИОНЕН ИЛИ НЕ-ТРАДИЦИОНЕН ПОДХОД В ТУРИЗМА

Мариела Петрова Димитрова⁴, E-mail: mariela.dimitrova@ts.un-vt.bg, ВТУ „Св. Св. Кирил и Методий“, България

Красимира Петкова Маринова⁵, E-mail: krassie_piano@yahoo.com, музикант

HEALTH THROUGH WATER AND MUSIC TRADITIONAL OR NON-TRADITIONAL APPROACH IN TOURISM

Mariela Dimitrova, E-mail: mariela.dimitrova@ts.uni-vt.bg, St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Turnovo, Bulgaria

Krasimira Marinova, E-mail: krassie_piano@yahoo.com, musician

Abstract: The authors of this report present a more unconventional and abstract point of view towards achieving human health through a combination of the traditional methods of hydrotherapy and balneotherapy and the benevolent effect of music. The purpose of the report is to put the focus on the spiritual harmony in sync with the physical and emotional human health. We present topics for reflection, which being so large in volume, are just marked and open for upgrading and deepening.

We open the door to knowledge, traditional since the times of ancient China, widely practiced by the Romans and developed over the years, but today as if displaced by the rhythm of modern society. Whether we want the routine to prevail or we are inclined to take the path to metaphysical development, is a choice for each of us. The authors try to emphasize that when we take care of our spirit to be high, we will naturally heal the body by using the power of water and good thoughts to create positive attitudes. The report has as much a practical sense as a philosophical view towards what constitutes the system of the human organism as a biological unit and a spiritual being.

Key words: health, music, balneology, hydrology, emotional health, psychology

РЕЗЮМЕ: Авторите на този доклад представят една по-нетрадиционна и абстрактна гледна точка към постигане на човешкото здраве като съчетание от традиционни методи на водолечение и балнеолечение с благотворния ефект на музиката. Целта на доклада е да се постави фокуса на духовната хармония в синхрон с физическото и емоционалното човешко здраве. Представяме теми за размисъл, които предвид своята обемност са маркирани и отворени за надграждане и задълбочаване.

Отваряме вратата към знания, традиционни от времето на древен Китай, широко практикувани от римляните и развивани с годините, но днес сякаш изместени от ритъма на съвременното общество. Дали искаме злободневието да надделее или сме склонни да поемем пътя към метафизичното развитие, е избор на всеки един от нас. Авторите се стараят да подчертаят, че когато се грижим духът ни да е здрав, тогава по естествен път ще оздравим и тялото, като използваме силата на водата и добрите мисли, създаващи положителни нагласи. Докладът има колкото практически смисъл, толкова и философски поглед към онова, което съставлява системата на човешкия организъм като биологична единица и като духовна същност.

⁴ Мариела Димитрова е автор на въведението, т. 1, т. 4.1 и заключението на доклада.

Красимира Маринова е автор на т. 2, т. 3 и т. 4.2 от доклада.

⁵ Авторът е музикант на свободна практика.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: здраве, музика, балнеология, хидрология, емоционално здраве, психология

ВЪВЕДЕНИЕ

Човешкото същество е система, в която са преплетени тленни и нетленни елементи на духовна същност и физическото тяло. Авторите на този доклад, всеки от своята експертиза и с оглед на своите убеждения, представят обща концепция за възможността да се съчетаят терапевтичният ефект на водата с този на музиката, които в едно общо цяло въздействат върху човешката природа, емоции и така подпомагат общото положително здравно благосъстояние.

В доклада, читателят ще се потопи в легендите за чудотворния ефект на минералната вода, в същината на музиката и нейните аспекти, които не само съпътстват човека, но могат да му повлияят при вземане на решения, за възстановяване и имат психосоциални измерения. Отправляме се на едно пътуване от древността и епохата преди Христа, за да стигнем до наши дни. Ще се радваме този доклад да провокира личната равностметка на всеки един читател/слушател и да насочи мисълта му към измерения, които развиват не само човешката му тленност, а и създават нетленно духовно наследство.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Да поговорим за здраве

Българският език има една много ценна дума, която хората употребяват ежедневно с различни конотации – здраве. Всъщност много малко от нас се замислят и осъзнават какво означава тя, а разбираме че е най-важната предпоставка едва когато възникнат проблеми, за да живеем, творим и да оставим следа във всемира. В тълковният речник на българския език е вписано следното значение на съществителното „здраве“:

„1. Състояние на организма, характеризиращо се с нормална дейност на органите. *Желая ти здраве. Физическо здраве.*

2. Физическо или душевно състояние на организма. *Добро здраве. Разклатено здраве. Как си със здравето?*

- *Гледам си здравето.* - Живея спокойно, безгрижно.
- *Пия за твоето здраве.* - Желая ти здраве (при наздравяване).
- *Ще имаш много здраве.* - Ще очакваш напразно нещо, което няма да стане.
- *Здраве желаем.* — Отговор на поздрав от строени войници, ученици.⁶

„Желая ти функционално здраве!“ – това беше пожелание, което чух преди години за рождения си ден от колега преподавател, който беше осъзнал какво означава да си здрав. Имал е житейски причини за това. Впечатлих се и мисълта ми препускаше, за да анализирам това колкото традиционно, толкова и нетрадиционно послание. Оттогава се опитвам с малкият капацитет от мозъка, който всеки човек реално използва, да отключвам нови сфери на познание и да разбирам що е това наистина да си здрав и как да постигнеш здраве без лекарствата, които ни предлага фармацевтичната индустрия, и без непрекъснатото чакане пред лекарски кабинети.

Осъзнах, че всъщност от древни времена човекът е открил формулата на функционалното здраве. Хората от индустриалната епоха и съвременните облачни услуги, които живеем във виртуалната среда някак си сме успели да забравим да слушаме

⁶ <https://rechnik.chitanka.info/w/здраве>

и чуваме природата; да разбираме, че когато сме се родили в едни географски ширини всъщност самата природа ни е предоставила всичко необходимо, за да бъдем истински здрави и да изпълним мисията си. Това древно знание все още съществува! Само ако откъснем поглед от електронните си устройства, които побират целия свят и всичката ценна информация за съвременния човек, със сигурност ще се осъзнаем кое и какво е най-ценното.

Малко от хората все още пазят и развиват, за да предадат към следващите поколения познанието за Човека; развиват го с научни методи и духовни практики. Да си зададем въпроса къде е възникнал живота някога преди милиони години? – във водата! Водата е една химична формула и заедно със скалите пази спомени на милиони години. Водата е жива, така както съзнанието и душата на човека са енергия и когато човешкото същество има съзнание и очи, за да прогледне отвъд материалното битие, тогава ще разбере, че всъщност носи в себе си една важна устойчива частица. Разбира, се, за това е необходимо съответното израстване и дистанциране от злободневните битовизми. Човекът, като организъм принадлежащ към животинското царство има не само мозък, а и разум – отличителната му черта. Не случайно се говори за психосоматични реакции и състояния, които имат външни проявления в общият здравословен статус. **Но видимото е една малка част, която подсказва на човека да се осъзнае и да търси решение, да се бори и да превенира неблагоприятен изход. И тук сто въпроса как? Един от възможните отговори, които авторите на доклада ви дават е в следващите редове.**

2. Връзката на музиката и живота

Те вървят успоредно по два пътя – низходящ и възходящ. В музиката се говори за чисти и правилни тонове, в живота – за хармонични и нехармонични действия. Житейските противоречия са неправилните тактове, а страданията – дисонантните тонове. Животът сам по себе си е музика и човекът не може да живее без нея. Той трябва да минава през него осъзнато, музиката да спомага за изграждане на неговата разумност. Учителя Петър Дънов казва: „Докато той (човекът) не разбере живота като музика, не ще може и правилно да живее. Видимата, външната страна на съзнателния живот всякога започва с музика.“⁷

Във физическия свят музиката се проявява като музика в движенията, музика в дишането и музика в храненето. Както се вижда – тя, осъзнаваме или не, не може да се отдели от никой аспект на живота ни. Тъй като представлява трептения – тези трептения влизат в чувствата, в мислите, в говора ни, в настроенията ни, в ежедневието ни тонус, във физическата ни кондиция; взаимодействат по невидим начин с физическите ни тела, доколкото те са също енергийно поле.

В сегашното ни развитие като хора музиката свързва всички звена и явления в живота ни, както тоновете са свързани един с друг. Може би не си даваме сметка за това. Музиката в нашия свят определя доколко ще се прояви любовта като отношения между хората, мирно ежедневие, толерантност, доброта, благодарност, радост от живота, удовлетворение; доколко на земята ще се прояви красотата като всеобхващаща категория. Тя е признак на самия живот и мерило за неговата стойност – от това зависи доколко музиката е в състояние да освободи човешката душа от земните потребности. Чрез нея стават всички постижения.

⁷ Учителя Петър Дънов. Сила жива. Ново разбиране за музиката. Изд. Сила и живот, 1993, стр. 38.

3. Психология на музиката и как влияят звуците

„Вие не знаете каква невидима, но велика работа вършат музикантите в света. Те може, без сами да знаят това, да трансформират състоянията на хората. Един цял народ може да се промени, да се насърчи и да се вдъхнови от музикантите. Те са едно благо за човечеството. Да знаете колко пъти те са намалявали страданията на хората и колко пъти са ги спасявали от отчаяние.“⁸ *В индивидуален физически план* музиката подсилва дейността на мозъка, понижава нивото на стрес, прави умствената дейност по-продуктивна. При по-възрастните хора влияе позитивно при възприемането и обработката на нова информация. *В обществен план* музиката свързва хората по сходни дейности, по културни и образователни интереси; установява и заздравява връзките между тях на такава основа.

3.1. Влияние на музиката върху емоциите

Музиката се разглежда не само като плод на уменията на нейните създатели, но и като резултат от емоционално инженерство. Ритъмът ни кара да се движим или ни успокоява и хипнотизира, пренася ни в друго усещане. Мелодиите могат да бъдат радостни или тревожни; романтични или тежки – всяка разкриваща собствена чисто емоционална история. Така могат да се предизвикват конкретни реакции и усещания – колкото сходни, толкова и различни. Например западно-европейската и източната музика имат различен език и изразни средства заради спецификата на съответните общества, чийто национални и емоционални особености отразяват.

От публикувано през 2020 г. изследване на учени в Бъркли се класифицират 13 вида споделени усещания, които група слушатели от различни култури откриват в над 2000 музикални откъса. По този начин те разграничават цялата тази музика не според нейния жанр – джаз, класика, поп-музика и т.н. – а според емоциите, които предизвиква сред слушателите.

3.2. Влияние на музиката върху настроението

Силата на музиката се състои в нейното влияние върху психо-емоционалното състояние на човека. Идеята е тя да има положително въздействие и да прави хората по-щастливи и хармонични, като създава и поддържа добро настроение, помага за отпускане и зареждане с градивна енергия.

3.3. Влияние на музиката върху работата и творчеството

Въздействието на музиката в тези случаи не е еднозначно – при една дейност е добро, при едни хора е ползотворно, при други – не. Помага ли музиката на човек да се концентрира? Различно. По принцип за най-добра концентрация е подходяща пълната тишина. За служители в офис – подходяща би била инструментална фонова музика без текст. При спортистите – ефектът е положителен. Много от спортовете се практикуват на фона на музика. Влиянието на музиката върху психиката на спортиста е подобна на стимулант. При физическия труд ситуацията е по-проста – музиката в този случай се използва за повдигане на настроението и тонуса – напр. при някои от българските народни песни; при т.н. уърк сонгс (work songs) на негрите в Америка.

⁸ Учителят за музиката - Учителя Беинса Дуно - Петър Дънов -Библиотека (petardanov.com)

4. Терапевтичен ефект на водата и музиката

4.1. Водата

Терапевтичните ефекти на водата са приложими чрез **хидротерапия** (водолечение чрез външно приложение на прясната вода) и **балнеотерапия** (приложение на минералната вода за профилактика, лечение и стимулиране на ключови системи в организма като имунна система, кръвообращение, ускоряване на клетъчна активност, засилване на възстановителния потенциал на клетките и тъканите). Водата се използва за профилактика и възстановяване на здравето от древни времена. В исторически план, първите писмени извори за прилагане на хидро и балнео терапията датират от III-ти в. пр. н.е. и са установени в културата на индусите. Четирите книги на знанието – Веди, написани на санскрит, съдържат първите писмени данни за терапиите с вода, прилагани в древен Китай.

Водата и музиката имат своята неразривна връзка, открита от хората през 70 г. от н.е. Древните римляни са били почитатели на термалните води и те въвеждат традицията да се строят комплекси до термални извори. В божествения култ на римляните съществува образа на богинята Минерва, наричана още Медика – Лечителка, в чиято чест били изградени множество терми на огромната територия на Римската империя. Минерва е смятана за откривателка на музиката и е почитана като богиня на мъдростта, покровител на занаятите, изкуствата и науката, и е била богинята на войните за благородна кауза. Водата и музиката лекуват заедно и поотделно, но са най-силни в своята симбиоза, затова римляните имат поговорката “Mens sana in corpore sano.” – Здрав дух в здраво тяло, и да подчертаем – на първо място е здравият дух! Защото, когато душата е пречистена и цяла, духът е спокоен, то тялото ще е здраво. В противен случай – при болен дух, тялото реагира и външно проявява съответните индикации че има проблем, но на невидимо с просто човешко око ниво. Част от лечението на всеки здравословен проблем е да се обърне внимание на душевното равновесие и спокойствие, само че в днешно време ние сме забравили, че сме една сложна система, състояща се от два компонента – душа (метафизичен елемент, безплътен и невидим) и тяло (физически и материален образ в плът, който се ражда, живее и умира).

Целебната сила на водата е позната на най-древното население на българските земи и не случайно от хилядолетия преди нас са водени войни за тази територия, защото тя има от вълшебната съставка за здраве на духа и тялото – естествените минерални извори.

Тук е мястото за една легенда, която разказва за силата на водата, братския завет и исторически истини – легендата за Гала Плацидия (дъщеря на император Теодосий I, майка на император Валентиниан III и регент на Западната римска империя; единствено нейните тленни останки са били запазени в мавзолей в Равена, Италия и няма такъв прецедент на друга толкова почитана жена владетел в римската история). Като всяка история, легендата по свой романтичен начин има своя красив и успешен финал.

Гала Плацидия тръгнала от Константинопол за Рим, с цел да освободи сина си Валентиан от пленничество в Равена. Брат ѝ Хонорий бил много болен и очаквал смъртта, затова Гала Плацидия отишла да го види. Хонорий посъветвал сестра си, че за да успее начинанието ѝ, първо трябва да отиде на едни специално място - райско място с чудотворна вода. Братът казал: „Ще вървите много дни, ще минете през Августа Траяна и Филипопол, преди да стигнете Сердика, се отбийте на юг. В подножието на четирите планини, край река Палакария, наречена на нашата родина Пулхерия, ще намерите едно

райско място с чудотворна вода. Отдъхнете си, потопете се в лековитите извори, напълнете всичките си амфори с тази чудотворна вода. Ще бъдете здрави и силни и начинанието ви ще успее.” Легендата със сигурност има своя вълшебен елемент, но в нея се корени историческа истина и обективна фактология за силата на минералната вода. Мястото, където Хонорий изпратил сестра си сега е на българска територия и се нарича село Белчин, а над него е емблематичната крепост Цари Мали град (древна обсерватория и място с много богата история).

А дали се е сбъднало пророчеството на Хонорий? Гала Плацидия изпълнила съвета на брат си, посетила Белчин, поела сили от чудотворната вода и завзела със своята армия Равена; Валентиан бил освободен и майка му го провъзгласила за император, а тя станала негов регент, докато той навърши пълнолетие, за да продължи да управлява самостоятелно.

Хидротерапията се изразява във външно приложение на обикновената вода за лечение и профилактика, чрез разработени методи и техники в които се използват трите агрегатни състояния на водата – твърдо, течно и газообразно. Какво е ценното на водата като физически характеристики? – свойствата:

- топлинен капацитет – поема и задържа топлина;
- топлопроводимост – предполага да се използва при водни процедури;
- пластичност - за моделиране около тялото
- добър разтворител – при външно приложение за разтваряне на различни екстракти, билки, соли и други;
- добър изолатор – ограничава провеждането на електрически ток, а следва да отчитаме че темата за вредните ефекти от излъчванията става все по-наболяла и все по-актуална.

Минералната вода е в основата на балнеологията, тъй като тя е инструментът, с който се работи за провеждане на балнеолечение. Съществуват няколко дефиниции за минерална вода. От юридическа гледна точка минералните води са подземни води за които има издаден сертификат и/или комплексна балнеологична оценка от Министерството на здравеопазването и/или стопанска оценка от Министерството на околната среда и водите. *Българската асоциация по подземни води* акцентира върху следната дефиниция: „Подземни води с дълбоко залягане, които имат повишена температура (повече от 20 °C) и/или минерален състав, газове и биологично активни компоненти, които ги отличават съществено от обичайните плитко залягащи студени подземни води в района.“⁹ *Балнеолозите* също имат своята гледна точка за това що е то минерални води: подземни води, които са обявени за минерални. Основните показатели за обявяване на минералните води са: дълбокият подземен произход; устойчивият физикохимичен състав и свойства, които не се влияят от сезонните и многогодишните климатични и други колебания и промени в природната среда; общата минерализация, йонният състав, температурата, редокspotенциалът и съдържанието на биологично активните съставки. Биологично активните съставки се вземат под внимание, ако тяхната концентрация е по-висока от следните минимални стойности в mg/l: флуорид - 2; бромид - 10; йодид - 5; железни йони (двувалентни и тривалентни) - 10; метасилициева киселина - 50; метаарсениста киселина - 1; окисляеми от йод серни съединения, изчислени като сероводород - 10; въгледвуокис - над 300 за питейно прилагане и над 400 за външно прилагане; радон - 185 Bq/l.

⁹ <http://bgapv.com/minerals.php>

Масово днес се използва акронима SPA – „Sanitas per aquas” (Здраве чрез вода.). Съществуват множество спорове за произхода на термина, за това кои са реално съставните думи на акронима, но целта на настоящият доклад не се фокусира върху това, а по-скоро върху концептуалното му съдържание и смисъла за въздействието върху системата на човешкия организъм. Закона за туризма (т. 45 и т. 46 от Допълнителните разпоредби) въведе няколко дефиниции, които имат отношение към термина СПА – СПА център и СПА услуги. Ще си позволим да цитираме дословно закона:

„”СПА център” е самостоятелен или изграден към място за настаняване център, намиращ се в градска или курортна среда, в който се прилагат разнообразни процедури, програми и ритуали, включващи използването на вода - минерална, изворна и друга разрешена от закона, и/или лечебна кал и/или морска вода и/или други естествени природни фактори, чрез прилагане на класически и нетрадиционни методи на въздействие, целящи антистрес, релакс и психо-физическо възстановяване, както и насочени към красотата на човешкото тяло.“

„СПА услуги“ са услуги, изискващи използването на вода (минерална, изворна, както и друга разрешена от закона), както и лечебна кал и/или морска вода, и/или други естествени природни фактори за класически и нетрадиционни методи на въздействие, целящи възстановяване на психо-емоционалното и физическото здраве, както и насочени към красотата на човешкото тяло.

При един съпоставително-аналитичен прочит на двете дефиниции виждаме, че целта от няколкото метода при спа процедурите е да се възстанови психо-емоционалното и физическото здраве, и са насочени към красотата на човешкото тяло чрез класически и нетрадиционни методи на въздействие. Всъщност тялото на човека освен плът е енергия, а мозъчните неврони се влияят от вибрации, каквито са музикалните тонове. Терапевтичната сила на водата се засилва, когато се прилага в симбиоза с музиката. Именно затова в следващите редове ще разгледаме как музиката влияе върху човека.

4.2. Музиката

Музиката е **терапия за физическото тяло**. Слушането на музика е процес, който съпровожда много от времето и заниманията ни през целия живот. Музиката ни помага да бъдем в добра трудова и творческа кондиция, да развиваме емоционална интелигентност, да поддържаеме паметта си в добра форма. Помага ни да хармонизираме отношенията си с другите, да си предаваме положителна и градивна енергия, да бъдем добри. Музиката освен лечебно средство е също и средство за подмладяване, за обновление. Тя тонира човешките чувства, внася приятно разположение на духа.

Както казва Учителя Петър Дънов: „Здраве – това е вътрешната хармония между всички органи на тялото...То (здравето) зависи от вътрешния контрол на човешкия мозък, от симпатичната нервна система и от тялото...Човек носи в себе си всички възможности сам да се лекува.“¹⁰ Музиката е процесът, който внася в организма правилен хармоничен ритъм, възстановява правилния ред и порядък на мислите, чувствата и постъпките и оттам ликвидира болезнените състояния, предизвикани от нарушаването на естествения ред. Музиката е лекарство срещу отровите на ежедневието, които, допуснати в организма на човека, водят до дисбаланс, т.е. болест. Тъй като тези отрови по съществуото си представляват енергия – те се лекуват с подобното, т.е. с енергия (каквата е музиката).

¹⁰ Учителя Петър Дънов. Сила жива. Ново разбиране за музиката. Изд. Сила и живот, 1993, стр. 115–116.

Непрестанно се разширяват границите на лечебното действие на звуците и честотите във физически план. Определени честоти на звуците се използват като част от терапии с цел да се манипулират мозъчните вълни на хората в лечението на неразположения като безсънието, тревожността, депресията, както и на болести на нервната система. Още в древна Гърция лечението и музиката са свързани както с теологията, така и с медицината. А в днешната епоха лечението със звукова честота се постига чрез разнообразни методи – от слушането на записи с различни бинарни честоти до участването във вибрационно-акустични терапии. Музиката пробужда емоционален отклик в човешкото тяло, който може да доведе до всичко – от настръхване на кожата до порой от пречистващи сълзи. Вибрационните инструменти като пеещите купи и гонгове се използват за създаването на леки вълни от вибрации, които са насочени към пренастройването на съзнанието.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Авторите споделиха теми, които ги вълнуват и докладът остава с отворен финал. Много са въпросите, които се опитахме да поставим и най-вече се постаряхме да обединим в едно цяло грижата към душата и тялото, като го свързахме с първоизточника на живота – водата. Човешкото тяло е система, както и музиката е система. Понякога бързо се сменят настроенията и темпото, но общото е че музикалните вибрации са плод на един разум, който влияе върху общото благосъстояние на човешкият дух и разум.

Ние смятаме, че човек в съзнателния си живот е творение и творец, и той трябва да надскочи злободневието. Дали всеки може да го стори зависи от много фактори, и най-вече от свободата да си поставяш цели и да имаш сили да ги изпълниш.

Пожелаваме на всички функционално здраве и духовно развитие!

БИБЛИОГРАФИЯ И ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Георгиев, Г., 2015. Основи на здравния туризъм, София
2. Закон за туризма (Обн., ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г., в сила от 26.03.2013 г.);
3. Учителя Петър Дънов. Сила жива. Ново разбиране за музиката. 1993. Изд. Сила и живот;
4. Лечебните честоти и човешкото тяло: Пълен списък и ползи - Здрави всеки ден - новините за здраве и благополучие (zdravivsekiden.com);
5. <http://bgapv.com/minerals.php>
6. Психология на музиката – как звуците влияят върху емоциите - Блог - Urban House Studio;
7. Учителят за музиката - Учителя Беинса Дуно - Петър Дънов -Библиотека (petardanov.com);
8. <https://rechnik.chitanka.info/w/здраве;>
9. www.nub.art.

ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА БАЛНЕОЛОЖКИЯ ТУРИЗЪМ В БЪЛГАРИЯ

Шермин Кирова, e-mail: sherykirova@gmail.com
„Булгермед ВЕ“ ЕООД, България

OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF BALNEOLOGY TOURISM IN BULGARIA

Shermin Kirova, e-mail: sherykirova@gmail.com
“Bulgermed VE” Ltd, Bulgaria

Abstract: Bulgaria has twice as much mineral water as the world's mineral resources. This is a huge and valuable resource for the development of balneological tourism in our country. This report briefly presents the classification of mineral waters and what mineral springs Bulgaria has; how mineral water is used in balneology treatments; what is the profile of tourists interested in the tourist product of balneological tourism.

The aim of the report is to present Bulgaria's opportunities for offering a tourist balneological product, given the resources the country has. In the recent past balneological tourism was a government priority, but after 1989 the state gradually withdrew. Nowadays significantly more popular in the segment of tourists up to 55 years spa tourism, and in fact balneotherapy and hydrotherapy are those that have a beneficial effect on the human body.

Key words: mineral springs, balneology, tourism, hydrotherapy

РЕЗЮМЕ: България притежава два пъти повече по количество минерални води в сравнение със световните минерални ресурси. Това е огромен и ценен ресурс за развитие на балнеоложки туризъм в нашата страна. В настоящият доклад накратко се представя класификацията на минералните води и с какви минерални извори разполага България; как минералната вода се използва в балнеолечебните процедури; какъв е профила на туристите, които проявяват интерес към туристическия продукт на балнеотуризма.

Целта на доклада е да представи възможностите на България за предлагане на туристически балнеопродукт, предвид ресурсите с които страната разполага. Балнеолечебният туризъм някога е бил държавен приоритет, но след 1989 г. постепенно държавата се оттегля. В наши дни значително по-популярен в сегмента туристи до 55 г. спа туризма, а всъщност балнеотуризма и водолечението са тези, които имат благотворно влияние върху човешкото тяло.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: минерални извори, балнеология, туризъм, водолечение

ВЪВЕДЕНИЕ

Многобройните източници на лековити минерални води в България са основополагащ фактор за развитие на балнеоложкия туризъм. България е сред първите държави в Европа по богатство и разнообразие на хидротермални води. Страната ни е

втора след Исландия и изпреварва държави с доказани традиции в балнеологията по отношение на съществуващи, развити и регистрирани (сертифицирани) ресурси на минерална вода.

ИЗЛОЖЕНИЕ

1. Минералните води – класификация, основни находища и методи на приложение

Минералните води са особен вид подземни води, които са продукт на геоложки, хидроложки, геолого-химически, геофизични и микробиологични процеси и условия. Тези процеси са се развивали на голяма дълбочина под земята при голямо налягане, висока температура и отсъствие на светлина и въздух. Минералните води в България са ценни поради многообразния си химически състав и минерализация, вид разтворени в тях соли, целебни газове, биологично активни вещества и микроелементи. Практически в страната ни се срещат всички възможни видове, съществуващи в природата.

Находищата на минерална вода – изключителна държавна собственост в България са 102 на брой, като са разкрити повече от 65 водоземни съоръжения (сонаджи и каптирани естествени извори). Съществуват и находища на минерална вода, които са публична общинска собственост, а техният брой е над 40.

В България са открити над 1600 извора, като 500 от тях са лечебни, 80 % от които са с доказани уникални лечебни качества. У нас има 600 естествени минерални извора и 400 сондажа предимно в Северна България и по Черноморието. Страната ни е между най-богатите на минерални води зони не само в Европа, но и в света. България е на второ място в света по брой минерални извори след Исландия. В страната ни има общо над 225 находища на минерални извори с общ дебит над 5000 л/сек. В Южна България те са 148, а в Северна 77. В Южна България преобладават естествените находища, а в Северна чрез сондаж. В Южна България във вид на извори са 82 находища и чрез сондаж 66, а в Северна България преобладават чрез сондаж – 57 и във вид на извори 20. Общият годишен обем на експлоатационните запаси от минерална вода в България е 109 млн.куб.м, от които само половината се използва за различни цели - главно за стопански.

Разломите в земната кухина са основната причина за разпространението на минералните води по територията на страната ни. Те са разпределени към няколко дълбоки разломни линии – по долините на Струма, Места, по Северното подножие на Родопите и Рила, Задбалканските котловини, по границите между Стара планина и Предбалкана.

В зависимост от химическия състав минералните води биват:

- *въглекисели* - съдържат над 500 мг/л въглероден диоксид - Михалково, с. Право бърдо;
- *сероводородни* - над 10 мг/л сероводород - Видин, Кюстендил, Сапарева баня;
- *азотни* – с повишена алкалност, ниска минерализация и често богати на микроелементи – най-често срещани в България;
- *радиоактивни води* – радонови – Нареченски бани, Момин проход.

Според температурата на водата минералните извори биват:

- *студени (хипотермални)* до 20 °С;
- *топли (субтермални)* 21-37 °С;
- *топли (термални)* 37-42 °С;

- *горещи (хипертермални) над 42 °C*

Според концентрацията на разтворените твърди минерални вещества (минерализация) минералните води биват:

- *слабоминерализирани – под 1 г/л*
- *преходни - 1-2 г/л*
- *минерализирани - над 2 г/л*
- *средно минерализирани води - 2-15 г/л*
- *силно минерализирани води - 15-30 г/л*
- *разсолни води над 30 г/л*

В зависимост от осмотичното налягане водите биват:

- *хипотонични*
- *изотонични*
- *хипертонични*

По мнение на д-р Димо Караколев, един от най-известните ни балнеолози, по физико-химичните си характеристики, нашите лечебни води покриват всички световни известни регистрирани марки, като качествата има са установени по клиничен и експериментален път. По неговата медико-балнеологична класация практически са застъпени:

- *по-слабо и по-силно минерализирани хидрокарбонатни, сулфатни, хлоридни, натриеви, калциеви, магнезиеви;*
- *съдържащи лечебни газове - въглекисели, сулфидни, радонови;*
- *с биологично активни микроелементи - силициеви, флуорни, йодно-бромни, желязо-съдържащи и др.*

Преобладаващата част са естествено извиращите минерални води, които са разположени по хидрогеоложки причини в т.нар. припланински райони, особено в Рило-Родопския масив, Средногорието. Редица от тях са сред най-горещите в региона на Балканите и в цяла Европа, като пример за това са: Сапарева баня - 103 °C, Варвара – Пазарджишко - 92 °C, Велинград - Каменица - 90,5 °C, Сандански - 83°C.

Голямо е разнообразието на минералните води по състав и температура. **В страната преобладават находища с температура от 37 °C до 50 °C.** В Северна България преобладават студените, а в Южна България топлите и горещите (хипертермалните води).

- *най-ниска е температурата на минералната вода във Вонеща вода (12 °C);*
- *най-висока е температурата на гейзера в Сапарева баня (103°C);*
- *най-слабо минерализирана в Княжево - 145 мг/л;*
- *най-силно минерализирана на разсолите в с. Мирново, Варненско 243 мг/л;*

Нашата страна разполага с ограничено количество минерални води, съдържащи във висока концентрация въглероден диоксид, които имат приложение при курортното лечение на сърдечно-съдови и стомашно-чревни заболявания. Такива балнеологични курорти са при с. Михалково и с. Право бърдо (Смолянско). На лице са геоложки предпоставки да бъдат открити още такива въглекисели хидротерми в благоприятни курортни райони – Централни Родопи и Странджанското черноморско крайбрежие. Интерес представляват и содо-глауберовите минерални води, засега те са най-добре представени чрез водата в град Меричлери (Хасковско), която по своето действие не отстъпва на прочутите води на Карлови Вари и Франтишкови лазне в Чехия. Содо-глауберовите води са питейно-лечебно средство при заболявания на стомашно-чревния тракт, черния дроб и жлъчните пътища.

Характеристиката на лечебните качества на водите от различните региони в България се базира на проучвания както кабинетни, така и полеви, т.е. на място. Анализът на лечебно-възстановителните качества на водите днес е възможен и благодарение на актуалността и картографирането на данните и параметрите, регистрирани като резултати от научни и приложни изследвания на курортните хидроминерални ресурси, датиращи от 50-те години на ХХ-ти век. Разработеният още тогава подробен *национален Атлас за лечебните води* (актуализиран периодично до днес) е уникална база за подбор на обективна и пазарно-значима информация. Неговата детайлност и задълбочеността на изложените данни, дават ясна представа за естеството и параметрите на подземните и надземните хидроминерални ресурси, както и пространствена дислокация на националните ни лечебни водоизточници.

2. Географско райониране на минералните води в България

Минералните води в нашата страна са районирани в 10 географски области.

- *Дунавска равнина* - минерални води във Видинско и Плевенско.
- *Старопланинска природо-географска област* - минерални води - Шипково, Вонеща вода, Вършец и др.
- *Задбалкански котловини* - минерални води с важно стопанско значение - Овча купел, Горна баня, Княжево, Панчарево, Банкя, Баня (Карловско), Павел баня, Сливенски минерални извори.
- *Краище и Средногорие* - Стрелчански, Панагюрски, Старозагорски, Сапаревски са най-известните минерални извори в областта.
- *Тракийско-Странджанска област* - на границата с Родопите бликат карстови извори - Асеновградски, Три води и др.
- *Осогово-Беласишка планинска редица и долината на средна Струма* - минералните извори Сандански, Симитлийски, Левуновски са най-известните.
- *Рила* – с най-важно стопанско значение са минералните извори Сапарева баня, Долна баня, Костенецки, Разложки и др.
- *Пирин и долината на Места* - минералните извори в Разложко, Добринище, Огняново (Гоцеделчевско) са от важно значение.
- *Родопска планина* - богати на карстови извори Клептуза (Велинград), Хубча (Смоленско), както и минералните води Михалково, Девин, Наречен.
- *Черноморско крайбрежие* - минерални води има в Бургаско и Варненско.

На фигура 1 е представена карта на основните находища на минерални води в Република България.



Фиг. 1. Основни находища на минерални води в Република България.

Източник: <https://bulterma.eu/минерални-извори>

3. Балнеолечението – ключов елемент за продукта балнеоложки туризъм

Подобното изучаване на всички характеристики на типовете води и конкретните им лечебно-възстановителни качества дават знания, чрез които могат да се анализират възможностите за разработване и конкурентно предлагане на балнео-туристически услуги (пакети), според индивидуалните потребности на туристите.

Балнеолечението е основен елемент от продукта на балнеоложкия туризъм. Наричано още балнеотерапия в класическия си вид е свързано с лечебно-профилактично въздействие на минералните води. То е част от балнеологията и се разглежда като влияние върху организма на приеманите външно, традиционно чрез бани, в басейни или процедури във вани, както и вътрешно чрез пиене на различни по лечебните си качества води, инхалации и иригации. Съвременната медицина отнася балнеолечението към средствата за активно функционално, възстановително, неспецифично лечение. То се прилага при различни болестни състояния в определени стадии и фази на заболяването. Всички обективни оценки потвърдени от клиничните и експериментални изследвания доказват, че не трябва да се надценяват лечебните възможности на балнеолечението като специфична терапия и да се смята, че то може да замени медикаментозната терапия.

Балнеологичните методи за лечение и възстановяване на организма използват минерални води с разнообразни физико-химични свойства. Тези води се характеризират с наличието на различни йони, наличие на газове, като въглероден диоксид, сероводород, радон и други, придаващи им характерни особености на тяхното физиологично и лечебно въздействие.

В медицинската практика традиционно в България и в другите богати на лечебни води страни, балнеолечението се извършва под формата на:

- външно приложение;

- *вътрешно приложение;*
- *инхалационно приложение.*

При външното приложение на минералните води върху организма на човека действат директно и паралелно по-важни лечебни или възстановителни фактори: механичен, термичен, химичен, радиационен.

Термичният фактор е с основен лечебен ефект в балнеолечението, проявяващ се по-отчетливо, колкото по-значима е разликата между температурата на водата и човешкото тяло.

Механичното въздействие се осъществява чрез контакта с водата плувайки в басейна или чрез воден масаж, при които случай тялото е подложено на удара или тласъка на водата, което активира кожата, подобрява кръвообръщението и сърдечната дейност, а това води до активизиране на обменните процеси в организма.

Химичното въздействие на минералната вода се оказва паралелно с механичното и термичното. През кожата в организма преминават газове (радон, въглероден диоксид, сероводород), както и химични елементи укрепващи организма, йод, желязо, стронций, метасилициева киселина и др. Минералните вещества формират върху кожата невидим микрофилм, който трайно продължава процеса на пенетрация в кожата и след банята.

Радиационният фактор свързан с радиоактивното излъчване е лечебно свойство на минералните води, когато ефектът се прогнозира и обвързва с дозата и времетраенето на процедурите от страна на добре обучен медицински персонал в балнеолечебниците.

Иригационното лечение (промивките) и инхалациите са съществена част от балнеологичната практика и се прилагат с цел въздействие върху лигавиците на дихателната система, устната кухина, дебелото черво, влагалището и т.н.

Националното ни богатство на подходящи за тези видове лечебно-възстановителни процедури в регистрираните ни минерални води се свързва с :

- радиоактивни води - Наречен, Стрелча, Шипково, Момин проход
- серни (сулфидни води) - Кюстендил, Сапарева баня, Благоевград
- йодно-бромни - Шкорпиловци, Ново Оряхово
- солени води - Сланотрън, Мирново

За общо укрепване и закаляване на организма се използват най-вече слабо-минерализираните, морската, хлоридно-натриевите (солени), както и слабо силициеви, флуорни, сулфидни и други минерални води. *Около 70% от минералните води в България са слабоминерализирани.*

Вътрешното приложение на минералната вода е основна форма на водолечение. При нея водите оказват въздействие със своята температура, минерален и газов състав върху храносмилателната система, върху нейната секреция и перисталтика. Попадайки в кръвта и лимфата на организма, водата предизвиква уравновесяване на киселинно-алкалните параметри, в колоидните свойства на белтъците, и в отлагането на солите в човешкия организъм. Пиенето на минерални води до усвояване на ценни минерали и газове в тъканите и в органите на организма.

Питейните минерални води на България се използват за лечение на хронични възпалителни процеси на стомаха (гастрити), червата (колити), язвена болест в стадий на затишие, заболявания на жлъчните пътища, черния дроб, дихателната система, урологичната система и бъбреците, болести на обмяната на веществата и др. Те са отлично профилактично и възстановително средство, безценен дар от природата все повече оценяван от българския и чуждестранния турист.

4. Водолечение с минерална вода

Използването на минералните води при балнеолечението често се комбинира с други физико-терапевтични средства - електро- и светолечение, масаж, лечебна гимнастика и др. За предлагането на разнообразните балнео-процедури хотелът трябва да притежава специална база със съответното оборудване и квалифициран медицински и специализиран персонал. За провеждане на климато-балнеолечение много хотели използват и благоприятните за тази цел природни дадености – климат (Сандански, Костенец, Банкя), минерални извори (Хисаря, Кюстендил, Велинград), море (черноморските хотели).

Съобразно своя физико-химичен характер минералните води оказват сложно и многостранно въздействие върху организма.

- При външно приложение (вани, басейни, душови процедури и др.) на минералните води те въздействат с основните си фактори – химичен, термален и механичен.

Доказано е преминаването на минералните вещества в йонно състояние и лечебни газове през здрава, неувредена кожа (радон, въглероден диоксид, сероводород, желязо и др.). При балнеопроцедурата се образува т.нар. солева мантия, или отлагане на минерални вещества в йонен състав по кожата и подкожието, които продължават да въздействат и да се резорбират в следващите 24 ч. Затова е добре след минерална процедура тялото да не се измива с обикновена вода. Комплексите от водни молекули на минералните води действат значително по-сино върху организма – т.нар. *ферфорефект*. При практикуване на балнеоложки туризъм туристите най-често ползват следните водни процедури:

Открит басейн с минерална вода. Прилага се за лечение на заболявания на опорно-двигателния апарат, спортен травматизъм, като общоукрепваща и тонизираща процедура и др.

Закрит басейн с минерална вода. Използва се целогодишно. Прилага се както при открития.

Подводен масаж (тангентор). Хидропроцедура, която се среща често при балнеопроцедурите и се прилага по лекарско предписание. Извършва се подводен душов масаж, който осъществява траен дренажен ефект на долните крайници. Позволява пълен цикъл с морска и минерална вода, лечебна кал и др. морски продукти.

Цели вани или полувани с минерална вода. Прилагат се отново по лекарско предписание в съответствие с желанието терапевтичен ефект.

Четирикамерни и хидрогалванични вани. Хидропроцедура, провеждаща се в специална вана, която има четири камери – по една камера за всеки крайник. Най-често се комбинира, като във всяка камера се поставя галваничен елемент. Същият се задейства и се комбинира лечебното въздействие на хидропроцедурата и на галваничния ток. Прилага се при ставни заболявания, нервни болести и др.

Въглекисели седалищни, кислородни, перлени и др. вани. Хидропроцедури, при които се постига комбинирано въздействие на водата и подаване чрез специален апарат под налягане на различни газове – кислород, въглероден двуокис, озон и обикновен въздух. Чрез подаване на въздух се извършва подводен микромасаж на тялото от въздушните мехурчета. Действа релаксиращо или ободряващо в зависимост от добавените продукти, които могат да бъдат морска сол, луга и др. Прилага се за лечение на нервната система.

Душови процедури. Използват се различни процедури, за които е необходима специална зала с душова апаратура. Терапевтът масажира тялото с душ, процедурите са

с времетраене 3-5 мин. по лекарско предписание. Шарко душ – наричан още струен душ или „шотландски душ“. Интензивна процедура за водолечение, при която се извършва своеобразен ударен масаж на тялото от разстояние (3 до 3,5 м) с насочени силни струи вода (налягане 2-3 атмосфери). Водата е със средна температура 15 - 20 °С, като е възможно да се редуват топли и студени струи. Осъществява общо тонизиращо, стимулиращо и дренажно действие, подобрява микроциркулацията, действа релаксиращо на мускулите. Съвременните балнео хотели предлагат богато разнообразие от контрастни процедури (контрастен душ, леден фонтан, кнайп пътека, душ Виши и др.).

- *Питейно приложение на минералните води.* Поради много по-голямата резорбтивна способност на лигавицата на храносмилателния тракт в сравнение с кожата вътрешното приложение на минералната вода е основна форма на водолечение. Тук водите оказват въздействие със своята температура, минерален и газов състав върху храносмилателната система, върху нейната секреция и перисталтика. Видът на водата и дозировката зависят от заболяването. Един курс на питейно лечение обикновено трае 20 дни, като в първите 4-5 дни се пие не повече от 250 – 300 мл. Прилага се в хотели, които са в региони с минерални води.
- *Инхалационно приложение на минерални води.* Характерно при инхалаторното приложение на минералните води е действието върху огромната площ на бронхиалното дърво и алвеолите, което води до по-бърз ефект на минералните съставки.
- Минералните води могат да се използват също в *клизми, чревни промивки, гаргари, промивки, кожни компреси и др.* Чревни вани – иригации (иригация – промиване на вътрешни органи чрез вкарване на течности; от лат. irrigio – напоявам). Прилагат се по лекарско предписание. С тези процедури се лекуват стомашно-чревни заболявания.

5. Профил на туристите при балнеоложкия туризъм

Балнеоложният туризъм се практикува предимно от по-възрастни туристи (55-70 г.), което определя и профила на туристите. Те се нуждаят от определени лечебни процедури, имащи отношение към тяхното заболяване. Лечението трябва да е включено в предлагания пакет услуги на курортния или хотелския комплекс. Туристите са мотивирани най-вече от климато-балнео ресурсите на даден регион, които са уникални за дадената дестинация за балнеоложки туризъм.

Напоследък се наблюдава тенденция за намаляване на възрастовата граница към по-млади туристи, мотивирани от активно възстановяване, профилактика, рехабилитация, постигане и поддържане на добър физически и психически статус. Съвременният профил на потребителя на балнеоложки туризъм в световен мащаб се отличава със следните характеристики:

- той търси „иновативен туристически продукт“ – съчетаване на стандартна услуга със специфичен продукт, отговарящ на интересите на туриста – винопроизводство, култура, музика.

- притежава туристически опит, който му позволява да оцени стойността на туристическите услуги и да избере най-доброто съотношение цена-качество. Решението за почивка е ценово ориентирано;

- изисква повече, защото разполага с повече информация;

- използва повече на брой и по-разнообразни източници за вземане на решение за туристическо пътуване. Доминиращият източник за чужденците е туристическата агенция, най-подходящият комуникационен канал е интернет. Важни са и неформалните канали (близки и познати), както и значението на предишния опит.

6. Пазар на балнеоложкия туризъм

В сравнение с другите видове специализиран туризъм тук пазарът е сравнително постоянен. Основен пазарен сегмент са възрастните хора с определени здравословни проблеми, пътуващи най-вече индивидуално, с цел лечение и профилактика - средно или слабо материално обезпечени. Друг не малък пазарен сегмент обхваща туристи, мотивирани от необходимостта и желанието от профилактика, рехабилитация и поддържане на добър физически и психически статус. Това са обикновено хора на средна или малко под средната възраст, живеещи напрегнат, интензивен и наситен със стресови фактори живот, материално добре обезпечени. Третият сегмент са хора, спортуващи или с професионални травми в активната си спортна кариера или в края ѝ. Те използват някои от услугите на балнеоложкия туризъм. През последното десетилетие се оформя нов пазарен сегмент – това са млади хора малко над средната възраст, увлечени от модните тенденции, търсещи различни лечебно-възстановителни процедури и услуги, с цел активно възстановяване, профилактика, поддържане на добър физически и психически тонус. Балнеологичните курорти в България ежегодно се посещават от хиляди български и чуждестранни туристи. Чуждестранният туристопоток към България се формира основно от посетители от Европа. Най-съществени генериращи пазари за балнеоложки туризъм у нас са: Израел, Германия, Естония, Турция, Македония и др.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

България е на едно от първите места в Европа по своята уникалност, многообразие и изобилие на водно-минерални, биоклиматични, калолечебни и оздравителни ресурси. Страната има вековни традиции в балнеолечението. Преимуществото на българските балнеолечебни курорти се дължи и на благоприятните климатични условия, предоставящи възможност за съчетаване на балнеотерапия с климатолечение.

Умелото съчетаване на огромното богатство на природни условия със съвременна модерна хотелска, специализирана балнеологична база и подходяща инфраструктура предлага много добри възможности за ефективно и целогодишно предлагане на балнеоложки туризъм в България.

БИБЛИОГРАФИЯ И ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Георгиев, Г., 2015. Основи на здравния туризъм, София
2. Закон за водите (обн. ДВ бр. 67 от 26. 02. 2021 г.)
3. Караколев, Д. 1994. България – страна на минерални извори. София
4. Находища на минерални води <https://www.moew.government.bg/bg/vodi/mineralni-vodi/mineralni-vodi/>
5. Рафаилова, Г., С. Кадиева, 2012. Специализирани видове туризъм
6. Стамов, Ст., К. Никовска. 2011. Специализирани видове туризъм, София

ИНОВАТИВНИ ТЕХНОЛОГИИ В РЕСТОРАНТЪОРСКИЯ БИЗНЕС

Зорница Христова

Магистър в специалност „Туризм“ при Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“, email: zorito_zzz@abv.bg

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE RESTAURANT BUSINESS

Zornitsa Nikolaeva Hristova

Master's degree in "Tourism" in "St. Cyril and St. Methodius" of Veliko Tarnovo University, email: zorito_zzz@abv.bg

Abstract: We live in times of technological progress, through which every industry and economic activity needs development in order to remain in the market and to be sufficiently attractive and profitable. This also applies to the development of tourism and, in particular, to the restaurant business. This coursework aims to analyze new innovations and technologies in the restaurant industry, the benefits and advantages of their implementation, supported by real examples. The introduction of innovative technologies in the restaurant business aims to greatly facilitate users and consumers who remain satisfied with the service and consumption of the restaurant product, to facilitate the technological process in the production of culinary products and to improve the organization of activities in the sales hall.

Keywords: restaurant industry, business, innovation and technology, service

РЕЗЮМЕ: Живеем във времена на технологичен напредък, чрез който всяка индустрия и икономическа дейност се нуждае от развитие, за да се запази на пазара и да бъде достатъчно атрактивна и печеливша. Това важи и за развитието на туризма и в частност за ресторантърския бизнес. Настоящата разработка има за цел да анализира новите иновации и технологии в ресторантърската индустрия, ползите и предимствата от тяхното внедряване, подкрепено с реални примери. Въвеждането на иновативни технологии в ресторантърския бизнес има за цел да улесни до голяма степен потребителите и консуматорите, които да останат удовлетворени от обслужването и потреблението на ресторантърския продукт, да улесни технологичния процес при производство на кулинарна продукция и да подобри организацията на дейностите в търговската зала.

КЛЮЧОВИ ДУМИ: ресторантърство, бизнес, иновации и технологии, обслужване

ВЪВЕДЕНИЕ

Когато ресторантърите обмислят дали да инвестират в нови технологии, те трябва да имат предвид не само разходите и потенциалните ползи от тези нововъведения, но също така трябва внимателно да проучат евентуалните реакции от страна на клиентопотока. В световен план се наблюдава развитието на ресторантърските технологични, софтуерни системи, които подпомагат ускоряването на информационния обмен, проучването и съхранението на информация, съдействат и улесняват управленските процеси. Добре подбраните иновативни технологии осигуряват ползи както за фирмата, така и за клиентите. Технологичната трансформация на ресторантърската индустрия засяга всичките ѝ сектори и ги променя, така че да служат по оптимален начин на нуждите на клиента. Към днешна дата, ресторантите трябва да

покриват все повече технологични изисквания, да предоставят все по-персонализирани предложения на своите клиенти и да се стремят към по-голяма автоматизация, както и интеграция на своите системи.

ИЗЛОЖЕНИЕ

Иновативните технологии са това което помага на ресторантите да процъфтяват, докато трансформират начина си на работа. Добре подобрите иновативни технологии осигуряват ползи както за предприятията, така и за клиентите. Иновативната технология може да подобри възприятията за времето на обслужване, намаляване на разходите и увеличаване на продуктивността. Те водят до увеличаване на пазарния дял и подобряване на удовлетвореността на клиентите и повлиява за превръщането им в лоялни такива. От друга страна при повреда на технологията може да се окаже трудно да се отстранят грешките, което може да намали личната връзка на персонала и клиентите и те да останат разочаровани. Ето защо, преди внедряването на специална технологична система, ресторантьорите трябва да оценят потенциалните ползи за клиентите и да сравнят тези ползи към разходите на системата. Потенциалните ползи за клиентите включват подобряване на комфорта и повишаване на контрола. Потенциалните ползи за ресторанта включват увеличаване на скоростта на обслужване, намаляване на разходите за преработка, увеличен обем и приходи, както и по-добро обслужване и качество на храната.

Съобразно целта на разработката, могат да се отбележат някои от съвременните технологии, подпомагащи ресторантьорския бизнес в днешно време. Именно по-долу представените иновативни технологии представят отлични решения за ресторантите да се позиционират в предпочитания потребителски сегмент и за собствениците, за да управляват своя бизнес по-ефективно.

1. *Дигитални менюта.* Дигиталните менюта са нов иновативен начин за подобряване ефективността в ресторантите. Сканирането на QR- кода с камери на смартфони върху плакати, маси, подложки, врати или уебсайтове позволява на клиентите да имат достъп до онлайн менюта, да поръчват и плащат „без контакт“. Предлагайки редица удобни предимства при относително ниски разходи за ресторантьорския бизнес, технологията за QR- кодове е „задължителна“ в съвременното и ще продължава да се оптимизира и в бъдеще. Почти всяко второ заведение разполага с дигитални менюта. Дигиталното меню елиминира необходимостта клиентите да чакат, за да бъдат обслужени. Позволява им да направят поръчка, докато седят удобно на своите маси. Всичко това подобрява потребителското изживяване. Според доклад на DoorDash's Restaurant Online Ordering Trends, най-малко 43% от потребителите предпочитат да поръчват онлайн през уебсайта или мобилното приложение на ресторанта. Това е много висок процент, който ще нараства стремглаво през следващите години.
2. *Безконтактни плащания и преносими касови апарати.* Безконтактната технология става масова сред хората, не само при онлайн поръчки, но и за плащане в ресторантите. Безконтактната технология осъществява плащания със смартфон, смарт часовник или карта чрез приложение или безконтактно устройство. Без пари в брой не е необходим човешки контакт, по-хигиенично, по-

безопасно дори е и по-бързо и удобно. Преносимите касови апарати са чудесен начин да се подобри обслужването на клиента. Автоматизираният процес на приемане на поръчки и възможността за директно извършване на плащането спестяват на сервитьора тичане напред-назад за касови бележки и оставят повече време за взаимодействие с гостите на масата.

3. *Дигитален мениджър за резервации.* Този софтуер прави всичко от резервиране на маси до предлагане на оптимални места за сядане, въз основа на времето и броя на гостите от резервацията. Ресторантите могат също така да предоставят на клиентите точното време и информация, когато масата е готова, чрез съобщение. Сервитьорите също ще са оборудвани с ключова информация. Те ще могат да уведомят клиентите за състоянието на храната по всяко време през процеса на приготвяне. Дигиталният мениджър за резервациите е тайната към доброто впечатление на клиента.
4. *Приложението „мобилен сервитьор“* е част от системата за автоматизиране на дейностите в ресторанта, което значително съкращава времето на обслужване и увеличава оборота на ресторанта. То заменя хартиения бележник на сервитьора и позволява внасяне на поръчката в базовата система бързо и без грешки. Особено подходящо решение за заведения за хранене, обслужващи голям клиентопоток. Благодарение на приложението въведената от сервитьора информация стига до всички обслужващи звена в ресторанта. Сервитьорът може бързо и по всяко време да коригира поръчката. По този начин се оптимизира процеса на обслужване, изключват се неточности при вземане и обработване на поръчката и се увеличава контрола по поръчките и финансовите потоци.
5. *Софтуер за създаване на график.* Ресторантьорите знаят много добре колко трудно е планирането на графици. За щастие вече има софтуер, който да им помогне да постигнат това много по- оптимално. Само за секунди мениджърите могат да генерират и разпратят цифров дигитален седмичен график на своя персонал. Тези графици отчитат наличността на служители, натовареност на ресторанта, спецификата на поръчваните ясения и напитки, заявките за отпуск и смени на служителите.
6. *Софтуер за автоматизирано и дигитално управление на продуктите.* Автоматизирането на управлението на наличността означава проследяване на запасите от храни и напитки, предвиждане на количества и планиране на повторни поръчки. Чрез авангардна технология за изкуствен интелект (AI) компании като Winnow помагат на собствениците и мениджърите на ресторанти да намалят хранителните отпадъци и разходите, да управляват бизнеса си по-ефективно и устойчиво. Това позволява оптимално количество запаси и оптимизиране на разходите от гледна точка на стоки с изтекъл срок на годност и др. Продуктите, които се използват в ресторантите са от първостепенна важност за качеството на ресторанта. Те са в пряка зависимост с рецептите, вкуса, изживяването и класата на заведението за хранене. Тяхното проследяване откъде идват, кои са производителите и как се съхраняват, докато бъдат използвани, е основна тема, която е обект на иновационните технологии.

7. *Кухненски дисплейни системи.* Кухненските дисплеи са придобили популярност в ресторантьорската индустрия заради огромния си принос за поддържане на последователност и ефективност. Тази технология позволява ефективен поток на информация между персонала от предната част на ресторанта до кухненския персонал. Всички поръчки за обяд, вечеря, онлайн поръчки се изпращат директно в системата за управление на ресторанта. Съвременните терминали са добре интегрирани с кухненските дисплейни системи, като това гарантира че нивата на проследимост при приготвянето на храната остават постоянни в цялата верига на обслужване. С инсталираните системи ресторантите могат да подобрят обслужването, скоростта и последователността в процеса на работа. Сервитьорите ще разполагат с цялата информация за наличието на определени продукти, което ще спомогне за по- бързото обслужване на клиента.
8. *Bluetooth температурни сензори.* Много ресторанти използват Bluetooth системи за наблюдение и следене на температурата, за да гарантират, че храната и оборудването им са на ниво. Използвайки различни ръчни и фиксирани сензори, ресторантите могат ръчно или автоматично да измерват и контролират температурата на своите продукти. Мениджърите могат да програмират персонализирани граници и всичко това да правят дори и от дома, още преди да са пристигнали в ресторанта. Различните типове храни имат различни изисквания за съхранение. Ако ресторанта използва именно такава система това ще гарантира много по- добро качество на продуктите.
9. *Киоски.* Въвеждането на иновативни технологии може да се наблюдава както във физическите обекти на ресторантите, така и онлайн. Един от начините, по които възприемането на технологията е помогнало на физическите пространства на ресторантите да работят по-ефективно, е чрез използването на сектори за самообслужване. Киоските стават все по-популярни навсякъде по света, тъй като могат да събират полезни данни за клиентите, да намалят разходите за труд и да намалят количеството на сгрешените поръчки. Големите вериги ресторанти за бързо обслужване все повече започват да използват киоски за различни моменти от самото обслужване на клиентите. Това се наблюдава и в други индустрии като летища, банки и т.н. за намаляване на опашките и времето за чакане. Тази иновация в технологиите в ресторантите ще направи бързото хранене още по- бързо. С навлизането на технологиите за самостоятелно поръчване персонализирането на поръчката ще бъде безпроблемно. Наличието на павилиони за обработка на транзакциите ще направи ресторантите за бързо хранене едно място, което ще бъде още по- приятно за клиентите. Киоските за самообслужване олекотяват значително работата на сервитьорите, като дават повече автономност и контрол на клиентите. Освен гласово разпознаване, безконтактно плащане и сензори за използване чрез допир, модерните киоски разполагат с изкуствен интелект, който може да предостави персонализирано преживяване според нуждите на потребителя.
10. *Обучение на персонала чрез виртуална реалност.* С постоянния напредък на виртуалната реалност лидерите в областта на човешките ресурси в ресторантьорския бизнес също могат да бъдат доста спокойни и с няколко крачки напред. Това позволява на новите служители да бъдат обучени предварително

още преди да стъпят в ресторанта. С много повече сценарий, типове клиенти, да опознаят пространството чрез внедряване на виртуална реалност. Това позволява да завършат своето обучение без дори да посещават ресторанта. Този метод на обучение все още не е достатъчно развито в България, но се наблюдава в световен мащаб.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Ресторантьорството е основна, социално-икономическа туристическа дейност, която произвежда и продава комплексен продукт за удовлетворяване на основните и допълнителните потребности на туристическата клиентела в рамките на специфична материална и духовна среда. С развитието на новите технологии ресторантьорският бизнес процъфтява всеки изминал ден. Технологиите се развиват с много бързи темпове и навлизат във всяка една сфера от живота на човека. Все повече хора, независимо от възрастта, използват мобилни устройства, което привлича достъпа им до различни търсени продукти, по-лесен и достъпен. С навлизането на технологиите в ресторантьорския бизнес се отчита подобряване на скоростта на обслужване, което е от изключителна важност за запознаване с клиентопотока. Горещите споменатите нововъведения в ресторантите улесняват работата и обучението на персонала, приготвянето на кулинарна продукция и представляват удобство за клиентите.

БИБЛИОГРАФИЯ

1. Рибов, М. (2007). Ресторантьорство и хотелиерство . София: Тракия -М.
2. Сомов, Г., Сн. Иванова. (2011). Ресторантьорство-управление, организация, технология. Академично издателство на УХТ, Пловдив.
3. Тодоров Д. (2013), Ресторантьорски мениджмънт, издателство МАТКОМ.
4. Kimes, S. E. (2011). Customer Perceptionsof ElectronicFood Ordering (Том 11). Cornell: Cornell Hospitality Report.
5. Какви са последните иновации в ресторантьорския бизнес (2022) Available at: <https://secure.bg/index.php?page=blog&article=15>

MAIN TRENDS IN THE ATTITUDES TOWARDS DOMESTIC TRAVEL OF THE RESIDENTS OF THE MONTANA DISTRICT (BULGARIA)

Desislava Varadzhakova, dvaradzhakova@gmail.com, National Institute of Geophysics, Geodesy and Geography – Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria

Aleksander Naydenov, anaydenov@unwe.bg, University of National and World Economy, Bulgaria

Marina Raykova, marinanikova@yahoo.com, National Institute of Geophysics, Geodesy and Geography – Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria

Aleksandra Ravnachka, aravnachka@abv.bg, National Institute of Geophysics, Geodesy and Geography – Bulgarian Academy of Sciences, Bulgaria

Abstract: *The present paper examines part of the results of a nationally representative survey of the attitudes of Bulgarian citizens to travel within the country. The object of the study is the Montana district, which is part of the Northwest region according to NUTS-2, which has the least developed economy. An assessment was made of the prerequisites for tourist trips related to the labor force, employment and unemployment, as well as the average salary of those working in the district. The transport connectivity through land, air and water transport of the district with the domestic and international transport network was examined. An analysis of the preferences for winter and summer vacation tourism was made. Findings can serve to create competitive sustainable tourism products.*

Keywords: *domestic travel, Montana district, Northwest Bulgaria, vacation tourism, leisure tourism*

INTRODUCTION

Montana district has an area of 3 636 km². It includes 129 settlements. 8 of them are cities and 121 are villages. They are located in 11 municipalities - Berkovitsa, Boychinovtsi, Brusartsi, Vulchedrum, Varshets, Georgi Damyanovo, Lom, Medkovets, Montana, Chiprovtsi and Yakimovo (Varadzhakova, 2020). According to National Statistical Institute, the total population of the district, as of December 31st, 2022, is 116,172, 48.5% of which are men and 51.5% are women. Natural population growth rate (per 1,000 people of the population) is negative (-17‰). Main characteristics of the district are the highest degree of depopulation and weak economic development during more than half a century.

The absolute number of the labor force (aged 15-64) for the period 2003-2022 decreases by more than 20%, and compared to the country, the decrease is much higher. The average number of persons employed in the Montana district is 26,803. The average annual salary of the persons employed is BGN 15,514. The economic activity rate of persons between 15 and 64 years is 62.1%, the unemployment rate is 10%. The district is also home to one of the poorest municipalities in the country with the highest unemployment rate - Yakimovo (44.1%).

The share of the population aged between 25 and 64 with higher education is 17.8%, and with secondary education is 65.1%. The share of enterprises with up to 9 employees in the total number of enterprises is 93.9%. The share of persons (aged 16-74) using the Internet regularly (every day or at least once a week) is 73.1%.

The transport network plays an important role in the economic development (Statev & Markov, 2016). Part of it are transport corridors of international importance. Pan-European transport corridor No. 4, connecting the countries of Central Europe with the Aegean sea in the section Vidin - Montana - Vratsa, passes through the territory of Montana district, and along the Danube river (which is the northern border of the district) passes the Pan-European river transport corridor No. 7 (Rhine - Main – Danube). Two lines of the Trans-European Transport Network (TEN-T) pass through Bulgaria, and some of them are on the territory of the district. The section of the "Rhine-Danube" transport corridor, including the ports of Vidin, Lom and Oryahovo, coincides with part of corridor No. 7, and the railway and road route in the direction Vidin - Sofia is part of the "Orient/Eastern Mediterranean" transport corridor.

Roads with European categorization are of greatest importance for the integration of the district into the national and European road network. A part of the first-class road E-79 passes through the districts of Vidin, Montana and Vratsa and coincides with parts of the republican road I-1.

Road transport plays an important role in the transport system of the district. The total length of the Republican road network by 2022 is 614 km, 56 km of which are first-class roads, 158 km are second class and 400 km are third class. All roads are paved. There are no highways on the territory of the Montana district. The density of the road network is the least developed compared to other areas in the region – 169 km/1000 sq. km.

Railway transport has a key role and importance for economic development of the districts. The total length of railway lines on the territory of the Montana district by 2022 is 114 km, which are electrified. The district is served by the railway line connecting Vidin with Kulata via Sofia. The route passes through Mezdra - Vratsa - Boychinovtsi - Brusartsi - Vidin with a junction from Boychinovtsi to Berkovitsa via Montana and a second junction from Brusartsi to Lom. The Brusartsi - Lom railway line serves freight traffic to/from the port of Lom.

Air transport is not developed in Montana district. The geographical position of the district, whose northern border is part of the Pan-European transport corridor No. 7 "Rhine-Main-Danube", determines the importance of water transport. Port of Lom is the second largest Danube port in Bulgaria, and its infrastructure provides the shortest direct land connection Lom - Thessaloniki through a road network and an electrified railway line. On the other hand, the quality of water resources is important for the living environment (Zhelezov, 2023) and the attraction of tourists. (Zhelezov, 2022)

METHODOLOGY

The study of tourist behavior is a complex process, due to its comprehensiveness and the variety of scientific tools used. The topic of consumer behavior is key to building a marketing strategy, which in turn will contribute to the creation, promotion and sale of tourist products, services and destinations (Mancheva-Ali & Prodanova, 2021).

The research was developed based on a face-to-face tablet survey. The survey consists of several main groups of questions - demographic panel, winter holiday tourism, summer holiday tourism, sources of information.

RESULTS

In order to enlighten the specifics of public attitudes towards domestic leisure tourism in Bulgaria of the residents of the Montana district a statistical analysis has been executed. It includes the following indicators: demographic profile of the respondents, domestic leisure tourism practices, main reasons for not traveling in Bulgaria for leisure tourism purposes in the

last 5 years, average length of stay, means of transport used, travel arrangement practices, main advantages and disadvantages of Bulgarian leisure tourism, competitive advantages of destinations outside Bulgaria.

Table 1 presents the demographic profile of the respondents. It is important to pay attention to the fact that 65% of the respondents have higher education and 30% are 65+.

*Table 1
Demographic profile of the Montana district respondents*

Gender	Female	55.0%
	Male	45.0%
Age	18-24	5.0%
	25-34	15.0%
	35-44	20.0%
	45-54	20.0%
	55-64	10.0%
	65+	30.0%
Education	Primary or lower	5.0%
	Secondary	30.0%
	Higher	65.0%

90% of the respondents practice summer vacation tourism (Table 2). This is understandable, since the relief of the district is flat and mountainous. The northern part is located in the Danube plain, and in the southern direction the relief gradually becomes mountainous, covering parts of the Pre-Balkans. The southern parts include the territory of the most massive part of the Western Stara Planina with the highest peak, Kom (2,016 m). The region has a geographical position with a moderate continental climate (Genchev and Gartsyanova, 2023).

*Table 2
Domestic leisure tourism practices of the Montana district residents*

Question	Answer	(%)
In the last 5 years, have you traveled in Bulgaria for winter leisure tourism purposes?	Yes	40.0%
	No	60.0%
In the last 5 years, have you traveled in Bulgaria for summer leisure tourism purposes?	Yes	90.0%
	No	10.0%

More than 60% of the respondents do not travel for the purpose of winter leisure tourism (Table 3). The main reason is the lack of sufficient financial resources (66.7%). 35% of respondents travel once every few years and even less (Figure 1).

*Table 3
Main reasons for not traveling in Bulgaria for leisure tourism purposes in the last 5 years (Montana district residents)*

	Winter tourism	Summer tourism
Lack of financial resources	66.7%	50.0%
Family reasons	25.0%	50.0%
Lack of enough free time	8.3%	-

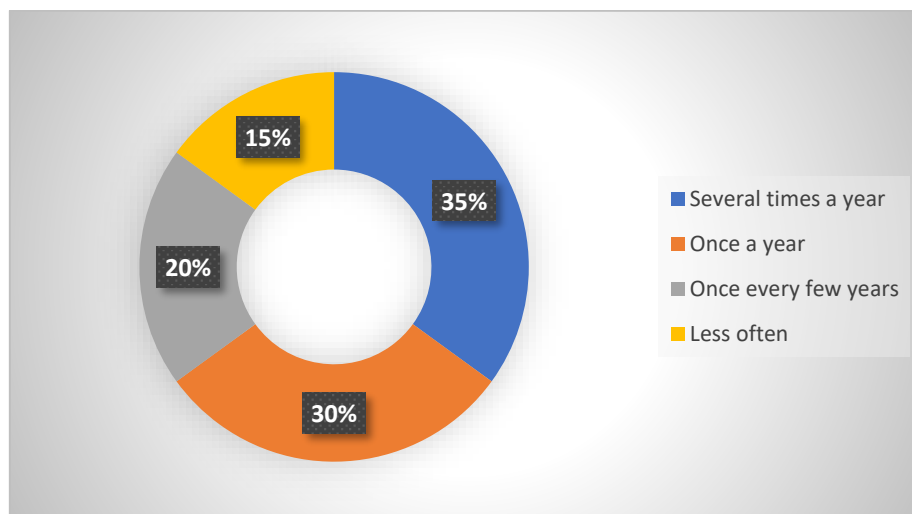


Figure 1. Frequency of travel for purposes of domestic leisure tourism of the Montana district residents

The average length of stay, measured in the number of nights, for winter vacation tourism is 3.63, and for summer is 6.78. Over 70% of the respondents use personal vehicles for their trips (Figure 2). This is due to the lack of an airport and a developed railway network in the district, as well as convenient bus transport connecting the district with the Black Sea coast and the mountain resorts.

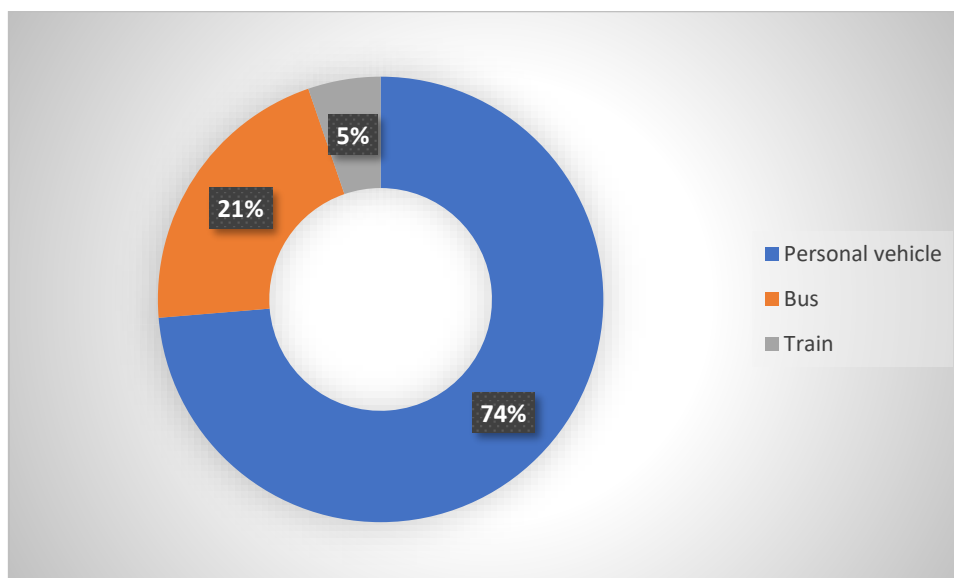


Figure 2. Means of transport used by Montana district residents when practicing domestic leisure tourism

Over 30% of the respondents prefer to travel for vacation to places that are recommended to them by relatives, acquaintances and friends, and almost half use online booking systems or contact the hotel directly (Figure 3).

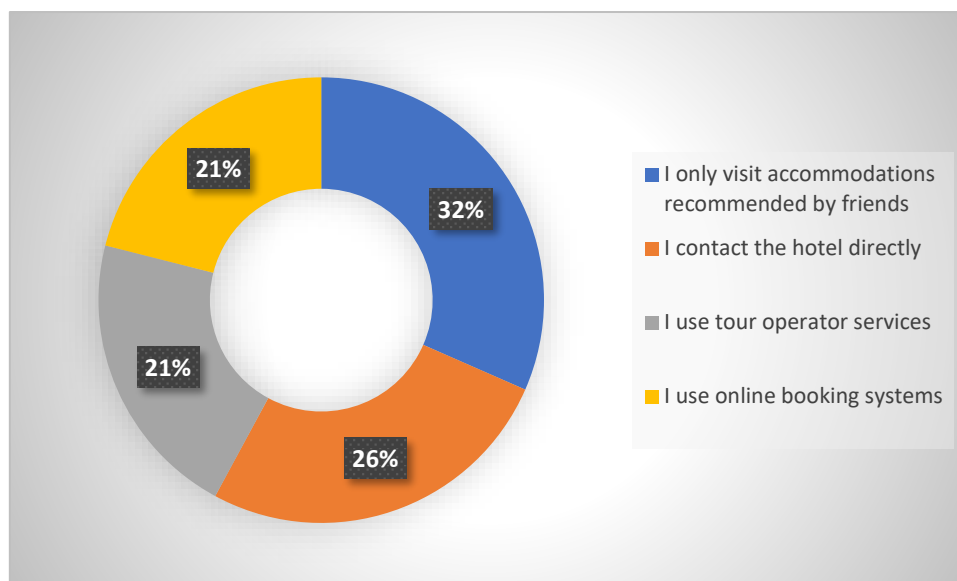


Figure 3. Travel arrangement practices of the Montana district residents when practicing domestic leisure tourism

The image of the destinations, as well as the travel experience, determine the choice of subsequent vacations, as well as influence other people's choices. The opinion of the respondents regarding the advantages and disadvantages of Bulgarian leisure tourism shows that natural conditions (60%) are the main advantage, and high prices (70%) and low quality of service (40%) are the main disadvantages (Table 4).

Table 4

Main advantages and disadvantages of Bulgarian leisure tourism according to Montana district residents

Advantages		Disadvantages	
Attractive natural resources	60.0%	High prices	70.0%
Attractive prices	25.0%	Low quality of service	40.0%
Short distances from residence to vacation spots	20.0%	I don't know/ I can't define	10.0%
Practiced in the country of residence, no language barrier, familiar setting, etc.	15.0%	Unmaintained road network to and in the resorts	5.0%
Good accommodation facilities	10.0%	Very crowded	5.0%
Suitable facilities for practicing winter sports	10.0%	Poor hygiene	5.0%
I don't know/I can't define	10.0%	Low food quality	5.0%
Opportunities to practice different types of tourism	5.0%	Other	5.0%
Not very crowded	5.0%		

Although a very small part of the respondents have traveled abroad in the last 5 years (for the purposes of sea tourism the negative answer is 90%, and for summer tourism is 80%), the most visited places outside the country for winter ski tourism is Italy (50% of the positive answers), and for summer holiday tourism are Greece (50%) and Italy (25%). Winter resorts

abroad attract with higher quality of service (65%), lower prices in accommodation of the same category as in Bulgaria (30%) and better accessibility to the ski slopes (25%). Greece and Italy summer resorts attract with higher quality of service (70%) and cleaner beaches and sea water (55%) (Table 5).

Table 5

Competitive advantages of destinations outside Bulgaria for winter (skiing) and summer (sea) tourism according to Montana district residents

Advantages of destinations outside Bulgaria for winter (skiing) tourism	
Higher quality of service	65.0%
Lower prices in accommodation of the same category	30.0%
Better accessibility to the ski slopes	25.0%
Distinctive features of the destination	20.0%
More slopes	15.0%
Greater security	5.0%
Well-maintained transport network, water supply and sewage system	5.0%
I can't define	5.0%
Advantages of destinations outside Bulgaria for summer (sea) tourism	
Higher quality of service	70.0%
Cleaner beaches and sea water	55.0%
Lower prices in accommodation of the same category	20.0%
More green areas	15.0%
Distinctive features of the destination	15.0%
Greater security	10.0%
Well-maintained transport network, water supply and sewage system	10.0%
I can't define	5.0%

CONCLUSION

In Montana district, as part of the Northwest region of Bulgaria, which has the least developed economy, the main reason for the infrequent travel for the purpose of leisure tourism is the lack of financial resources. At the same time, the natural resources are a prerequisite for the development of specific types of tourism, both traditional and modern, such as bioenergy tourism, health-spiritual tourism, escape tourism, etc. (Varadzhakova, 2018). The town of Varshets, the oldest spa resort in Bulgaria, is located in the Montana district. The mineral water resources are the basis for the development for regions of balneology and SPA activities. (Genchev and Gartsyanova, 2024). According Dimitrov & Dimitrova, 2021 in general, local and regional policies, including initiatives and strategic documents, are important for the development of tourism.

Acknowledgments: This paper presents results of the “Modeling and research of public attitudes of Bulgarian citizens regarding the image of domestic leisure tourism - situational analysis and conceptual framework for overcoming the negatives” project, funded by the Bulgarian National Science Fund, contract № КП06-H65/6 from 12.12.2022.

REFERENCES

Dimitrov, S., T. Dimitrova (2021) Tourism Management through Planning Documents at Regional and Local Level, in: Challenges of tourism and business logistics in the 21st

century: conference proceedings / Fourth international scientific conference, November 19, 2021, Shtip, pp. 183-191

Genchev, S., K. Gartsyanova (2023) Water-Energy-Food Nexus Concept for Sustainable Future - A Case Study of Touristic Opportunities in a Selected Area in North-West Region of Bulgaria, in Conference Proceedings Tourism for Sustainable Future, 18-19 May 2023, Avangard Prima, Sofia, pp. 350-368

Genchev, S., K. Gartsyanova (2024) Assessment of the Opportunities of Mineral Water Resources for Regional Development – A Case Study of South-Western Planning Region, Bulgaria, *Geojournal of Tourism and Geosites*, vol. 53(2), pp. 538–546. <https://doi.org/10.30892/gtg.53217-1229>

Mancheva-Ali, O., S. Prodanova (2021) Some Models for the Study of Consumer Behavior in Tourism, Proceedings of the Annual Conference of the Faculty of Economics of St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo, held on 27.-28.05.2021 in Veliko Tarnovo, DEVELOPMENT OF THE BULGARIAN AND EUROPEAN ECONOMY – CHALLENGES AND OPPORTUNITIES, Volume 5, ISSN 2603-4093 (print), pp. 263-268, COBISS. BG-ID – 1288419812

NSI, <http://www.nsi.bg/>

Statev, V., I. Markov (2016) Tourism Potential of Transport Corridor № 9, Cultural Corridor Western Transbalkan Road – Cultural Tourism without Boundaries: International Scientific Conference, Meteora – Lefkada, Greece, 29.09.2016 - 03.10.2016, Geya Libris Press, Sofia, pp. 144-148

Varadzhakova, D. (2018) Modern Types of Tourism: The Case of Bulgaria, *Science Journal „Economics and Finance“*, 2018, Publishing House „BREEZE“, Montreal, Canada, 2018, pp. 192-195

Varadzhakova, D. (2020) Tourism Development Comparative Analysis of the provinces in the North-West Region (Bulgaria): Intra-Regional disparities, *Journal Socio-Economic Analyses*, vol. 12(1), Publishing House of St. Cyril and St. Methodius University of Veliko Tarnovo, Veliko Tarnovo, pp. 28-38

Zhelezov, G. (2023) Hydrochemical Peculiarities of the Lom River Catchment, Northwestern Bulgaria, Jubilee Proceedings in Honour of the 60 Anniversary of prof. Stella Dermendzhieva Education, Geography and Cultural Tourism, vol. I, University Press St. St. Cyril and Methodius, Veliko Tarnovo, pp. 530-536

Zhelezov, G. (2022) Opportunities for Development of Tourism in Upper Part of Ogosta River, Chiprovska Mountain and Municipality of Chiprovtsi, Proceeding of International Scientific Conference “Contemporary Tourism Challenges” 12 May 2022, Publisher Avangard Prima, Sofia, pp. 658-666

FESTIVALS IN THE MONTANA REGION

Julian Totev, E-mail: j.j.totev@gmail.com

"St. Cyril and St. Methodius" University of Veliko Tarnovo

Summary: *The Montana region is located in the central part of Northwestern Bulgaria. The area is environmentally clean and offers excellent opportunities for the development of industrial agriculture and tourism. The territory of the Montana region houses archaeological finds and historical monuments, which attests to the ancient history of this area. Festivals are organized to promote the natural landmarks and historical sites in the Montana region. Some of the more well-known festivals are: the International Children's Arts Festival "Lacheni Obuvki", the International Folklore Festival "Pastra Ogarlitsa", the International Folklore Festival - Montana, the International Folklore Festival "The Balkans Sing and Dance", the Chiprovtsi Carpet Festival, the "Svidnya" Folklore Gathering and the electronic music festival BioRhythm Open Air.*

Key words: *tourism, festivals, Montana region*

INTRODUCTION

The attraction of tourists and the declaration of an area as an attractive destination largely depend on its natural and anthropogenic factors. According to Boykova (2023), tourism is crucial for the preservation and utilization of natural, historical, and cultural assets, and for the appeal of settlements and regions as places for living, working, and visiting.

The Montana region is located in the central part of Northwestern Bulgaria (Fig. 1). It borders the Vidin region to the west, the Sofia region to the south, and the Vratsa region to the east. To the north, its border with Romania runs along the Danube River. The Montana region covers an area of 3635,5 km² and has a population of 119950 people according to the 2021 census data (NSI). Compared to 2011, there has been a decrease in the population in each municipality, with the total population of the region decreasing by 28,148 people. The Montana region has some of the highest negative natural growth rates according to the development strategy for the Montana region (2005-2015). The region is divided into 11 municipalities, containing 129 settlements, including 8 towns and 121 villages. The least populated municipalities are Georgi Damyanovo and Chiprovtsi with 2018 and 2859 inhabitants, respectively.

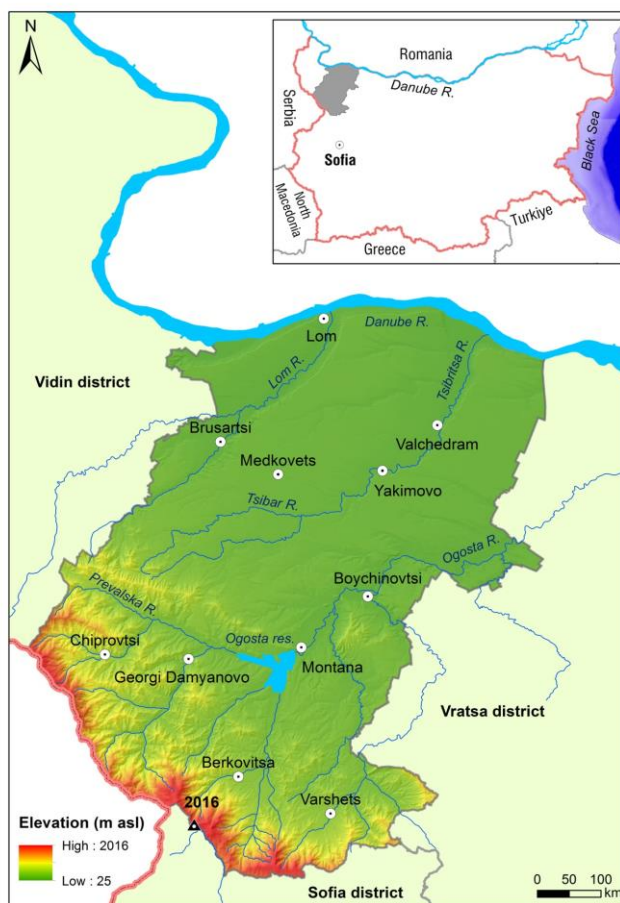


Fig. 1. Location of the Montana district

The terrain transitions from flat in the north to mountainous in the southern parts of the Montana region, with the majority of its territory located in the Danube Plain. In the southern part of the region lies the highest peak of the Western Stara Planina, Kom Peak, with an altitude of 2016 meters. The main rivers are the Ogosta, Tsibritsa, and Lom. They have small water volumes and practically have little significance for irrigation. The Ogosta River flows into the second largest reservoir in Bulgaria, the Ogosta Reservoir, which is located near the town of Montana. The results obtained by Zhelezov and Benderev (2021) on specific water quality indicators of the Ogosta River show that it is in relatively good condition. The thermal mineral springs in the Varshets municipality—specifically in the town of Varshets and the village of Spanchevtsi—are significant for the development of balneotherapy. Springs with warm mineral water that can have economic significance are found in the village of Barzia, as well as in the villages of Borovtsi and Zamfirovo in the Berkovitsa municipality. These mineral springs are used to treat cardiovascular diseases, central and peripheral nervous system disorders, and more.

The district is environmentally clean and offers excellent opportunities for the development of industrial agriculture and tourism. "The depopulation of villages in north-western Bulgaria and the reforms in agriculture after the end of the communist period in 1989 led to the abandonment of part of the arable land and their occupation by grass and shrub communities." (Stoyanova et al. 2022). In the Montana region, the transportation infrastructure

is relatively well-developed in cities and larger settlements. However, roads to tourist sites are in poor condition, which affects tourism development.

Notable natural attractions in the area include the Chiprovski Waterfall, the "Mishin Kamak" cave, the "Gornata Koriya" nature reserve, and the protected area "Kopren". Archaeological finds and historical monuments found in the Montana region bear witness to the ancient history of this area. Well-known destinations include the Lopushanski Monastery of St. John the Baptist, the Klisurski Monastery of Sts. Cyril and Methodius, and the Chiprovski Monastery of St. Ivan Rilski.

"The rich Natural Heritage of the country provides cultural ecosystem services for the development of nature-based tourism (NBT) of the highest quality in each one of them. All types of NBT are relevant to the cultural ecosystem services (CES) capacity provided by Protected Areas (PAs)" (Nikolova et al., 2021). Shishmanova (2005) identifies a leading position for cultural tourism in the upcoming years. This prediction is also confirmed by the forecasts of the World Tourism Organization.

Cultural tourism involves visits by groups of people to fine arts, cultural landmarks, festivals, traditional production holidays, folklore festivals, arts festivals, and educational tourism. According to Dychkovskyy and Ivanov (2020), festivals serve as tools for tourism, economic development, and local marketing, increasingly used to achieve social and cultural goals. They are attractive, draw large groups of people, create conditions for creativity and cultural awareness, and provide income and employment for the destination. Festivals organized to promote natural landmarks and historical sites in the Montana region contribute to enriching the value system, particularly for the younger generation.

OVERVIEW

Information about cultural events in the Montana region for 2024 was obtained from the The Register of Tourist Festivals and Events on the Official Website of the Ministry of Tourism. According to the data, 44 festivals and cultural events were organized in the region. Since "seasonality in tourism is a characteristic feature and a major challenge" (Neshkov et al., 2014), cultural events are organized in a table categorized by months. From the generated diagram (Fig. 2), it can be seen that the highest number of events occur in May, June, and August. In July, two cultural events take place. July is a month within the active and preferred tourism season. According to studies conducted by Neshkov et al. (2014), this is one of the months with the highest number of visits by foreigners to Bulgaria. To attract visitors, events and entertainment could be organized in the region's more popular settlements. In diagram (Fig. 3), cultural events are distributed across municipalities. Out of a total of 11 municipalities, cultural events and festivals are not held in only two: Medkovets and Yakimovo. These are the smallest municipalities in the Montana region, comprising 5 settlements for Medkovets and 4 for Yakimovo. There is a trend of population decrease in both municipalities.

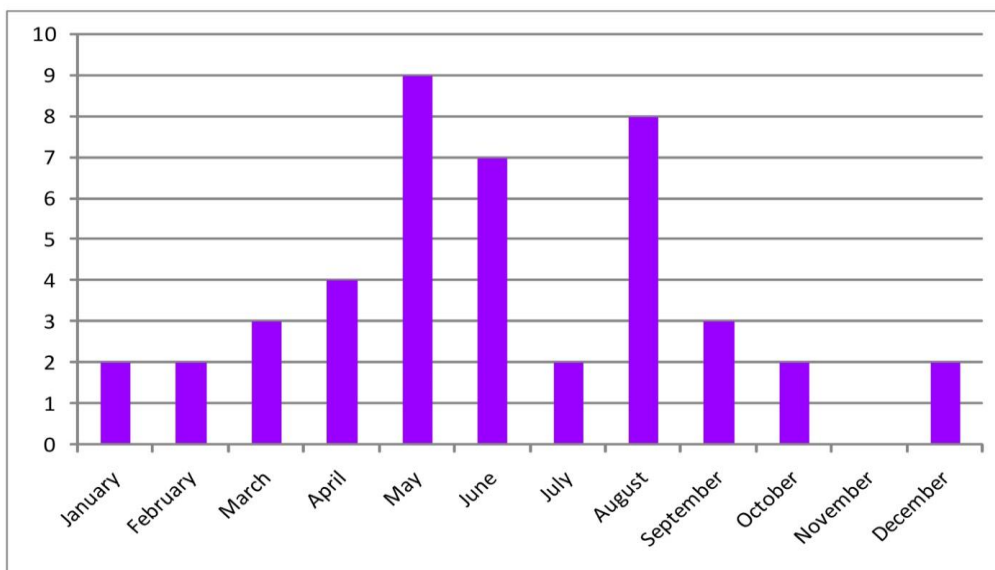


Fig. 2. Distribution of Cultural Events in the Montana Region by Month for 2024

The municipality with the most events (20) is Lom. These events are spread almost throughout the entire year.

There are 14 festivals scheduled to take place in the Montana region in 2024, which accounts for 32% of the cultural events. According to Zheleva (2019), the location and timing of festivals are strictly defined, and their uniqueness comes from the individual programs and the various forms of art they include. Each festival is characterized by a festive atmosphere, specific program, and suitable relaxation conditions.

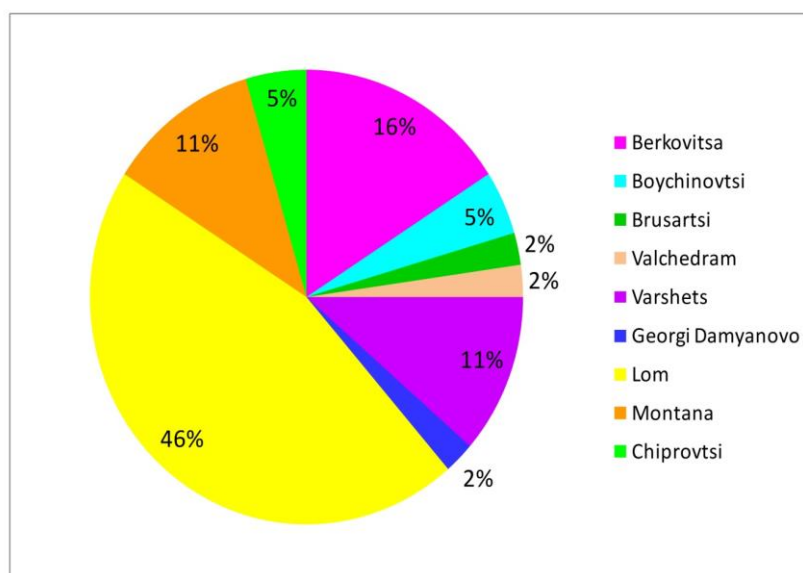


Fig. 3. Distribution of Cultural Events in the Montana Region for 2024 by Settlements

The festivals have international, national, or regional significance. Kostadinova (2022) claims they can be frequently met as a local tool in the strategic plans of a destination

(municipality) contributing for turning tourism in a "distinctive and well-performing economic sector" (Kostadinova, 2022). Figure 4 presents their percentage distribution according to the importance of the festivals held in the Montana region. Festivals may not address the economic challenges of the area, but they could popularize the destination, making it regularly visited by tourists throughout the year, thus ensuring steady income and employment for the local population.

Some of the more popular and internationally participated festivals in the Montana region include:

International Children's Arts Festival "Lacheni obuvki" (Shiny Shoes). The festival is held in Berkovitsa in May. In 2024, it marks its 28th edition after a 4-year break. It is a competitive event open to children up to 19 years of age. The children's forum includes four sections: fun songs, modern dance, children's theater, and drawing. International performers participate with two songs from their own nationality. Young artists create artworks on the theme "My Childhood Dream". The jury consists of professionals who award prizes.

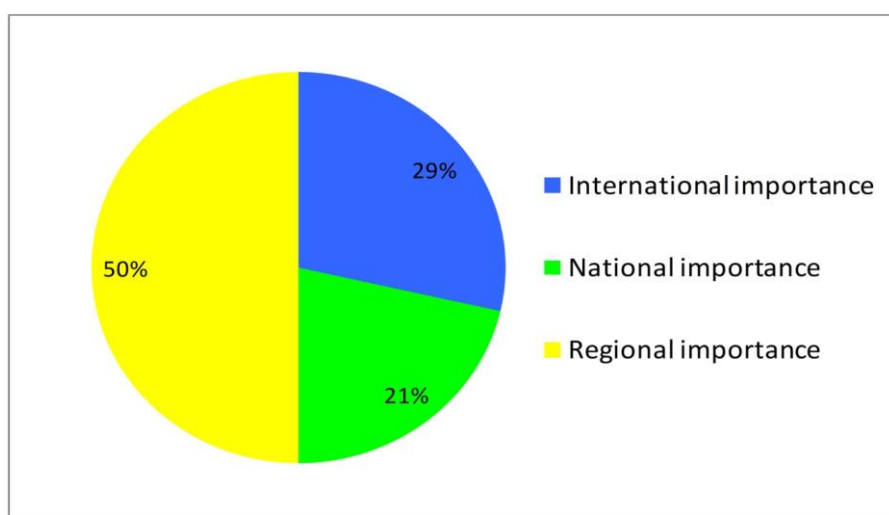


Fig. 4. Diagram of the Significance of Festivals in the Montana Region for 2024

International Folklore Festival "Pastra Ogarlitsa" (Colorful Necklace) — Vurshets town in June. Amateur performers from various countries participate. The aim of the festival is to promote the folklore richness and cultural traditions of European countries. International Folklore Festival "Colorful Necklace" allows participation of folklore dance ensembles, groups presenting authentic rituals and customs from both the country and abroad.

International Folklore Festival — Montana. International Folklore Festival — Montana takes place in the city of Montana in July. The festival is dedicated to the Feast of Montana — Holy Spirit. It has been held since 2011. It features amateur and professional dance ensembles from foreign countries. So far, groups from nearly 40 countries across Europe, Asia, and Africa have participated. The goal is to create coalitions and collaborate with arts and festival sponsors to support summer festivals in Montana and establish a foundation for ongoing support for the annual folklore festival in Montana. To diversify the participation of foreign groups in the International Folklore Festival — Montana, organizers arrange visits to landmarks and excursions.

International Folklore Festival "The Balkans Sing and Dance." It is organized on an open stage located at "Ivanchova Polyana" in the Stara Planina mountain range above the town of Varshets in September. The aim of the folklore festival is to popularize Bulgarian

folklore on a regional, national, and international level, as well as to stimulate interest in traditions, cultural-historical, and folklore heritage. Participants showcase both traditional and adapted folklore from their native regions, including songs, dances, and customs. The participants range in age from five to 85 years, united by their love for folklore. The festival is part of the events celebrating the resort, mineral water, and the Balkan Mountains.

Of particular importance to the region is the **Chiprovtsi Carpet Festival**, which has national significance. It is held in the town of Chiprovtsi at the end of April or the beginning of May. The Chiprovtsi Carpet Festival promotes the tradition of the craft and showcases contemporary motifs that are beginning to appear in its production. Authentic Chiprovtsi carpets are displayed, and the weaving technique is demonstrated.

A well-known festival of regional significance is the **folklore gathering "Svidnya,"** where over 250 amateur performers from Northwestern Bulgaria sing and dance. It is held in the municipality of Georgi Damyanovo at the end of June. The folklore gathering "Svidnya" originated at the same location during Roman times when it was a place for the slaves hired to mine and smelt gold in the two nearby rivers. The event is non-competitive in nature. Twelve years ago, the then-mayor of the municipality revived it as a celebration of local folklore, traditions, and customs.

To enhance the musical culture in the city of Montana and the surrounding region, the **BioRhythm Open Air** music festival has been introduced to the area recently. This year, it will be held on the Ogosta River, between the villages of Vladimirovo and Kobilyak. Visitors describe it as one of the most vibrant festivals in Northwestern Bulgaria. The festival spans two days and features young artists who bring musical vibes with Funk, Dub, UK Garage, Live Performances, and Hip Hop.

To research and plan festival tourism, a SWOT analysis was conducted for the Montana region.

Strengths:

- Uniqueness of the event and positive emotions;
- Improvement of tourism in the area;
- Attraction of new tourists;
- Strictly defined place and time;
- Program with diverse forms of art;
- Promotion of natural and anthropogenic landmarks;
- Presentation of local tradition and culture;
- Balneotherapy and spa, cultural-historical, and natural landmarks;
- Offering a variety of traditional dishes;
- Creation of a market for souvenir producers, etc.

Weaknesses:

- Lack of well-developed road and specialized infrastructure;
- Absence of funding policies for the festivals;
- Lack of policies for promoting the festivals abroad;
- Lack of established partnerships with the tourism industry;
- Lack of targeted advertising for tourism development in the region;
- Poorly developed hotel base and transportation;
- Environmental pollution;
- Increased crime during the festival;

- Inconvenience caused to the local population;
- Hostility from the local population towards tourists;
- Increase in prices during the festival period;
- Short employment periods for staff.

Opportunities:

- Festivals support and promote the arts;
- Generate revenue for the local economy;
- Attract investments to festival locations;
- Revitalize and improve abandoned or rural areas;
- Popularize arts, culture, and customs among broader social layers;
- Create a competitive environment for presenting festivals;
- Gather artists from different regions in one place and facilitate networking among them;
- Advertise festivals through new information technologies;
- Foster new friendships and connections for both festival participants and guests;
- Establish eco-trails to natural attractions;
- Provide additional employment for the local population;
- Raise awareness among the younger generation and cultivate virtues.

Threats:

- Decreased government spending on culture and arts;
- Lack of interest among the younger generation in learning traditional crafts;
- Economic crisis, inflation, and stagnation of the arts and culture market;
- Deterioration of arts education;
- International conflicts, insecurity, terrorism;
- Unforeseen threats (pandemics, floods, fires, etc.).

CONCLUSION

Festivals are of crucial importance for revitalizing the increasingly depopulated region of Montana. They not only promote natural and cultural landmarks but also play a significant role in attracting both Bulgarian and international tourists. While the festivals themselves last only 2-3 days, their impact extends throughout the year by uniting visitors and deepening their appreciation of local traditions, artworks, and music, which in turn helps attract more tourists. This cultural engagement has the potential to elevate lesser-known places in the region into popular tourist destinations. Additionally, the district's clean environment and vast nature offer excellent opportunities for hosting outdoor festivals and establishing camping zones, particularly during the appropriate seasons.

BIBLIOGRAPHY AND USED SOURCES

Boikova, B. 2023. Measures to support the development of tourism in mountainous regions (following the example of the municipality of Varshets). Conference: International symposium "Education, geography and cultural tourism" in honour of the 60th anniversary of prof. Stela Dermendzhieva, dr habil.

https://www.researchgate.net/publication/371691314_MEASURES_TO_SUPPORT_THE_DEVELOPMENT_OF_TOURISM_IN_MOUNTAINOUS_AREA_FOLLOWING_THE_EXAMPLE_OF_THE_MUNICIPALITY_OF_VARSHETS_MERKI_ZA_PODPOMAGANE_NA_RAZVITIETO_NA_TURIZMA_V_PLANINSKITE_RAJONI_PO_PRIMERA_N

Dychkovskyy, S., S. Ivanov, 2020. Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor in the Development of Cultural Tourism, Information & Media, vol. 89, pp. 73–82 ISSN 1392-0561 DOI: <https://doi.org/10.15388/Im.2020.89.41>

Zhelezov, G., A. Benderev, 2021. State of pollution of Ogosta River waters. Review of the Bulgarian Geological Society, vol. 82, part 3, p. 195–197
<https://doi.org/10.52215/rev.bgs.2021.82.3.195>

Zheleva, V. 2019. Development of festival tourism in Starozagorsk / on the example of the national Thracian folklore assembly "Bogorodichna stupka" In book: Identification of interrelationships and processes for developing a model for sustainable regional tourism. Edition: first editions, Publisher: Pечатница KOTA — Stara Zagora

Kostadinova, N. (2022). Development of a Destination Via Digitalisation of a Local Food Festival: The Case of Elenski But, Elena Town, Bulgaria. In The New Digital Era: Digitalisation, Emerging Risks and Opportunities (pp. 271-285). Emerald Publishing Limited.

Neshkov, M., St. Marinov, V. Kazandzhieva, 2014. Introduction to tourism. Varna: Science and Economics

Nikolova, M., V. Stoyanova, D. Varadzhakova, A. Ravnachka, 2021, Cultural ecosystem services for development of nature-based tourism in Bulgaria. Journal of the Bulgarian Geographical Society, Volume 45, 81–87

Shishmanova, M. 2005. Cultural tourism in Bulgaria — opportunities and development. Economics and Management, Vol. I, No. 4, Southwest University "Neofit Rilski", Blagoevgrad
Stoyanova, V., T. Kotsev, E. Tcherkezova, G. Zhelezov, T. Lubenov, D. Hristova, L. Semerdzhieva. Land use and land cover dynamics in Lom valley for 60 years period as an indicator of the change in the chemical impact of agriculture on soils. Forest science, No 1.:
<https://www.researchgate.net/publication/359581036>

Ministry of Culture of the Republic of Bulgaria. <http://mc.government.bg> (visited on 4.07.2024)

National Statistical Institute (NSI), retrieved from <https://nsi.bg> (visited on 5.07.2024)

Montana Region Development Strategy 2005-2015

<https://www.strategy.bg/strategicdocuments/View.aspx?lang=bg-BG&Id=93> (visited on 4.07.2024)

tourism.government.bg. - Register of tourist festivals and events.

<http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1> (visited on 4.07.2024)

DEVELOPMENT OF A HOTEL MANAGEMENT SERVICE BASED ON SPRING MICROSERVICES

Manastirli Piotr,

petrmanastyrly199@gmail.com

Academy of Economic Studies of Moldova, Moldova

Abstract: Modern technologies play a crucial role in the development of tourism, particularly in hotel management and room booking systems. This paper explores the design and implementation of a hotel room reservation management system using a microservices architecture. The project leverages technologies such as IntelliJ IDEA, Hibernate, React, MySQL, and Spring, providing high flexibility and scalability. The aim of this research is to create a modular and easily upgradable system capable of efficiently managing booking processes. The microservices architecture enables the system to be divided into independent services, each performing specific functions, simplifying development and maintenance. Additionally, microservices allow multiple teams to work on the same application simultaneously without impacting each other. This approach enhances efficiency and supports the dynamic nature of the tourism industry, where robust and adaptable booking systems are essential for growth and customer satisfaction.

Key words: microservices, Spring, hotel room booking, IntelliJ IDEA, React.

Introduction

Modern web applications are becoming increasingly complex, with growing demands spanning multiple aspects based on previous experiences and specific project requirements. Below are the main requirements for comprehensive web applications:

1. **Fault Tolerance** – Problems in the operation of many large and critical service systems can lead to huge issues for users worldwide. For example, a failure in a major payment system would make transactions impossible globally.
2. **Ease of Deployment** – This requirement is necessary to avoid errors and enable the possibility of seamless deployment. Thus, new application versions can be deployed without stopping the old versions.
3. **Scalability** – The ability to increase performance proportionally by adding computing resources. This point is especially relevant with the advent of cloud technologies.
4. **Replaceability** – One of the most important requirements for modern applications is the ability to seamlessly change any of its components.
5. **Ease of Testing** – Increases the chances of detecting errors at early stages of application development.
6. **Number of Dependencies** – Frequently, any changes in the project lead to the incorrect operation of many system components, which is a huge problem for its users. This occurs due to the large number of dependencies among components, indicating poor system architecture or its complete absence.
7. **Security** – Ensures the safety of both the application and user data.

With the development of Information Technology, various methods have emerged to meet these requirements. Currently, Microservice Architecture is the most modern way of creating large and complex information systems, allowing adherence to all the above requirements.

The "Hotel Booking Management" system is a modern and convenient way to book a room in a specific hotel, presented as a web application responsible for correctly booking a free room or canceling a reservation if the client changes their mind.

□ Project Requirements

- **Cross-platform:** The system must be accessible from any device with an internet connection.
- **Global accessibility:** Users should be able to make reservations from anywhere in the world.
- **Responsive design:** The web application should provide an optimal viewing experience across a wide range of devices.
- **User registration and authorization:** Secure system for registering new users and authenticating returning users.
- **JWT token authorization:** Use JSON Web Tokens to ensure secure and efficient user sessions.
- **User action security:** Ensure users cannot perform actions on behalf of other users.
- **Ease of modification:** The system should be designed to easily accommodate changes and updates.

□ Project Functionality

- **Registration:** Users can create new accounts.
- **Authorization:** Secure login functionality.
- **Logout:** Users can securely log out of the system.
- **Profile management:** Users can view and edit their profiles and manage their bookings.
- **Room listing:** Display a list of all available rooms with detailed information.
- **Room availability check:** Users can check the availability of rooms for specific dates.
- **Booking management:** Users can make, view, update, and cancel bookings.
- **Administrative functions:** Administrators can manage rooms and bookings, view statistics, and monitor the system.

□ System Components

- **Web Application:** Developed using Java and Spring, it handles user interaction and communicates with microservices.
- **API Gateway:** Routes requests to appropriate backend services, ensuring security and traffic management.
- **Identity Service:** Manages user authentication, authorization, and roles.
- **Room Service:** Handles room data, allowing retrieval, editing, adding, and removing rooms.
- **Reservation Service:** Manages bookings, including searching, adding, removing, and listing user reservations.
- **Notification Service:** Sends notifications about room reservations to users.

□ Overall Project Structure

- **Main Screen:** Displays available rooms, with filtering options by various criteria, allowing users to select a hotel for detailed viewing.
- **Booking Screen:** Users can select a room, specify stay dates, add additional services, and make a booking.

- **Booking Management Screen:** Allows users to view their active and past bookings, and modify or cancel current bookings.
- **Admin Panel:** Administrators can manage rooms and bookings, add and edit hotel information, monitor booking statistics, and analyze data.

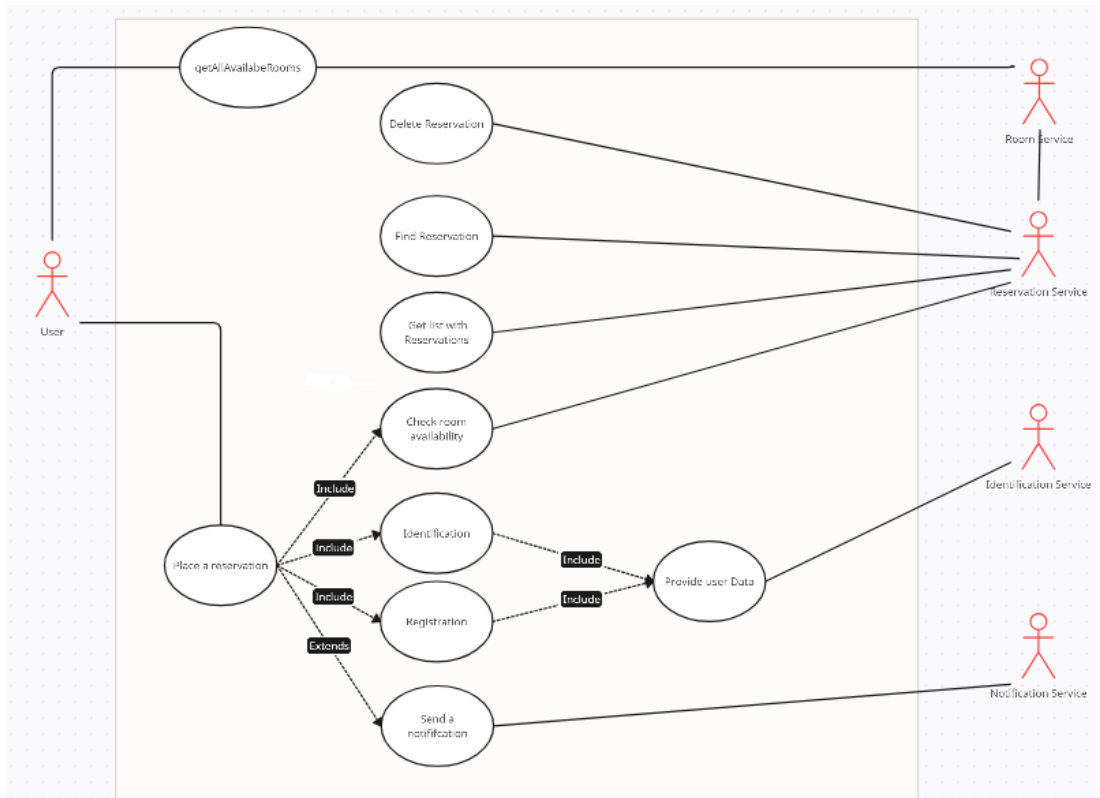


Figure 1. Use Case diagram of the Hotel Booking system.

1. System development and examples of use.

The database for the hotel reservation system will be created using SQL in the MySQL Database Management System (DBMS). Below are the tables and their attributes that will be defined:

1) TblRooms

The TblRooms table is the primary table for storing data related to the hotel rooms. It includes the following attributes:

- **Room_id:** A unique identifier for each room, defined as a primary key of type BIGINT.
- **Capacity:** The capacity of the room, indicating how many people can be accommodated.
- **Description:** A text description of the room, detailing its features and amenities.
- **Number:** The room number, stored as a string (e.g., "101", "A2").
- **Photo:** A binary field that stores photos of the room.
- **Price_per_night:** The price for renting the room per night, stored as a decimal value.
- **Room_type:** The type of the room, such as "Single", "Double", "Suite", etc.

2) TblUsers

The TblUsers table stores information about the users of the system. It includes the following attributes:

- **User_id**: A unique identifier for each user, defined as a primary key of type BIGINT.
- **User_email**: The user's email address, required for registration and password recovery. This field is unique.
- **User_role**: The role of the user within the system, such as "ADMIN" or "USER". The role determines the user's permissions, such as whether they can add or delete rooms.
- **User_password**: The password for accessing the user's account, stored securely.
- **User_login**: The login name used by the user to access their account.

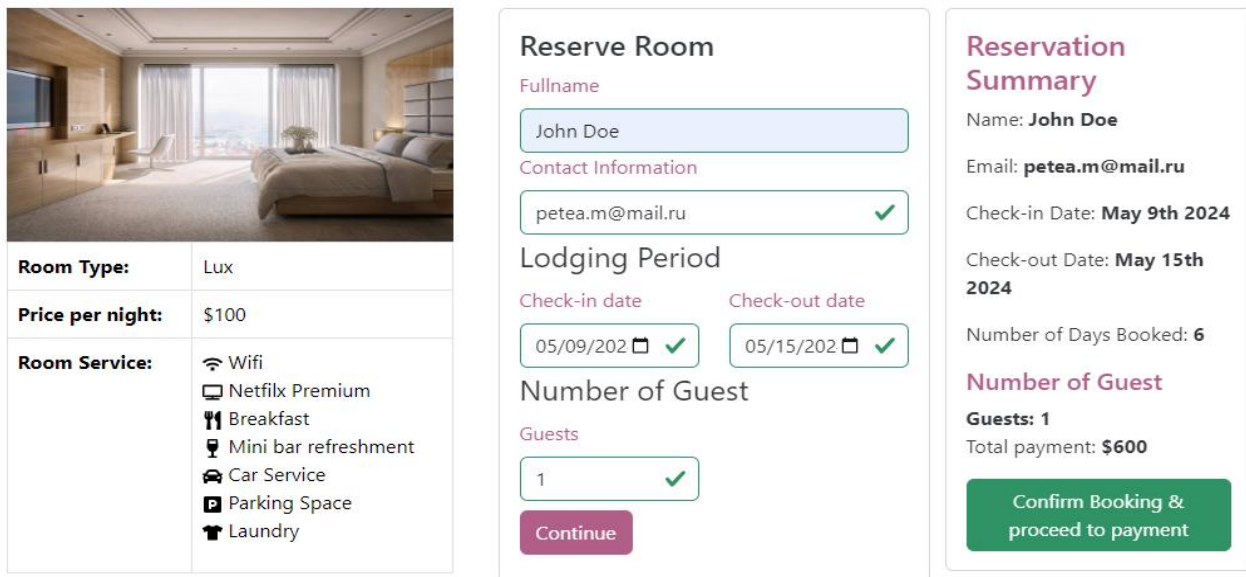
3) TblReservations

The TblReservations table handles room reservations made by users. It includes the following attributes:

- **Reservation_id**: A unique identifier for each reservation, defined as a primary key of type BIGINT.
- **Check_in_date**: The start date of the reservation, indicating when the guest plans to check in.
- **Check_out_date**: The end date of the reservation, indicating when the guest plans to check out.
- **Contact_information**: Contact details of the guest, such as a mobile phone number or email address.
- **Guest_name**: The name of the guest for whom the reservation is made.
- **Number_of_guests**: The number of guests that will be staying in the reserved room.
- **Room_id**: A foreign key linking the reservation to a specific room in the TblRooms table.
- **User_name**: The name of the user who made the reservation. This field is automatically populated based on the user currently logged in when the reservation is made.

This schema provides a clear and organized structure for storing room, user, and reservation data in your hotel reservation system. Each table is designed to handle specific aspects of the system, ensuring data integrity and facilitating efficient data retrieval and management.

Below you can see an example of the design of the room reservation page, everything is quite intuitive and very easy to use, this design was chosen not by chance, the combination of colours gives us a pleasant picture and a person wants to return to our web application.



The screenshot displays a user interface for room booking, divided into three main sections:

- Room Details:** A top image shows a modern hotel room. Below it, a table lists:
 - Room Type:** Lux
 - Price per night:** \$100
 - Room Service:** Wifi, Netflix Premium, Breakfast, Mini bar refreshment, Car Service, Parking Space, Laundry.
- Reserve Room Form:** A form with the following fields:
 - Fullname:** John Doe
 - Contact Information:** petea.m@mail.ru (with a green checkmark)
 - Lodging Period:** Check-in date: 05/09/2024 (with a calendar icon and checkmark); Check-out date: 05/15/2024 (with a calendar icon and checkmark)
 - Number of Guest:** 1 (with a green checkmark)
 - A purple **Continue** button is at the bottom.
- Reservation Summary:** A summary box on the right containing:
 - Reservation Summary** (in red)
 - Name:** John Doe
 - Email:** petea.m@mail.ru
 - Check-in Date:** May 9th 2024
 - Check-out Date:** May 15th 2024
 - Number of Days Booked:** 6
 - Number of Guest** (in red)
 - Guests:** 1
 - Total payment:** \$600
 - A green **Confirm Booking & proceed to payment** button is at the bottom.

Figure 2. Room booking page.

2. Performance Evaluation

The system is designed with a microservice architecture, which serves as the foundation for the following evaluation criteria:

1) Performance

The system demonstrates fast response times, greatly enhancing the user experience. This efficiency is a direct result of utilizing a microservice architecture. By decomposing the application into distinct microservices, we have successfully distributed the load across various components. Each microservice, operating within its own container, handles specific tasks, facilitating parallel usage by multiple users. This approach significantly contributes to the system's responsiveness.

2) Scalability

The microservice architecture inherently supports scalability. The modular nature of the architecture allows for the independent modification of services without impacting others. As a result, updates and enhancements can be implemented incrementally. This ensures that the introduction of new features or updates to one microservice does not disrupt the functionality of others, thereby supporting seamless growth and adaptation of the system over time.

3) Reliability

The system exhibits a high level of reliability and resilience to failures. During testing, no significant issues or service outages were encountered. Even in scenarios involving service restarts, the system

continued to operate stably, with data being preserved accurately. Users can rely on consistent access to the system's features without experiencing interruptions.

4) Security

Several measures have been implemented to ensure the security of the system:

- **Spring Security:** This framework is used to control access to both backend and frontend endpoints. By defining access rights based on user roles, it restricts unauthorized access to certain functionalities.
- **Hiding Inaccessible Features:** Both the frontend and backend have been customized to hide features that users do not have access to. This approach not only improves the user experience but also prevents potential errors or security issues.
- **Password Hashing:** All user passwords are securely stored in the database using BcryptEncoder, ensuring that even in the event of a data breach, passwords remain protected.
- **JWT (JSON Web Token):** JWTs are used for secure communication between the client and the server. Each token contains encrypted information about the user and their permissions, which ensures secure authentication and data exchange across the microservice architecture.

Thus far, no security issues have been detected during testing. However, ongoing improvements to the security system are planned to ensure robustness for the final project presentation.

5) Usability

The user interface has been designed with convenience in mind, particularly for the room booking process. Users are guided through a series of intuitive steps, with all necessary information presented in a centralized location. Additionally, the interface has been optimized for various devices, ensuring that the site adapts to different screen sizes, whether accessed on a phone or a computer.

6) Compliance with Requirements

This web application meets all necessary functional requirements, making it suitable for use by any existing hotel.

7) Resource Efficiency

The current application logic is optimized for resource efficiency, ensuring stable and effective system performance. Memory and CPU usage have been fine-tuned to deliver high performance while minimizing resource consumption. Monitoring tools indicate that the current system configuration achieves an optimal balance between performance and resource utilization.

This evaluation highlights the strengths of your system, emphasizing its performance, scalability, reliability, security, usability, compliance, and resource efficiency.

Conclusion

This project developed a hotel booking management system based on microservice architecture using the Spring platform. The system aims to enhance the efficiency and user-friendliness of the booking process, offering an intuitive and accessible interface for users.

Throughout the project, we explored the concepts and terminology of microservice architecture, delving into its advantages and challenges in software development. Particular focus was placed on the design and implementation of microservices using modern technologies such as Spring Boot and Spring Cloud.

System security was prioritized at every stage of development. Advanced methods and tools, including Spring Security and JWT (JSON Web Token), were employed to ensure robust data protection and secure communication between system components.

The use of contemporary development tools, such as Docker for microservice containerization, Zipkin for request tracing, and Prometheus alongside Grafana for monitoring and metrics visualization, contributed to the creation of a scalable, reliable, and high-performance system. These technologies not only improved system performance but also ensured its resilience to load and operational stability.

The hotel booking management system developed in this project exemplifies the successful application of microservice architecture and modern technologies to address current challenges in the hospitality industry.

References

1. Eckel, Bruce. "Philosophy of Java." 4th Edition. St. Petersburg: Piter, 2015. 1168 p. ISBN: 978-5-496-01127-3.
2. Optimizing Netflix API. [Online]. Netflix Tech Blog [Read June 19, 2024]. Available: <https://netflixtechblog.com/optimizing-the-netflix-api-5c9ac715cf19>.
3. Spring Framework Documentation. [Online]. Spring [Read June 19, 2024]. Available: <https://docs.spring.io/spring-framework/reference/index.html>.
4. Microsoft – Backend for Frontends Pattern. [Online]. Microsoft Learn [Read June 19, 2024]. Available: <https://learn.microsoft.com/en-us/azure/architecture/patterns/backends-for-frontends>.

MISTAKE KNOWLEDGE – BAD PRACTICES OF FESTIVAL TOURISM

(The case of XXI International Music and Dance Festival
Paralia Summer Festival 2024)

Nadezhda Kostadinova, e-mail: n.kostadinova@ts.uni-vt.bg
“St. Cyril and St. Methodius” University of Veliko Tarnovo

Vlad Diaconescu, e-mail: diaconescuvlad17@stud.ase.ro
Bucharest University of Economic Studies

Abstract: *The sector of events in recent years becomes essential for the development of destinations including from the point of view of tourism. The current paper aims to present the bad practices in festival organization basing on a separate case which helps in forming valuable knowledge about events and event industry. The main method used by authors is discussion with focus groups, leading to induction outcomes. Some findings show that a set of mistakes during the three organizational stages of the festival (pre-festival, on-site and post-festival) turn into knowledge about the structure and rules of the organizational process, manner of attitude towards the participants, finalizing the event and provoking sustainability both for the festival and for the destination. The conclusion is that systematized outcomes from different wrong models of organizing of events, including the hereby given case, can turn into an important source for the events, event industry and event tourism and a generator of knowledge for educational units.*

Key words: *festival tourism, events, bad practices, mistake, knowledge*

INTRODUCTION

Structure and current role of events

An inevitable process is being observed in the last years both at local and world level – events are becoming an industry. Being such, they are integrated in micro and macroeconomic strategies as an effective tool for generating economic benefits. The creation of models, approaches, and criteria for exploring the tourist potential of destinations leads to making key decisions based on certain facts. Knowledge of the peculiarities of the tourist destination and its proper promotion has several important aspects, some of which have economic, social, health, and cultural significance with a scope depending on the size of the area studied. (Georgieva-Trifonova & Mancheva-Ali, 2024). Whenever an economic or social phenomenon turns into an industry, essential becomes the need of elaborating and following certain models and algorithms of work so that this industry be more and more successful. The way of turning the event industry into a lean and organized professional field is long and surely, as every beginning, full of mistakes, wrong models of work and even abuses. Furthermore, similarly the sector of tourism, the one of events involves a pretty large share of human factor which is a solid prerequisite for even more vicious practices. As the father of event science Donal Getz comments “while some people concentrate on praxis, others want to develop theory, explore the meaning ...” (Getz, 2007). For the sake of being consistent in reaching the main issue, the authors should begin with certain division of events. According to event type, there can be classified several groups, significant for different parties:

1) MICE events – this abbreviation is so widely used both in theory and business that it no more needs any explanation: M – for *meetings*, I – for *incentives*, C – for *conventions*, E – for *exhibitions*. The ultimate goal of the MICE industry is the organization of various business events in form, type and purpose (congresses, conferences, seminars, etc.). Realization of the events includes some or all of the following activities: provision of transport, accommodation, on-site organization

and accompanying program for business tourists. (Varadzhakova, 2019) These events are considered to be the less elastic ones, not depending so much on market conjuncture. They are significant both on national and company level.

2) Culture events – include two main groups live events and festivals. Live events can be divided to music, sports, comedy and theatre. According to data in statista.com for 2017 the incomes from live events are 51,53 billion dollars while in 2024 they raise to 93,74 billion dollars. This proves that even after the pandemic, when the data shows very low rates in incomes from live events (up to 16 billion dollars in 2020), people have accumulated need for face to face experiences.

The second group of events with large experience factor are festivals. According to Akhundova namely “**festivals** have become key elements of the event tourism” in case putting them in the context of tourism. They influence local economies and attract tourists who look for “cultural and entertainment experiences”. (Akhundova, 2024) According to Weezevent barometer (Weezevents, 2023) the consumption during festivals in 2023 have raised with 16% in comparison to 2022 which means that they receive larger significance for local stakeholders.

Culture events as whole are quite significant primarily on destination level.

3) Special events - events that attract the largest number of users and have great significance for larger regions and even countries. Statistics show that the revenue change among this group events for 2024 in comparison to the previous 2023, is 13,6%.

4) Online and hybrid events – after the Covid times these events have larger share as type. They turn to be with great significance in quite various fields of social life, economic and politics. Because of their wide influence they are a subject to a separate observation and discussions.

Events can also be divided into two main groups according to the level of organization:

- 1) Organized for the needs of the destination (region, city, country) – on macrolevel
- 2) Organized for the needs of the business company/institution (economic organizations, associations, units of education etc.) – on micro level.

MAIN PART

Organization of festivals

The current paper focuses the attention to the field of festivals as an event niche with current rapid development. There can be pointed out several reasons about this dynamic process:

- ✓ Festivals are events that are comprehensible and easy-to-reach for a large range of population groups;
- ✓ Festivals’ thematic is usually connected with activities that people love to practice – dance, sing, create, prepare and eat delicious food, drink favourite/traditional beverages etc.
- ✓ Festivals gather a lot of people and thus become profitable for a large range of shareholders in destinations;
- ✓ There’s possibility to be organized several festivals on different thematic at one and the same location;
- ✓ Festivals are a proper platform to create the good image of the destination and attract consequent tourist flows;
- ✓ Festivals are a proper tool to present local traditions but in the same time to gather at one place different cultures.

For the sake of festival industry and as a consequence of the above-mentioned reasons, there

already exist a lot of NGOs in the sphere of festivals. They arise with the idea to establish certain organizational rules, to be a chain element between separate local organizers or creative groups (folklore performers, dance formations etc.) and last but not least, to create values through festivals. NGOs are usually a guarantee that each festival will be honestly organized, all the participants will be equally assessed and treated during the performance period and will receive excellent tourist experience.

Case study

The current case study is based on a separate example – the case with *XXI International Music & Dance Festival“ Paralia Summer Festival 2024* (the abbreviation PSF is used for ease). The findings and assumptions driven out are elaborated on the experience of participants in the festival in the period 25-29 August 2024 - 6 folklore formations from Bulgaria (4 teams) and Romania (2 teams). Focus group discussions have been led immediately after their participation. The leading method that brings value to the paper is the one of induction – particular practices lead to conclusions valid for a group of cases or a whole sphere of work.

The PSF is taking place for the twenty first time in Paralia Keterini, Greece and is included in the list of festivals of the World Festival Association (WOFA). WOFA has defined its aim, mission and purpose. [7]

Aim: “to connect all festivals in the world”;

Mission: “to celebrate music, dance, and special events, to bring together different cultures from all over the world through music, dance, and traditional national costumes of the nations”;

Purpose: “the presentation and affirmation of folklore, choir singing, dance, tradition, costumes, and cultural heritage, presentation of folklore choreography, choir music, and new dances”

Finally, the moto of the association is “We build bridges from nation to nation”. This main phrase is a kind of promise to all the participants in the festival under the umbrella of WOFA.

PSF as an event, taking part in a small town in Greece and being a folklore festival, has marked a list of good effects that should influence three main groups: the destination, the participants, the organizers and NGO. The expected good effects are summed up in Table 1:

*Table 1.
Good effects from organizing the folklore festival*

	For the destination	For the participants	For organizers and NGO
E1	The festival is tool for attracting new tourist flows from outside the destination	New experiences through music and dances	To gain positive comments and assessment among the festival society both on- and off-line
E2	The festival is a marketing tool for achieving the good image of the town	Enjoy different place, different country	
E3	The festival is a tool for the sustainable development of the destination as an interesting tourist place to visit	Share different culture	To become attractive for new participants for future editions of the festival

E4	The festival is an effective tool for enlarging the return of investment in local authorities' policy	Establish new acquaintances and friendships	To demonstrate a mood of tolerance and social equality in a world of separatism and intolerance
E5		Share new ideas in the field of music, dances and traditional folklore	To satisfy the expectations of all the stakeholders in the festival

Source: Authors' elaboration

Upon the narratives from several groups of participants that had to be a part of the festival program, an essential information was gathered. In the focus discussion took part folklore traditional dance formations from Bulgaria – 4 teams and Romania – 2 teams. They shared some facts describing their bad experience in taking part in the twenty first issue of PSF. Some indicators for lack of professionalism were evident at the first stage of participation process – pre-festival stage. Team-leaders of the folklore formations share that it was quite difficult to find out the exact application place online. After managing to send the documentation needed it was not clear if it reached the organizational team of the festival. In attempts to check if everything with the application is in order, no answer was given, no communication process was launched. Applicants were not aware who the people/person responsible for approvals of applications are. They share that in comparison to other festivals this was not a common practice and caused certain early dissatisfaction. The smoothness of “application – approval” process is an essential part of the pre-festival stage which guarantees the comfort of the participants. Despite the hindrances, all dance formations managed to meet the requirements concerning application process for participation in PSF including bank transferring of taxes. Later on, however, it was going to turn out that no documents for the transfer of all the groups were issued. Only 2 out of 6 dance formations were given original invoices for their bank transfers.

The period of physical persistence and performing of the groups in the summer festival of Paralia Kterini is full of discrepancies and unpleasant experiences. The real collision with the vicious organization became a fact at the same beginning when all the groups had to be accommodated after they arrived on-site. The accommodating facilities during the discussion process were determined by participants as “awful”, “inhuman”, “offensive”. The dancers were entered a hotel where corridors were “full of waiting participants”. It was obvious that there were certain problems with the accommodation process. The hotel was overloaded, seven to eight people were accommodated in a room with capacity for up to four guests. Participants who don't know each other and from different nationalities were gathered in one premise under the insistence of the hotel management team. The hotel equipment and furnishing were described as “obsolete”, “worn out”, “depreciated”, “unfit for use”. Participants felt insulted rather than welcomed in Paralia Katerini. They not only did not receive the support of any organizational member but were horned. Instead of assistance they received the neglect of the chief figure who was on-spot - the executive director of PSF. All the six groups had to find themselves appropriate place for their stay. Some of them have not been refunded for the remitted entry fees because of lack of original invoice for their transfer. One of the groups left the festival and went back to Romania. The welcoming period may be defined as absolute disaster for the dance formations.

Further on, there was a change in the location – the town of Paralia Katerini was announced as a place of holding the festival however participants had to go to a nearby village Olympic, which is an inadmissible organizational discrepancy.

The on-site stage continued with the realization of the festival program. On this stage the

participants from Bulgarian side understood that they were excluded and could not show their dances. On question “Why do you think the elimination of the festival program happened?” there were received several main group of answers such as: “Because we did not accommodate at the hotel suggested, which was a property of the chief organizer”; “Because the organizer was Macedonian and we obviously felt discriminated on the basis of nationality”; “Because we did not pay extra money for participation as we were asked to.” These answers prove on the next level sure lack of professionalism and attitude of goodwill. This puts in absolute contradiction the values embedded in WOFA’s strategy and its promises about the effect of the festivals under its umbrella.

The post-festival stage does not differ from the previous two in the context of unprofessional behaviour and lack of consistent rules. After the group elimination the organizational team did not make even a slight effort to give any explanation or apologize to team-leaders about the bad experience they brought to the young dancers. Official apologize and even a confirmed elaborated form of it, is an absolute necessity in cases of discrepancies and disrupting the organizational process during a festival. Hence, the path of experience for the participants continues with measures against the organizers of PSF. This is the worst possible way to exit a festival, that could happen and is quite disappointing for the festival team. Good experience, fruitful contacts, culture exchange, new friendships and sharing of creative ideas through music, folklore and dances are replaced by bitter memories from PSF Paralia Katerini 2024, disappointment by attitude and models of work and subsequent waste of time for launching complaints against the management team of the festival.

Upon the discussion information gathered by the focus groups, certain mistakes are formulated and shown on Figure 1. The matrix of mistakes there presents particular discrepancies that have been made by the organizers of PSF. They follow the traced three stages: pre-organizational stage, on-site stage, post-organizational stage.

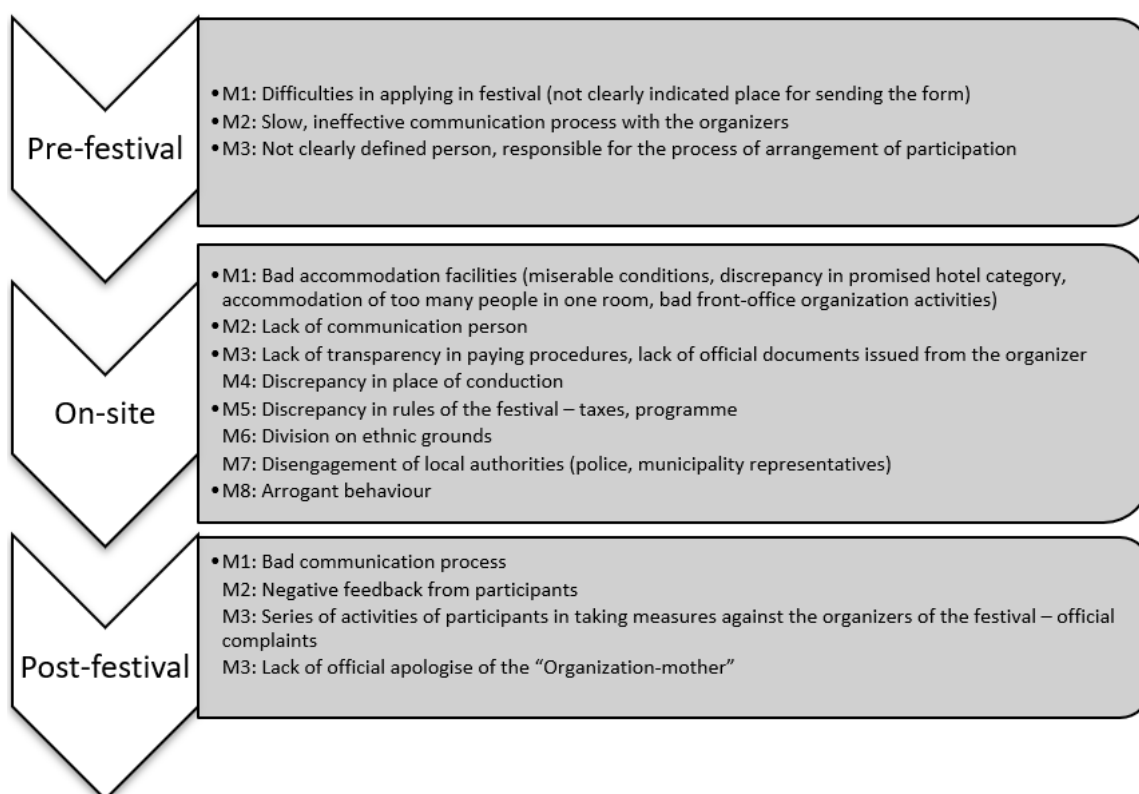


Figure 1. Matrix of mistakes in the organization of PSF
Source: Authors’ elaboration

The matrix contains essential results that traces a kind of *path of bad experience* via the way of organizing and conducting a folklore festival. It can serve as a universal knowledge model for other similar events. Organizers sure should avoid the above described examples in following professional manner of work and work on world level.

The currently traced example with the organization of PSF puts in total contradiction the established aim, the mission, the purpose and moto of WOFA. As a result, WOFA being mother NGO is put under suspicion as a reliable and fair world event association.

Case findings

Some general knowledge, based on mistakes, can be provided from the case study considered in the paper. The findings sum up universal rules for organization of festival from the type *folklore festival*:

1. A failure of a local festival can cause bad image of the whole tourist destination.
2. The sustainability of the festival is put under threat which means possible reduce of festival group participants, lower incomes from taxes, lower return of investments rates (usually for the local authorities).
3. Number of organisational discrepancies form the so-called bad experience path of participants which plays an immense role in the future development of the event.
4. Lack of responsible people before, during and after the festival causes distrust and doubt about the authenticity of the event.
5. Money abuse, discrimination on national base and bad attitude towards participants are unacceptable practices for an international festival and not only seriously threats its persistence on the world culture stage but causes long-lasting emotional traumas, which directly relates to important issues of human health.
6. Demonstration of disengagement from the behalf of local authorities in case of civil disorder during a festival corrupts both the name of the festival and puts the question about how secure as tourist destination is the place.
7. Disappointed participants inevitably result in low-rate comments in social networks and influences the decision-making process of future participants. Here is valid the rule that bad news come twice faster than good news.
8. Mistakes in organization of a separate local festival influence the reputation of the mother NGO which previously has formed a brave set of promises about creating values based on relation between nations. *Building bridges from nation to nation* is an idea that lays in the mission of many world organizations in the event sphere.

CONCLUSION

The *XXI International Music & Dance Festival“ Paralia Summer Festival 2024* turns to be a brilliant example about how not to organise a folklore festival. A set of rules and outcomes based on number of mistakes is formulated. The authors’ assumption is even braver – dissemination of bad practices and bad tourist experience plays even greater role in gathering crucial knowledge about events, event industry and event tourism. Accumulating knowledge of diverse type in the field of events, is a sure way as well to provide knowledge in separate education units, where system approaches for event organization can be presented. As much as the event (scientific) field is researched and information systematized, as more successfully the proper models of work are applied, as more essential for the economic development of destination the sector becomes.

BIBLIOGRAPHY

Akhundova, A. (2024). Role of Festivals in Stimulating the Development of Event Tourism. Theoretical And Practical Research In Economic Fields, 15(2), 277-287.

Getz, D. (2007). Event Studies. Theory, Research and Policy for Planned Events, Oxford: Butterworth-Heinemann.

Georgieva-Trifonova. T., O. Mancheva-Ali, Predicting Tourist Arrivals: A Google Trends-Based Model for Destination Management, TEM Journal – Volume 13/Number 3/2024, DOI: [10.18421/TEM133-22](https://doi.org/10.18421/TEM133-22), p. 1945

Varadzhakova, D. (2019) Вараджакова, Д., MICE tourism in the era of digital transformation in Collection of reports "MICE tourism: festivals, incentives, conferences, exhibitions", XII Black Sea Tourist Forum 2019, Slavena Press, Varna, pp. 170-182

Weezevents 2023: Trends and Consumption at Festivals. URL: https://sites-production-weezevent.s3.amazonaws.com/contents/etudes/Barometer_2023_Trends_Consumption_Festivals.pdf, Accessed: 20.09.2024

<https://www.statista.com/statistics/1302329/global-live-event-revenue-by-category/>; Accessed: 02.09.2024

<https://www.statista.com/outlook/dmo/eservices/event-tickets/music-events/worldwide>; Accessed: 20.09.2024

<https://wofafestivals.com/about/>, Accessed: 19.09.2024

