

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІНГВІСТИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра психології і туризму

Кваліфікаційна робота
на тему: «Сучасний стан та перспективи розвитку
культурно-пізнавального туризму в Болгарії»

Допущено до захисту
«24» листопада 2022 року

здобувача вищої освіти групи Т 01-21з
факультету туризму, бізнесу і психології
освітньої програми Туризмознавство
за спеціальністю 242 Туризм

Хільської Анни Максимівни

Завідувач кафедри
психології і туризму
д. психол. н., проф.
Бондаренко Олександр Федорович

Науковий керівник:
кандидат географічних наук, доцент
Кучерява Ганна Олександрівна

Національна шкала _____
Кількість балів _____
Оцінка ЄКТС _____

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ	7
1.1. Сутність культурно-пізнавального туризму.....	7
1.2. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму.....	17
1.3. Методи дослідження	27
РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ	30
2.1. Географічне положення та історія Болгарії як фактор розвитку туризму в країні.....	30
2.2. Історико-культурні туристичні ресурси як основа розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.....	37
2.3. Особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії	44
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ	58
3.1 Ключові проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.....	58
3.2. Перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії	78
ВИСНОВКИ.....	87
РЕЗЮМЕ/ RESUME.....	91
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	93
ДОДАТКИ.....	101

ВСТУП

Актуальність теми. Туризм у XXI столітті інтенсивно розвивається і в міру того, яке він займає важливе місце у розвитку світової економіки, все помітніше стає його роль у розвитку людства в загальносвітових процесах. Індустрія туризму в даний час є однією з сфер, що найбільш динамічно розвиваються в торгівлі послугами. Тому туризм дуже впливає на економіку регіонів і країни в цілому. Туризм є важливим джерелом прибутків, зайнятості населення.

Туризм – одна з найважливіших сфер діяльності в сучасній економіці країни, метою якої є збільшення прибутковості, підвищення якості життя населення, а також задоволення потреб людей у пізнанні. Туризм на відміну інших галузей економіки не призводить до виснаження природних ресурсів, а навпаки сприяє їх збереженню.

Культурно-пізнавальний туризм у сучасному світі туризму – це одна з передових галузей. Культурно-пізнавальний туризмом містить в собі різні види подорожей, що задовольняють духовний відпочинок і наповнення культурою інших країн, а також розуміння і проживання у різних місцях формою організованого відпочинку та екскурсійної діяльності.

Під час культурно-пізнавальної подорожі особисто побачене туристом стає для нього особистим надбанням. Завдячуючи знайомству з культурою інших країн і народів, а також екскурсіям по визначним місцям та пам'яткам кругозір і бачення світу подорожуючого розширюється, в наслідку чого змінюються горизонти його сприйняття навколишнього світу та інших культур, особливо відмінних від звичної туристу.

Роль культурно-пізнавального туризму та його місце у світі велике, він зачіпає такі сфери діяльності як культура, економіка і соціальне життя суспільства. Масштаби туризму великою мірою залежить від розуміння світовим співтовариством, і навіть його визнанням цінності культурного і природного потенціалу країни, її спадщини. Саме культура та її спадщина

визначають ставлення світової спільноти до країни, її привабливості з позиції туризму, та бізнесу.

Яскравий позитивний колорит створює образ Болгарії у туризмі з урахуванням культурної спадщини. Про культурну семантику її образу свідчить виражений потенціал країни у розвитку культурного туризму.

Геокультурний бренд Болгарії сформувався ще наприкінці 1950-х років, на основі символіки ефіроолійної троянди (яка набула популярності як болгарська троянда). Образ Болгарії як «Країна троянд» увінчаний міжнародним визнанням (засвідчено навіть у мистецтві зарубіжних художників) та став емблемою національного туристичного бренду.

З поширенням у багатьох галузях міжнародного суспільного інтересу (музика та література; продукти харчування та косметика; сувеніри) ефіроолійна троянда, безсумнівно, зарекомендувала себе як широко відомий символ болгарської ідентичності. Однак Болгарія має багату культурну спадщину гетерогенного характеру, яка, враховуючи прискорений обмін інформацією та крос-культурність сучасності, здатна зміцнити в новому вимірі її міжнародну привабливість та популярність.

Постановка проблеми та ступінь розробленості теми. Вивченням туризму як однією з найважливіших сфер діяльності в сучасній економіці країни займалися такі науковці як: Кузишин А.В., Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М., Мельник А.В., Чир Н.В., та ін.

Культурно-пізнавальний туризм один із основних видів туризму у сучасній індустрії відпочинку вивчали: Алфьорова Л.С., Уліганець С. І., Радіонова О. М., Козловський Є. В., Кифяк О. та ін.

Проблеми розвитку туризму в Болгарії розглядали в своїх роботах: В. М. Алієва-Барановська, І. І. Дахно, В. А. Ганский, М. П. Мальська та ін.

Однак, необхідно також зазначити, що теоретичні та методологічні дослідження, не повною мірою розкривають сучасний стан розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії. Це і зумовлює вибір теми

кваліфікаційної роботи: «Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії».

Мета кваліфікаційної роботи – проаналізувати сучасний стан культурно-пізнавального туризму в Болгарії, визначити проблеми та перспективи його розвитку.

Згідно поставленої мети сформульовані наступні **завдання**:

1. Розглянути сутність культурно-пізнавального туризму.
2. Розкрити ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму.
3. Визначити методологічні підходи та методи дослідження.
4. Охарактеризувати географічне положення та історію Болгарії як фактори розвитку туризму у країні.
5. Надати характеристику історико-культурним туристичним ресурсам Болгарії.
6. Охарактеризувати сучасний стан культурно-пізнавального туризму в Болгарії
7. Виявити ключові проблеми та визначити перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.

Об'єкт дослідження: культурно-пізнавальний туризм в Болгарії.

Предмет дослідження: особливості культурно-пізнавального туризму в Болгарії, проблеми та перспективи його розвитку.

Під час виконання кваліфікаційної роботи були використані наступні **методи дослідження**:

– теоретичний аналіз та синтез інформації, що дозволив розкрити теоретично-методологічні основи дослідження культурно-пізнавального туризму;

– методи порівняльного аналізу та узагальнення даних, системного аналізу, структурно-функціональний метод, методи індукції та дедукції, що спрямовані на вивчення історико-культурних туристичних ресурсів та культурно-пізнавального туризму в Болгарії;

– порівняння, статистичний та системний аналіз, аналогія, класифікація, проектування та прогнозування, а також SWOT-аналіз, що дозволили визначити проблеми та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.

Інформаційною основою дослідження є наукові праці вітчизняних науковців, а також закордонних дослідників у галузі дослідження туристичної сфери Болгарії. Також під час дослідження проводилося вивчення сучасних матеріалів із засобів масової інформації та туристичних проспектів. Крім того, під час роботи використовувалась інформація з офіційних сайтів мережі Інтернет, які описують та ведуть аналітику туризму Болгарії у різних спектрах.

Ступінь вирішення проблеми в дослідженні та практичне значення одержаних результатів полягає в тому, що результати дослідження можуть бути використані у практичній діяльності, зокрема, у роботі організацій, які займаються розробкою нових туристичних продуктів, а також у навчальному процесі при підготовці фахівців туристичної галузі.

Апробація результатів кваліфікаційної роботи. Головні положення та результати кваліфікаційної роботи представлені у збірнику матеріалів конференції: Хільська А. М. Історико-культурна спадщина Болгарії як фактор культурно-пізнавального туризму // «Ad orbem per linguas. До світу через мови». Матеріали Міжнародної науково-практичної відеоконференції «Україна у транскультурному й мультимодальному світі» 29 червня 2022 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2022. С 558-560.

Структура кваліфікаційної роботи. Робота складається: з вступу, трьох розділів, висновків і списку використаних джерел. Обсяг роботи основного тексту становить 92 сторінки друкованого тексту. Перелік використаних джерел містить 76 найменувань.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

1.1. Сутність культурно-пізнавального туризму

У сучасному світі туризм – це широке явище, яке безпосередньо стикається з економікою, історією, географією, архітектурою, медициною, культурою та іншими науками. При цьому жодна з наведених наук не може повно і точно охарактеризувати туризм як об'єкт власного дослідження, а існуючі соціально-економічні заклади не можуть самостійно вирішувати комплекс проблем з туризму.

У сучасній науковій літературі можна знайти багато визначень поняття туризм, які суттєво відрізняються одне від одного, насамперед тому, що їх автори розглядають туризм у різних аспектах [1-4]:

- як особливу форму пересування людей за певним маршрутом з метою відвідування певного об'єкта або задовольнити свої інтереси та повернутися на постійне місце проживання;
- як форма розвитку особистості, що реалізується через соціально-гуманітарні функції (освітню, виховну, оздоровчу та спортивну);
- як форма організації відпочинку, дозвілля;
- як галузь економіки, пов'язана з обслуговуванням населення, яке тимчасово перебуває за межами постійного місця проживання;
- як сегмент ринку, на якому сходяться підприємства таких галузей, як транспорт, громадське харчування, готельний бізнес, культура, торгівля тощо;
- як явище, що виходить за рамки традиційних уявлень, пов'язаних виключно з релаксацією [1-4].

Отже, туризм можна вважати видом рекреації, пов'язаним з виїздом за межі постійного місця проживання, активним відпочинком, під час якого відновлення працездатності поєднується з оздоровлювальними, пізнавальними, спортивними і культурно-розважальними цілями.

На сьогоднішній день, залежно від цілей подорожі, виділяється велика кількість видів туризму – це пізнавальний або екскурсійний, рекреаційний, лікувально-оздоровчий, діловий, науковий, спортивний, релігійний, екологічний, сільський, подійний, пригодницький, гастрономічний, ностальгічний, весільний, сімейний, дитячий, фото-туризм, шоп-туризм, і т.д.[1, с.16]

Культурно-пізнавальний туризм один із найпоширеніших видів туризму. Об'єктами туристського інтересу можуть бути стародавні міста, музеї, пам'ятники створені людиною та природні пам'ятки, міські ландшафти, етнічні та фольклорні пам'ятки тощо [2, с.61].

За дослідженнями ЮНВТ та WTO одним із найбільш перспективних видів туризму в Україні та за кордоном прийнято вважати культурно-пізнавальний туризм (на рис. 1.1)

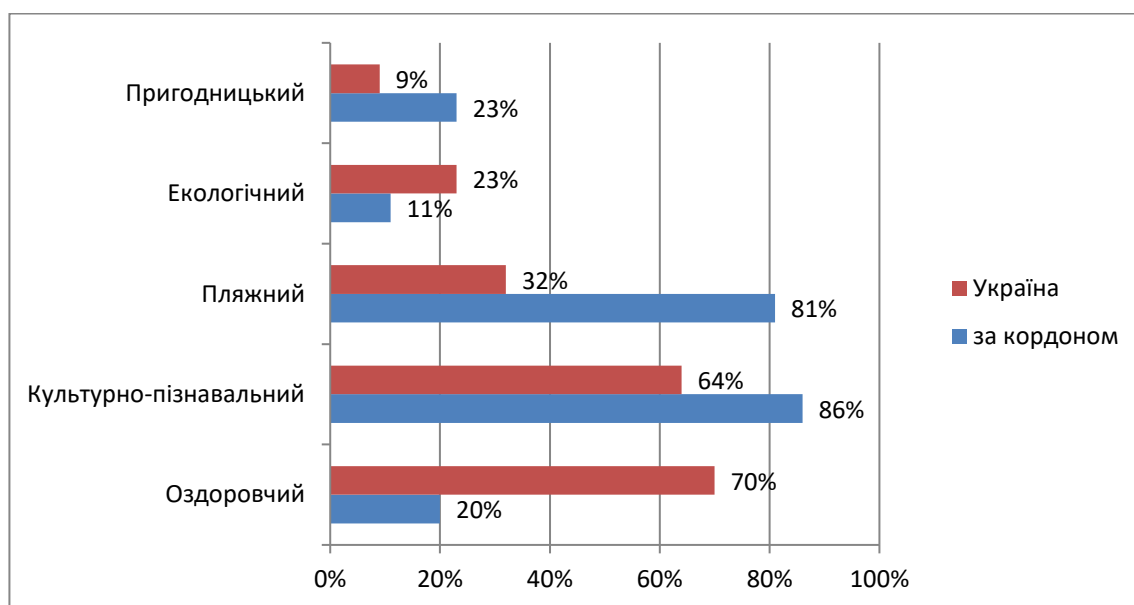


Рис. 1.1. Потенціал розвитку окремих видів туризму (побудовано за даними [5; 6])

Культурно-пізнавальний туризм – це різні види подорожей, відповідні потребам духовного освоєння і духовного присвоєння культури світу через його відвідування, безпосереднє розуміння і переживання у різних місцях і у формі організованого відпочинку та екскурсійної діяльності [3, с.124]. Можна сміливо сказати, що культурно-пізнавальний туризм перетинається з іншими

видами туризму, де турист може не лише провести дозвілля із єдиною метою відпочинку, а дізнатися про нову інформацію. Варто відзначити, що основою культурно-пізнавального туризму є природний інтерес людини до історії, а також потреба у розумовому та моральному розвитку. На сьогоднішній день з'являються нові туристичні напрямки: фото-тури, мілітарі-тури, винні, кулінарні та ін. Розвиваються такі види туризму, як освітній, подійний, екологічний туризм.

Культурно-пізнавальний туризм пов'язаний із духовною стороною людини. Його основою виступає історико-культурний потенціал регіону або країни в цілому, який виражається в об'єктах духовної та матеріальної культури і формується на традиціях та звичаях і включає особливості господарської та побутової діяльності. Тому культурно-пізнавальний туризм у суспільстві носить зовсім нову інтерпретацію культурного відпочинку і духовної самоосвіти. Враховуючи внесок культури у туризм, можна сказати, що культура грає величезну роль формуванні туристських потреб та розвитку туризму [4, с.36].

Проаналізувавши визначення культура, культурний та пізнавальний туризм можна узагальнити поняття культурно-пізнавального туризму.

Культурно-пізнавальний туризм – це переміщення туриста, обґрунтоване повністю або частково інтересом до культурних пам'яток, включаючи культурні події та інші об'єкти спадщини, з метою отримання нових вражень для саморозвитку [7, с.87].

Поняття «культурний туризм» («cultural tourism») офіційно на міжнародному рівні вперше згадується у матеріалах Всесвітньої конференції з питань культурної політики (1982 р.). Виходячи із значення англійського терміна, який, як і кілька десятиліть тому визначався як «культурно-пізнавальний туризм», сьогодні не відбулося зародження принципово нового виду туризму, оскільки не змінилася його основна вихідна мета – знайомство з історією та культурою країни у всіх її проявах (архітектурою, живописом,

музикою, театром, фольклором, традиціями, звичаями, образом і стилем життя людей країни відвідування) [8, с.13].

Посохов І. С. зазначає, що культурну спадщину будь-якого народу становлять не лише твори музикантів, художників, письменників, архітекторів, праці вчених тощо, але й нематеріальне надбання, що включає народні промисли, релігійні ритуали, фольклор, фестивалі. Давно існує такий вид туризму, як культурно-пізнавальний туризм. В його основі лежить вивчення історико-культурного потенціалу країни, що включає все соціокультурне середовище із традиціями, звичаями, особливостями побутової та господарської діяльності [9, с.104].

Уліганець С. І. вважає, що «культурно-пізнавальний туризм – це форма взаємодії, культурного обміну, яка передбачає цілеспрямоване занурення у культурне середовище з метою його освоєння. В основі культурно-пізнавального туризму лежить потреба знайомства з культурою як свого народу, так і народів інших країн. Подорожі виступають у разі як залучення людей до загальнолюдських цінностей через власний внутрішній досвід, через емоційні індивідуальні переживання. Вони дають можливість сприймати культурну картину світу в єдності почуття та думки. Отже, особливістю культурно-пізнавального туризму є формування цілісного уявлення про історію та культуру, що сприяє розвитку діалогу та взаємозв'язку між культурами» [10, с.78].

Проте, незважаючи на високий інтерес до вивчення та розвитку перспективних форм туризму, термінологія в даній галузі має деяку варіативність.

У вітчизняній літературі, згідно з дослідженням Алфьорової Л.С., вітчизняна практика визначення поняття «культурно-пізнавальний туризм» може бути поділена на три основні підходи (таблиця 1.1)

Таблиця 1.1

Підходи до визначення поняття культурно-пізнавального туризму у науковому середовищі (складено автором за даними [11])

<i>Найменування підходу</i>	<i>Представник</i>	<i>Сутність визначення культурно-пізнавального туризму</i>
Технічний	Шарапов Д.Ю.	Процес споживання туристами культурного потенціалу території, що полягає у природних, архітектурних особливостях території
Концептуальний	Федорова У.А.	Реалізація процесу розвитку культури людини, що виявляється в мотивації та прагненні окремих особистостей до збагачення внутрішнього світу через дослідження навколишніх культурних та природних цінностей
Результативний	Браун Я., С. Андерсен	Виробництво, подача та споживання деякої суми культурних вражень

Відповідно, існують інші підходи, що визначають ті чи інші особливості культурно-пізнавального туризму у вітчизняному дослідному середовищі. Приміром Радіоною О. М. зроблено спробу до універсалізації підходів до визначення культурно-пізнавального туризму та виведено наступне його визначення. Культурно-пізнавальний туризм являє собою комплексне явище, в результаті якого відбувається зміна знаходження туриста в інший регіон або країну із здійсненням його інтеграції в сторонню культурну систему з подальшим розвитком самовизначення, культурної компетенції особистості в рамках світового простору[12, с.74].

У зарубіжному дослідницькому середовищі простежуються дещо інші, але подібні підходи до визначення сутності культурно-пізнавального туризму.

Наприклад дослідник Нездоймінов С. наводить визначення, сутність якого подібна у деяких моментах із вітчизняним концептуальним підходом. Згідно з його думкою, культурно-пізнавальний туризм є закономірним процесом пізнання і прийняття себе людиною, як гармонійної особистості,

розвитку культурного смаку із забезпеченням інтеграції в багатонаціональні суспільні маси при збереженні індивідуальності за допомогою вивчення історичних, культурних і природних пам'яток [13].

Лікоріш Л. так само наводить як зарубіжні підходи такі визначення культурно-пізнавального туризму:

- ідеальна арена для дослідження природи культурного відтворення;
- споживання туристами мистецтва, художньої спадщини, фольклору та цілого ряду інших проявів культури [14].

Згідно з визначенням Національного Фонду охорони пам'яток у США, під культурно-пізнавальним процесом прийнято розуміти відвідування історичних місць та знайомство з визначними пам'ятками, що відображають історію людства. Проте, найбільш значуще, визначення культурно-пізнавального туризму було відображено ще в 1982 р. у матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики, яке також визначає досліджуване поняття, як вид туризму, основною метою якого є знайомство з історією та культурою країни у всіх її проявах [13].

Однак, виходячи з аналізу існуючих зарубіжних підходів до визначення культурно-пізнавального туризму було зроблено висновок про те, що найбільш близьким для зарубіжної практики буде приватний прояв історико-культурного туризму, орієнтованого на вивчення історичних фактів про окремі місця. Однак даний підхід, є найбільш загальним, не відображаючи особливостей і переваг досліджуваного виду туризму.

При цьому активізація інтересу до культурно-пізнавального туризму в зарубіжній літературі, на думку дослідника Рінгер Г., пов'язана з реалізацією двох об'єктивних процесів, що мають розвиток у сучасному суспільстві:

- прискорення та невизначеність історії – підвищення інтересу людей до історії пов'язане зі зростанням інтенсивності прогресу в одних сферах та уповільненням в інших, у зв'язку з чим окрема людина не може визначити, які речі, явища будуть цікавими їхнім нащадкам, а які – були цікаві предкам;

– демократичність історії – окремі меншини, наприклад, культурні, релігійні, мають автентичну пам'ять, що виявляється в окремих пам'ятниках, реліквіях, які, у свою чергу, допомагають уточнити окремі історичні факти та підтвердити ідентичність цих меншин [14, с.63].

Кулік В. В., у свою чергу, вважає, що основним мотивом потягу сучасної людини до культурно-пізнавальної діяльності є її потяг до сприйняття, освоєння і присвоєння духовної культури світу через безпосереднє відвідування, відчуття окремих його проявів, що змінюють загальну картину світосприйняття даної людини.

При цьому, на сучасний культурно-пізнавальний туризм також впливає певний устрій мислення сучасного суспільства, який можна визначити у двох основних умовах для його реалізації:

– культурна цінність турів даного виду повинна зіставлятися та відповідати цінностям, інтересам споживача, бути затребуваним з його боку, а не нести певний обсяг об'єктивної культурної істини;

– культурно-пізнавальні тури повинні мати розвинену як інформаційну складову, а й бути комфортними, комплексними для бажання їх споживання клієнтом [13, с.88].

Остання особливість реалізації культурно-пізнавального туризму полягає в тому, що його сучасна сутність крім основного культурного елемента, вираженого певною пам'яткою або природним явищем, повинна бути так само реалізована і у вигляді елементів, таких як харчування, транспорт, супровід, індивідуальність і автентичність подачі інформації.

Тим не менш, культурно-пізнавальний туризм, як явище, має низку конкурентних переваг, що визначаються його сутністю:

– реалізація можливості цілісного сприйняття окремої території як культурної одиниці;

– активізація місцевого творчого потенціалу;

– комунікативність, що виражається в об'єднанні місцевих та регіональних еліт, органів влади для забезпечення розкриття та подачі культурного потенціалу території;

– забезпечення зростання конструктивності та патріотичності, що реалізується через зростання знання та інтеграції людини в культурне середовище окремої території [14, с.64].

Згідно Божко Л. Д. , культурно-пізнавальний туризм, як явище, має наступні організаційно-сутнісні особливості (рисунок 1.2).

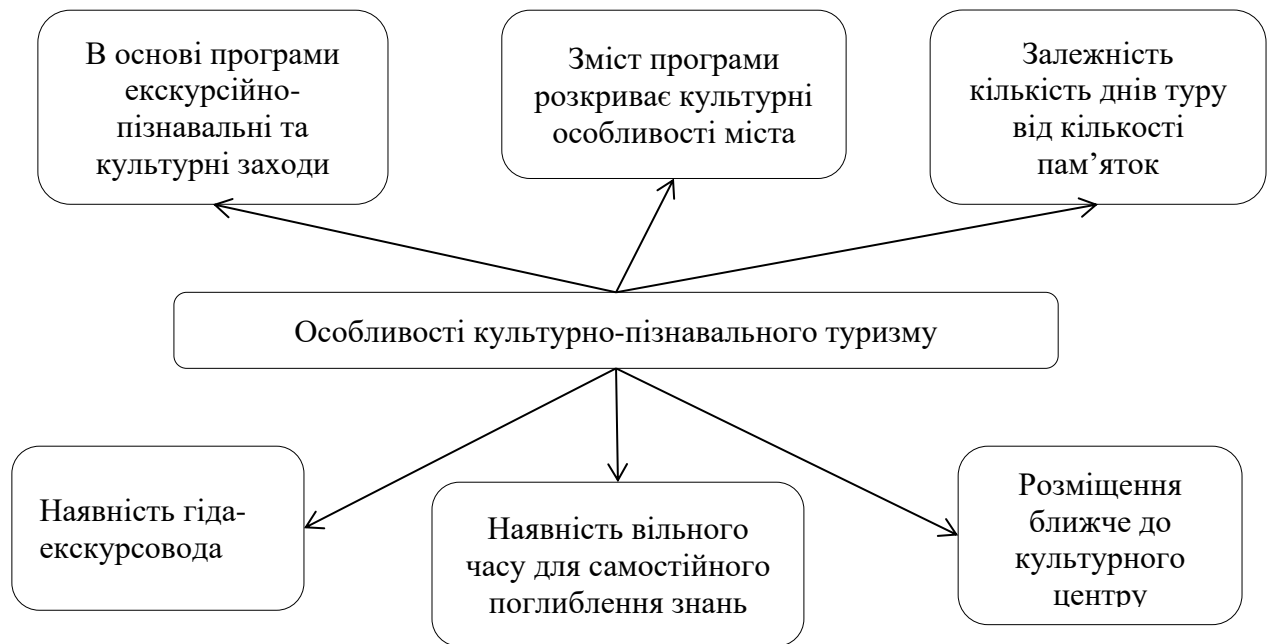


Рис.1.2. Особливості реалізації культурно-пізнавального туризму як явища, за Божко Л. Д. [15] .

Таким чином, за підсумками вивчення підходів до визначення поняття «культурно-пізнавальний туризм» в українській та зарубіжній теорії та практиці було встановлено, що за кордоном переважає підхід, згідно з яким в основі культурно-пізнавального туризму лежать об'єктивні історичні та суспільні процеси, що визначають прагнення людей, в першу чергу до вивчення історії та культури для визначення свого місця, ролі та майбутнього в цьому світі.

Головна мета культурно-пізнавального туризму додавання до матеріальних і духовних цінностей різних країн і народів. Якщо розважальний

туризм спрямований на отримання яскравих вражень від культурно-масових заходів та розважальних об'єктів, то пізнавальний туризм допомагає туристам детальніше дізнатися про культуру окремих народів.

Культурно-пізнавальний туризм дає чітке розуміння людині, як живуть інші країни та народи, розширює межі кругозору. Саме схильність до пізнання це виявляє сильним стимулом людської діяльності [16, с.193].

Антоненко В.С. виділяє такі об'єкти культурної спадщини:

- пам'ятники археології (стародавні поховання, городища);
- культову та громадянську архітектуру (храми, фортеці, палаци);
- пам'ятки ландшафтної архітектури (садиби, вілли, замки);
- малі та великі історичні міста, сільські поселення (села, хутори);
- музеї, театри, виставкові зали;
- об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва;
- технічні комплекси та споруди (порти, вокзали, мости, телевізійні вишки) [17, с.40].

Знайомство з культурою та звичаями іншої країни збагачує духовний світ людини, розширює її світогляд. Культура одна із основних елементів туристського інтересу. Поєднання відпочинку з пізнанням життя, історії та культури іншого народу – одне із завдань, яке здатний вирішувати туризм [20, с.110].

На думку Божко Л.Д. культурний туризм набув важливого значення з цілого ряду причин:

- надає позитивний економічний та соціальний вплив на розвиток регіону;
- служить засобом встановлення та посилення позитивного іміджу регіону;
- підтримує збереження культурної спадщини;

- полегшує встановлення взаєморозуміння між людьми у різних країнах та регіонах;
- сприяє розвитку культури та туризму [18, с.6].

Культурно-пізнавальний туризм тісно переплітається з іншим и видами туризму. Наприклад, за змістом переважно культурно пізнавальними є автобусні тури. Круїзи, зазвичай, припускають захоплюючу екскурсійну програму. Якщо йдеться про культурно пізнавальну поїздку святими місцями, такий тур є одночасно і екскурсійним, і паломницьким. Якщо метою подорожі є знайомство з культурою, звичаями місцевих народів, такий тур можна одночасно вважати і екскурсійним, і етнографічним. Те, що об'єктами туристичного показу можуть бути не тільки історико-культурні, а й природні пам'ятки, споріднює культурно-пізнавальний туризм з екологічним.

Розвиток культурно-пізнавального туризму грає значну роль у вирішенні соціальних проблем. У багатьох країнах світу саме завдяки туризму створюються нові робочі місця, підтримується високий рівень життя населення. Розвиток сфери туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконаленню системи обслуговування населення, впровадження нових засобів поширення інформації, збереження та розвитку культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами та народами. Туризм є засобом відкритого доступу до людських цінностей, культурної спадщини, духовного оздоровлення. Крім того, туризм є засобом комунікацій, порозуміння між людьми, засобом розвитку інтелекту[19, с.54].

Таким чином, культурно-пізнавальний туризм – це тимчасовий виїзд громадян з постійного місця проживання в цілях знайомства з культурою та її пізнанням цінностями країни. Вітчизняні ж підходи визначають культурно-пізнавальний туризм, як активізацію прагнення людини до вивчення навколишнього світу та інтеграції в культурне середовище з власної ініціативи. Тим не менш, у більшості проаналізованих визначень ключова роль відводиться вивченню саме культурних історичних пам'яток та пам'яток,

проте природні особливості місцевості та відповідні їм явища, в більшості випадків, не включаються до цього виду туризму.

1.2. Ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму

Одна з найнеобхідніших умов для розвитку туризму – ресурсний потенціал, який можна оцінювати у різних масштабах: на рівні світу, країни, регіону тощо. Під ресурсним потенціалом мається на увазі сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних ресурсів яка необхідна для відповідної організації туристичної діяльності на певній території у належному форматі.

Найчастіше під ресурсним потенціалом розуміється існування певних унікальних чи принаймні цікавих місцевих об'єктів. Хоча це не зовсім обов'язкова ознака, лише бажаний варіант. Ресурсний потенціал території дуже мінливий і залежить від особливостей соціокультурної освіти, у межах якої вона розташована. У поняття «ресурсний потенціал» входить поняття «умови та фактори розвитку туристичної діяльності» [20, с.23].

Кожен туристський регіон має певний ресурсний потенціал. Існує дуже багато трактувань даного поняття. Згідно з визначенням Дзюбинська О. В. «ресурсний потенціал території – це вся сукупність природних, культурно-історичних та соціально-економічних передумов для організації туристичної діяльності на певній території. Структура ресурсного потенціалу включає у собі туристські ресурси та інфраструктуру» [21, с.37] (додаток А).

Туристська інфраструктура – це сукупність транспорту (дороги, колії, вокзали, станції, аеропорти, пристані тощо), комунікацій (водопровідні, електричні та газові мережі, системи опалення, каналізації, засоби зв'язку тощо), туристичних ресурсів, засобів готельного та ресторанного господарств, закладів торгівлі, побутового обслуговування (салони краси, майстерні, перукарні тощо) та лікувально обслуговування (лікарні, медичні центри та лабораторії, аптеки тощо), спортивних споруд та майданчиків, а також інших

об'єктів, які є необхідними для належного забезпечення та відповідного розвитку туристичної індустрії.

Туристські ресурси – це сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, необхідні формування туристського продукту [12, с. 114].

На думку Кифяк О. А. мінімальний набір ресурсів для пізнавального туризму може дати будь-яка місцевість, але для його масового розвитку потрібна певна концентрація об'єктів культурної спадщини, серед яких можна виділити:

- пам'ятники археології;
- культову та громадянську архітектуру;
- пам'ятники ландшафтної архітектури;
- малі та великі історичні міста;
- сільські поселення;
- музеї, театри, виставкові зали та ін;
- соціокультурну інфраструктуру;
- об'єкти етнографії, народні промисли та ремесла, центри прикладного мистецтва;
- технічні комплекси та споруди [23, с. 63].

Окрім перерахованої класифікації історико-культурних ресурсів Федотов І. А. поділяє ресурси ще на дві великі групи:

1. Власне культурні пам'ятки – об'єкти та процеси культури, які, відповідно сучасного підходу до культури:

Охоплюють:

- матеріальні та нематеріальні результати у традиційних галузях культурного виробництва (архітектура, література, виконавське та образотворче мистецтва);
- матеріальні та нематеріальні результати в інноваційних галузях культурного виробництва – культурних індустріях (індустрії моди, кіно, мас-медіа, розваг, графічного та веб-дизайну тощо);

– повсякденне життя населення певної території (побут, працю та дозвілля) як елементи культури, що представляють розуміння.

Відбивають як минулі досягнення (культурний і історичний спадок), так й сучасні культурні процеси та його результати.

Мають територіальне (місце історичної події, етнічний квартал тощо), організаційне (музей, театр, фестиваль) та тематичне (що відображає окремий аспект культурного життя, виробництва та творчості, наприклад, літературні місця, історія балету і т.д.) подання.

2. Практики споживання культурних благ туристами. Туристська практика є характерною діяльністю туриста (включаючи специфічні норми та очікування) щодо відвідуваної дестинації або культурної пам'ятки, що виявляє його компетентність і навички як у сфері культури, так і у сфері туризму. Це – культурний ресурс, що лежить за споживача – туриста. Проте, даний базис угруповання культурних ресурсів дозволяє продовжити систематизацію культурних пам'яток з погляду масштабів та характеру їх використання у культурному туризмі, зокрема, за такими критеріями[24].

Функція культурної пам'ятки. Залежно від того, яким чином використовуються або пропонуються для використання культурні пам'ятки, їх можна поділити на такі види:

- пізнавальні, тобто, для підвищення поінформованості, знань та розуміння культури;
- розважальні, що дозволяють розвіяти нудьгу та зняти напругу повсякденного життя, у тому числі й у процесі пізнавальної діяльності [25].

Кузьома В. В. в одній із робіт використовує поняття «туристські цінності», під якими розуміє туристські ресурси або туристичний потенціал територій. За своєю природою вони гетерогенні, частина їх носить природний характер (атракції), частина виникла результаті людської діяльності, тобто створена штучно. Кордон між природними та штучними туристськими цінностями різко не окреслюється, оскільки є група об'єктів атракції, створена як діяльністю людей, так і самою природою (наприклад, штучні водоймища,

пляжі та ін.). Проте слід наголосити, що туристські цінності визначаються становленням території з туристичною спеціалізацією [25, с.43].

Туристський потенціал містить в собі два основні компоненти: туристські ресурси і туристську інфраструктуру. Туристські ресурси поділяються на три основні групи, це – природні, культурно-історичні та соціально-економічні. Соціально-економічні ресурси дещо відрізняються своїм подвійним характером, так як до них відносяться не тільки елементи туристичної інфраструктури, а також і трудові, інформаційні, матеріально-технічні, фінансові.

Козловський Є. під туристично-рекреаційними ресурсами регіону розуміє природно-кліматичні, соціально-культурні, історичні, археологічні, архітектурні, науково-промислові, видовищні, культові та інші об'єкти та явища, здатні задовольнити потреби людини у процесі та з метою туризму та створюють організаційно-економічну та матеріальну базу для розвитку туризму [26].

Туристсько-рекреаційні ресурси знаходяться у першому ряду по своєму значенню під час управління туризмом та визначають формування туристичного бізнесу і його подальшого розвитку у якомусь регіоні. Саме туристсько-рекреаційні лежать в основі успішного розвитку туристичної галузі на місцевості, а також визначають конкретну специфіку туризму в цьому регіоні, адже вони є обов'язковою базою для виробництва туристичного продукту.

Аналогічну позицію дотримується Веклин О. Р. , який стверджує, що «туристський потенціал – це туристські ресурси, туристична індустрія та туристична інфраструктура» [27, с.12].

Виявлення наявного туристського ресурсу не найскладніше завдання, оскільки у наш час майже на усіх освоєних територіях є історичні пам'ятки, пам'ятки культури, природні об'єктів, а також є готова база об'єктів соціально-культурної сфери – музеї, готелі, ресторани тощо.

Отже, під туристичним ресурсом розуміється вся сукупність природних, культурно – історичних і соціально-економічних передумов для організації туристичної діяльності на певній території.

Існує безліч класифікацій туристських ресурсів, наприклад, Шапошников К. С. ділить весь комплекс туристських ресурсів на три групи:

- природні (клімат, рельєф, флора та фауна, водні ресурси тощо);
- соціально-економічні (економіко-географічне положення, трудові ресурси, демографічна ситуація і т.д.);
- культурно-історичні (архітектура, пам'ятки історії та культури, музеї, театри, народні промисли та ремесла тощо) [29, с.208].

Варто зазначити, що культурно-історичні ресурси країни чи регіону – це одна з головних причин, які приваблюють туристів. Серед культурно-історичних ресурсів виділяють:

- 1) матеріальні – це всі засоби виробництва та матеріальні цінності суспільства;
- 2) духовні – це досягнення у мистецтві, науці та культурі.

Саме наявність чи відсутність культурно-історичних ресурсів визначають історико-культурний потенціал регіону [30, с.112].

Перш ніж визначити значення цього визначення, хотілося б вивчити такі поняття як історія та культура, що утворюють поняття історико-культурний потенціал. Ці поняття є фундаментальною основою збереження, насамперед, суверенітету та самобутності народу.

У цьому контексті історія – це минуле, що зберігається у пам'яті людства. Це і події, що увійшли в історію, і різні матеріальні та нематеріальні пам'ятники.

Культура – це система цінностей, життєвих уявлень, зразків поведінки, норм, сукупність способів і прийомів людської діяльності, що виражаються в предметних, матеріальних носіях (засобах праці, письмі) та переданих наступним поколінням. Вона включає нематеріальну культуру – створені людиною абстракції, такі, як цінності, вірування, символи, норми, звичаї, і

матеріальну культуру – фізичні артефакти чи предмети – кам'яні сокири, комп'ютери, автомобілі, картини тощо [31, с.36].

Культура – це основа, що дозволяє людям інтерпретувати свій досвід і спрямовувати свої дії, тоді як суспільство є мережі соціальних відносин, що виникають між людьми. Культура – це те, що виділяє людське суспільство із тваринного світу. Культура є середовище, штучно створене за допомогою мови, мислення та символічних значень [32, с. 95].

Таким чином, історико-культурний потенціал – це сукупна здатність регіону залучати туристські потоки, що включає все соціокультурне середовище із традиціями, звичаями та особливостями побутової та господарської діяльності.

Культурна спадщина – це спадщина історичного розвитку цивілізації, що накопичилася на цій території. Кожна епоха залишає свій слід, який виявляється у культурних верствах при археологічних розкопках. Практично кожна місцевість може становити інтерес для пізнавального туризму. Але місця, які давно освоєні людьми, безумовно, зберігають більше слідів матеріальної культури [33, с.20]. Загалом серед пам'яток культурної спадщини можна виділити пам'ятники, ансамблі та пам'ятки (додаток Б)

Відповідно до Закону України «Про охорону культурної спадщини» (Документ 1805-III, чинний, поточна редакція – від 31.05.2022) ми знаємо, що об'єкти культурної спадщини поділяються на такі категорії[34]:

1. Об'єкти культурної спадщини державного значення – об'єкти, що володіють історико–архітектурною, науковою, художньою та меморіальною цінністю, що мають особливе значення для історії та культури країни, а також об'єкти археологічної спадщини;

2. Об'єкти культурної спадщини регіонального значення – об'єкти, що володіють історико-архітектурною, науковою, художньою та меморіальною цінністю, що мають особливе значення для історії та культури суб'єкта країни;

3. Об'єкти культурної спадщини муніципального значення – об'єкти, що володіють історико-архітектурною, науковою, художньою та меморіальною

цінністю, що мають особливе значення для історії та культури муніципальної освіти [19, с. 42].

Культурно-пізнавальний туризм саме і став окремим самостійним видом туризму завдяки основі з історико-культурних ресурсів, до яких входять також об'єкти культурної спадщини. Для розвитку даного виду туризму потрібна хоча б мінімальна кількість ресурсів, а такі є майже в будь-якому регіоні. Хоча вже для масового розвитку цього туризму, як і багатьох інших видів, потрібна значно більша концентрація історико-культурних ресурсів, що виділяються особливою привабливістю та цікавістю для потенційних туристів.

Варто зазначити, що кожен туристичний центр, що знову створюється, повинен відповідати національним особливостям і традиціям і одночасно мати свій неповторний вигляд. Кожен регіон має унікальну спадщину. Для визначення бази, необхідної у розвиток туризму у регіоні, слід вивчити те, якими ресурсами унікальний конкретний туристський центр щодо інших територій і як можна використовувати ці ресурси у розвиток туризму у регіоні.

Вирізняють чотири принципи історико-культурного туризму:

- активне сприяння збереженню спадщини регіону: культурного, історичного та природного;
- підкреслення та виділення унікальності спадщини регіону щодо інших адміністративних районів;
- створення у місцевих жителів почуття гордості та відповідальності за унікальну спадщину;
- розробка програми розвитку туризму на основі використання унікальної спадщини регіону [35, с.69].

Успішний розвиток туризму регіону, як наслідок, масове залучення потенційних туристів залежить від дій, вкладених у збереження культурних, історичних і природних ресурсів місцевості. Створення керівництвом регіону програм з охорони, розвитку та використання історико-культурного та природного потенціалу регіону з метою туризму вирішить одну з найважливіших його проблем – проблему сезонного коливання попиту –

шляхом пропонування різноманітних форм міжсезонного туризму, які передбачають використання елементів культури [36, с. 179].

Історико-культурний туризм має низку аспектів впливу в розвитку регіону.

1. Соціально-культурні аспекти. Розвиток і збереження історичних міст певною мірою пов'язані з розвитком засобів і транспорту, з темпами урбанізації та інші соціально-економічними показниками, що, своєю чергою, впливає туризм. Культурно-пізнавальний вид туризму має пізнавальне та освітнє значення для туристів та ефект для тих регіонів, на місцях яких відбувається його безпосередній розвиток. Також можна виділити окремий якісний вплив туризму для регіону та його мешканців, оскільки очевидна економічна вигода, яку безпосередньо отримують місцеві жителі завдяки інвестиціям, які вкладаються в їх міста проживання, а саме це – оренди будівель нежитлового фонду, оренда приватних будинків для проживання, торгівля сувенірами, продуктами місцевого походження тощо, а також постійні реновації інфраструктури міст.

Варто зазначити, що для низки соціальних груп, особливо дітей, важливим стає усвідомлення історико-культурного значення власної «малої Батьківщини», гордості від її популярності у таборі та світі. У соціальній сфері туризм також вирішує проблему зайнятості місцевих жителів, надаючи їм робочі місця, залучаючи до цінностей міжнародної культури [37, с.146].

2. Економічні аспекти. Для багатьох країн світу пізнавальний туризм перетворився на суттєве джерело збільшення доходів та зростання національної економіки. Туристський оборот, порівняно з іншими видами діяльності у найбільш популярних країнах показав досить високий рівень стабільності, навіть під час економічних криз: відбувалося лише зниження його темпів та розбудова географії туристських потоків.

Культурно-пізнавальний туризм, на думку ряду експертів, став третьою за значенням статтею світового експорту, поступившись місцем вивезення нафти та зброї. Історико-культурний туризм – як капіталомістка область, що

вимагає залучення іноземного капіталу. Чим більше історичних пам'яток, культурних та природних цінностей є в поселенні, чим більше послуг певної якості може бути запропоновано туристам, тим більший термін вони тут залишаються. У зв'язку з цим, при проектуванні туру слід враховувати, що чим він довший, тим більшу економічну вигоду отримає регіон. Але, щоб кожен день туру був насичений та цікавий, варто підтримувати пам'ятки в належному вигляді, проводити їх реконструкцію та ремонт за потребою, впорядковувати територію, розвивати мережу засобів розміщення та підприємств харчування, розширювати індустрію розваг, включаючи свята, фестивалі, виставки, та, загалом розширювати спектр визначних пам'яток регіону [38, с.144].

3. Природно-ландшафтні аспекти. Очевидно, що розвиток історичних міст та сіл взаємопов'язаний із освоєнням природних компонентів та формуванням ландшафтів. Вони склалися віками. Тому при розробці зон та схем розвитку туризму, як і при організації екскурсій та зон відпочинку, необхідно мати на увазі особливості його освоєння, виходячи з природних особливостей певного історико-культурного регіону, етнічних та соціальних елементів культур. Слід врахувати залежність типу культурного ландшафту від прийомів та традицій ведення сільськогосподарських робіт у різних регіонах та в різні періоди історії, а також соціально-культурний та природний контекст ландшафту – естетичний, тобто впливає на самопочуття та настрої людей, що зберігає та створює певний тип сприйняття людьми природи, світу та своєї батьківщини. Крім того, він є індикатором, що визначає якість та рівень культури регіону у різні періоди історії. Природно-ландшафтні характеристики є важливими складовими елементами історико-культурного середовища поселень як туристів, так місцевих жителів. Обережне впровадження в природне та культурне середовище обмеженими групами туристів за спеціальними програмами, чітка організація таких потоків з урахуванням життєдіяльності місцевого населення, будівництво невеликих державних та приватних готелів, що вписуються в природу, що є більш

економічним у користуванні, використання зелені та природних особливостей у проектуванні міського простору [39, с.138].

4. Містобудівні та архітектурні аспекти. До місць, що сприяють розвитку пізнавального туризму в регіоні, як правило, належать: торгові, соборні та церковні площі, монастирські комплекси, квартали житлової забудови, сади та парки, окремі пам'ятки архітектури. Саме такі території та зони забудови є найбільш привабливими для туристів та включаються до системи показу та комерційного освоєння. У таких зонах можна побачити не лише минуле країни, а й сучасні зразки народного та професійного мистецтва, ремесел, археології, техніки та нових технологій. Розвиток історико-культурного туризму у будь-якому регіоні призводить до зміни його інфраструктури, до перепрофілювання його соціальних та просторових середовищ, орієнтуючи їх на рекреацію, відпочинок, торгівлю, музеї та виставки. Повсюдно виявляється досить цікавим та привабливим відвідування музеїв. Демонструються не лише статичні, а й динамічні композиції: ярмарки, театральні вистави, ігри. Такого типу музеї є важливими складовими елементами поселень, сприяють збереженню та розвитку регіональних рис міської та сільської культури. А інфраструктурні елементи, такі як готелі та магазини, впроваджують у зонах історико-культурного туризму дуже акуратно, щоби не руйнувати цілісність архітектури регіону [40, с.119].

5. Організаційно-управлінські аспекти. Організаційно–управлінські аспекти розвитку історико-культурного туризму досить важливі як вітчизняного, так зарубіжного туризму. До них належить організація відповідного муніципального управління в історичному регіоні, яка б координувала діяльність місцевих туристичних та готельних підприємств та давала б оцінку туристських ресурсів та ринку, вела рекламну роботу тощо. Усе це стає актуальним, особливо для малих міст, які володіють значним історико-культурним потенціалом та туристським продуктом, але досі мало використовується [41, с. 235].

Розвиток культурно-пізнавального туризму, як на регіональному, так і на міжнародному рівні, має йти на ряду з обов'язковим співвідношенням з різними типами історичних міст і сіл, соціокультурними та економіко-управлінськими аспектами в майбутньому. Типологія населених місць, з їх функціональних особливостей, різного життя може мати такі варіанти: сільськогосподарські, торгові, курортні, військові, поселення при монастирях і монастирі, поселення з проживанням етнічних груп тощо. Такі міста та села у поєднанні з природним середовищем, наявністю пам'яток історії та культури дають підстави до багатопланового розвитку регіонального та міжнародного культурного туризму. При такому підході можливе задоволення інтересів різних груп туристів, що призведе до розвитку туризму в історичних містах та селах, а отже, і вирішить частину економічних проблем [36, с. 179].

Таким чином, можна сказати, що культурно-пізнавальний туризм справді може стати ресурсом регіонального розвитку, оскільки має ряд дуже важливих характеристик, що впливають на мотивацію людей до подорожі. Також, варто зазначити, що практично в кожному регіоні є історико-культурний потенціал і, якщо його вивчати, удосконалювати та популяризувати, то рейтинг даного регіону в туристському плані, звичайно ж, зросте. Тому збереження культурної спадщини та її раціональне використання мають визначальне значення для стійкого залучення туристських потоків та збереження популярності даного туристичного спрямування. Регіон, зацікавлений у залученні туристів, має розумно планувати та розвивати екскурсійні програми, розробляти спеціальні заходи, що сприяють підвищенню інтересу до його культури, розповсюджувати інформацію про свій культурний потенціал у розрахунку на залучення потенційних туристів.

1.3. Методи дослідження

Методологія як наука про методи дослідження в туризмі являє собою збірку різних суджень, результатів та дозволяє об'єднувати їх в окремі

теоретичні явища. Для вивчення туризму проводять дослідження за допомогою різних методів. У науці про туризм науковці у своїх дослідженнях використовують загальну, спеціальну та приватну методологію. Загальна методологія складається з точних законів розвитку туризму. Спеціальна методологія складається з тих законів, які дозволяють формувати розвиток явищ, що розвиваються. А приватна методологія – це сукупність методів, способів, прийомів та методик, які являють собою об'єкт та предмет її аналізу. У її основі лежать такі принципи: детермінізм, розвиток, особистісний підхід у навчанні.

Теоретичні методи дослідження це методи які базуються на вивченні наукової літератури, наприклад, праць науковців; спеціальних праць, документів, періодичних видань; довідкової літератури, підручників та методичних посібників.

Синтез – це метод передачі даних про конкретний предмет. На відміну від теоретичних методів, заснованих на документах, синтез охоплює ширшу і більш творчу частину інформації.

Метод порівняльного аналізу та узагальнення даних – проста мета цього методу лежить у порівнянні зібраної інформації про різні явища задля виявлення їх схожості чи відмінності, та узагальнюється у висновку про їх однорідності, направленості тощо.

Структурно-функціональний метод – це метод заснований на описі явищ або предметів, при якому досліджуються їх окремі елементи і виявляються залежності між ними в рамках єдиного цілого.

Метод індукції являє собою сукупність правил, що дозволяють переходити від конкретного до загального, а метод дедукції – це метод, який лежить в основі одержання окремих висновків про знання основи загальних положень.

Системний аналіз – це метод, що полягає в дослідженні будь-яких явищ та об'єктів, де дослідження здійснюються у вигляді систем, їх структуризації і використанні для наступного аналізу. Головна особливість даного аналізу

полягає в тому, що він містить методи синтезу, а не тільки методи аналізу. Аналіз – роз’єднання об’єкта на частини. Синтез – з’єднання частин об’єкта в єдине ціле.

SWOT-аналіз – це метод стратегічного планування, який дозволяє знайти та виділити сильні та слабкі сторони, можливості та ризики проекту, що планується. SWOT-аналіз дуже гнучкий метод, тому підходить під час дослідження чи планування у будь-якій сфері. SWOT – це аббревіатура, що означає – Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості), Threats (ризики, загрози). На кожен тезу аналізу потрібно висувати підтверджуючі дані, зазвичай оформлюється у вигляді таблиці.

Таким чином, проаналізувавши методологію про методи дослідження в туризмі, при виконанні роботи використовувалися такі методи дослідження: теоретичний аналіз та синтез інформації, методи порівняльного аналізу та узагальнення даних, системного аналізу, структурно–функціональний метод, методи індукції та дедукції, історичний, логічний метод, SWOT-аналіз, порівняння, статистичний та системний аналіз, аналогія, класифікація, проектування та прогнозування.

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ

2.1. Географічне положення та історія Болгарії як фактор розвитку туризму в країні

Болгарія розташована в Південно-Східній Європі та займає північно-східну частину Балканського півострова. Її територія знаходиться між $44^{\circ}13'$ та $41^{\circ}14'$ північної широти і між $22^{\circ}22'$ та $28^{\circ}37'$ східної довготи. Це європейська, балканська, чорноморська та дунайська держава. Подібне географічне положення ставить її між Європою, Азією та Африкою.

Болгарія знаходиться ближче до екватора, ніж до полюса і потрапляє у південну частину помірною кліматичного поясу з впливом субтропіків. Дане розташування на переході з одного кліматичного поясу в інший відбивається на кліматі, ґрунтах, рослинності та тваринному світі. І для них характерна значна різноманітність. Астрономічне географічне положення зумовлює і порівняно великий кут падіння сонячних променів, що визначає країну як сонячну. Офіційний часовий час у Болгарії східноєвропейський, що на дві години випереджає всесвітнє за Гринвічем (UTC). Вплив на територію країни надають Чорне та Середземне моря. Вплив Середземного моря визначає формування клімату у південних частинах держави. Вплив Чорного моря більше відчувається у прибережній смужі завширшки до 40 км. Цим і визначається специфічний чорноморський клімат, різноманітність флори та фауни. Річка Дунай має значення для країни своїми водними ресурсами та багатою різноманітністю видів [49, с.71].

Сприятливе природне географічне розташування Болгарії створює відмінні передумови у розвиток туризму (рис. 2.1).

Болгарія є транспортним перехрестям і транзитною територією між західною Європою, Близьким і Середнім Сходом і Середземномор'ям. Болгарію перетинає низка важливих загальноєвропейських транспортних коридорів.



Рис.2.1. Географічне розташування Болгарії [49, с.72]

Основні транспортні траси, що перетинають країну, дублюються із залізничними лініями. Крім того, велике узбережжя Болгарії на Чорному морі пов'язує її з усіма причорноморськими державами. Море пропонує виняткові можливості для розвитку транспортної та вантажно-розвантажувальної діяльності у великих затоках – Бургаській та Варненській. Інша транспортна артерія Болгарії – це річковий коридор Рейн – Майн – Дунай, пов'язаний з внутрішньою мережею водних шляхів країн Західної Європи [49, с.73].

Загальна довжина лінії кордону Болгарії становить 2245 км. З них 1181 км. – є сухопутним шляхом, 686 км. – річковим та 378 км. – морем. Болгарія межує з такими країнами: з Румунією на півночі, з Туреччиною на півдні, з Македонією та Сербією на заході, а також на сході з Чорним морем. Відстань від Софії до столиць сусідніх балканських країн: Скоп'є – 239 км, Белград – 374 км, Бухарест – 395 км, Афіни – 837 км, Анкара – 1012 км.

Територія Болгарії заселена з найглибшої давнини. Про це свідчать численні курганні могильники та городища. Землі нинішньої Болгарії стали

колискою одних із найраніших цивілізацій Європи та доказом цього є найстаріше оброблене золото у світі, відкрите у некрополі часів енеоліту під Варною. З часів давньої Фракії ми успадкували цінні пам'ятки культури, серед яких гробниці (Казанлицька, Олександрівська, Свештарська та ін.), скарби (Панагюрський, Рогозенський, Вилчитринський та ін.), святилища та храми (Перперикон, Старосел, Козьї-Грамади, та ін.) [49, с.83].

Культурна взаємодія між фракійцями та еллінами була найактивнішою. У період з VI до II століття до н.е. у Фракії, Мезії та на берегах Чорного моря багато міст було засновано, які згодом стали провідниками грецького культурного впливу. У середині I ст. н.е. всі території країни Болгарія знаходилися під владою Римської імперії. З того періоду до нас дійшло безліч архітектурних та археологічних пам'яток, серед них: Античний театр та Римський стадіон у Пловдиві, руїни римських міст Ульпія-Ескус, Нові, Нікополіс-ад-Іструм, Нікополіс-ад-Нестум, Аугуста Траяна, Абритус та інші.

Після розпаду Римської імперії нинішні болгарські землі входили до меж Східної римської імперії, названої пізніше істориками Візантією. У другій половині VII ст. на території сучасної Північно-Східної Болгарії оселилися протоболгари. Увійшовши до союзу зі слов'янами, вони створили болгарську державу, визнану Візантією в 681 р. На чолі держави став ватажок протоболгар – хан Аспарух, а столицею було оголошено фортецю Плиска [50, с.135].

За часів правління хана Крума (803-814) Болгарія межувала з імперією Карла Великого на заході, на півночі знаходилась біля Дністра, а на сході болгарські війська підступали до стін столиці Візантії Константинополя. У 864 р., коли правив хан, а пізніше князь Борис I (852-889), болгари прийняли християнство як офіційну релігію, тим самим стали однією з найстаріших християнських держав Європи.

Наприкінці IX століття брати Кирило та Мефодій створили та поширили слов'янську абетку. Охрид (нині в Республіці Македонія) і Великий Преслав перетворюються на найбільші центри болгарської та слов'янської культури. З Болгарії слов'янська писемність поширилася й інші слов'янські держави.

Наразі слов'янські країни Сербія, Україна, Республіка Македонія, Білорусь, а також інші користуються кирилицею. Правила правопису були створені учнями Кирила та Мефодія та їх послідовниками, на той час, у Преславі – столиці Болгарії. Правління царя Симеона I Великого (893-927) стало відомим в історії як „Золотий вік болгарської культури”, а межі царства вже проходили берегами Чорного, Егейського та Адріатичного морів [51, с.120].

Після довгої війни, у 1018 р., все таки Візантія захопила Болгарію. А у 1185 р. країна отримала свободу знову, внаслідок повстання, яке запровадили та очолили бояри – брати Асен та Петро, що започаткувало Друге болгарське царство зі столицею у місті Тирново.

Попередню силу і самостійність держави Болгарія відновив вже їх наступник – молодший брат Калоян (роки правління 1197-1207), а далі за часів правління царя Івана Асена II (1218-1241) Друге болгарське царство досягло свого найбільшого розквіту, встановивши гегемонію в Південно-Східній Європі, знову вийшовши на Чорне, Егейське та Адріатичне моря, тим самим розвиваючи економіку та культуру країни. До пам'яток які найбільш яскраво збереглися з тих часів, відносяться стінописи в Боянській церкві, храми в Тирново, Земенському монастирі, Іванівські скельні церкви, мініатюри Лондонського четвероєвангелія і Манасієва хроніка.

Наприкінці XIV століття Болгарія була захоплена імперією Османа. У перші роки турецького рабства спостерігалася низка розрізнених спроб скинути кайдани ярма. Пізніше з урахуванням руху гайдуків – народних месників зародилося організований національно-визвольний рух.

На початку XVIII ст. став розвиватися процес Національного відродження Болгарії. Утвердилися болгарська церква, розвивалося просвітництво та культура. Початок організованого національно-визвольного руху за повалення турецького панування пов'язується з діяльністю Георгія Раковського (1821-1867). Головними постатями боротьби за визволення були Васил Левський (1837-1873), Любен Каравелов (1834-1879), Христо Ботев (1848-1876) та інші.

У 1876 р. спалахнуло найбільше і найкраще організоване Квітневе повстання за повалення турецького рабства. Воно було придушене з небаченою жорстокістю, і тоді болгарське національне питання стало центральним у міжнародному політичному житті [52, с.140].

Болгарія багато років займає провідні позиції на пострадянському просторі серед інших туристичних напрямків. Підвищений інтерес до її чорноморських курортів закладено генетично, адже для старшого покоління поїздка до Болгарії була практично єдиним шансом потрапити за кордон і ненадовго відчутти себе вільним і значущим. Незважаючи на те, що сучасний українець може безперешкодно вирушити на відпочинок у будь-яку країну світу, курорти Болгарії, як і раніше, затребувані та улюблені нашими співгромадянами [53, с.33].

Помірний чорноморський клімат, тепла морська вода, доступні ціни та чудовий сервіс щорічно приваблюють до цієї гостинної країни тисячі туристів. Вони не проти поніжитися під лагідним сонцем на мальовничому чорноморському узбережжі, насолодитися відмінною якістю послуг, провести час у приємній компанії та скуштувати страви справжньої болгарської кухні — ароматної, гарячої та гострої.

Уряд Болгарії зацікавлений у великому потоці туристів, тому з оформленням візи проблем не виникає – вона видається за спрощеною схемою та у максимально короткі терміни.

Потрапити до Болгарії досить просто – комфортабельні автобуси курсують регулярно, і поїздка на них коштує значно дешевше, ніж переліт на літаку. Цілком реально туди дістатися власним автомобілем, що дуже зручно для сімей з дітьми і бажаючих подивитися на світ по ходу руху з висоти власного зростання, а не пташиного польоту.

Туризм – одна з основних статей доходу країни, тому в розвиток туристичної інфраструктури постійно вкладаються великі ресурси – модернізуються старі туристичні комплекси, будуються нові готелі та бази відпочинку, стрімко розвивається гірськолижний туризм. Турбота про

туристів починається вже в аеропорту, де можна придбати все для відпочинку і подорожей – навіть замшеві мокасини жіночі, а також без особливих труднощів знайти підходящий транспорт і з комфортом дістатися готельного комплексу [53, с.48].

Навіть у недорогих готелях Болгарії рівень обслуговування досить високий і не викликає нарікань з боку постояльців. Більшість готелів розташовано неподалік моря. На їх території є ресторани, бари, фітнес-центри, масажні салони, відкриті басейни, дитячі басейни та кімнати, більйардні, столи для настільного тенісу, а всі бажаючі можуть необмежено користуватися безкоштовними парасольками та лежачками. Стандартні номери обладнані санвузлом та балконом, оснащені холодильником, кондиціонером, телефоном та телевізором. Обслуговуючий персонал добре володіє українською мовою, що істотно полегшує спілкування і робить перебування в готелі ще зручнішим. Туристи з маленькими дітьми можуть скористатися послугами няні та аніматора, а також замовити дитяче меню у ресторані.

За екологічну чистоту та первозданну красу більшість пляжів Болгарії удостоєно Блакитного прапора ЮНЕСКО. Найбільшою популярністю користуються пляжі курорту «Золоті піски», пляж Какао Біч на курорті «Сонячний берег», пляжі Албена, пляж «Смокіні» та багато інших. Пляж курорту «Дюна» поблизу Созополя вважається одним із найкращих місць у Болгарії, де можна зайнятися серфінгом, оскільки його оточують тихі затоки та стрімкі скелі. А пляж курорту «Приморсько» відмінно підходить для підводної риболовлі. Особлива увага в Болгарії приділяється дітям, тому сюди на відпочинок можуть сміливо вирушати сім'ї з дітьми, так і діти самотійно.

Таке трепетне ставлення до маленьких мандрівників збереглося ще з часів соціалістичного минулого Болгарії і передається з покоління до покоління. На базі колишніх піонерських таборів створено дитячі та юнацькі туристичні комплекси, де для юних туристів гарантовано незабутній відпочинок. Це номери із сучасним дизайном, басейни, чудове харчування, чисті пляжі, море, розважальні та спортивні заходи під керівництвом

досвідчених педагогів та інструкторів, насичені екскурсійні програми. Особливо активні відпочиваючі можуть взяти участь у гуртках за інтересами, взяти участь у вікторинах та конкурсах. За здоров'ям та безпекою дітей цілодобово слідкує кваліфікований медичний персонал, а в період перебування на пляжі ще й працівники рятувальної служби [54, с.95] .

Болгарія – ідеальне місце для розміщення гірськолижних курортів, адже гірські хребти займають третину території держави. Деякі курорти засновані більш ніж сто років тому (наприклад, курорт Боровець), але більшість з'явилася в останнє десятиліття. З молодих курортів заслуженою популярністю користується Банско, який має безпечні і протяжні траси різного ступеня складності, має сучасні швидкі підйомники, спеціальне обладнання австрійського виробництва і добре підходить для сімейного дозвілля. Свіже гірське повітря, пишнота вічнозелених лісів та лагідне сонце відновлюють сили та заряджають позитивними емоціями.

У Болгарії дуже добре продумані місця для будинків відпочинку та готелів. Вони розташовані в основному на невисоких пагорбах лісових острівців, які оберігають відпочиваючих від спекотних променів сонця. Туристи приїжджають до Болгарії не лише з метою викупатися у Чорному морі та позасмагати на чудовому узбережжі. Їх приваблюють стародавні монастирі, церкви, мечеті, синагоги своїми оригінальними та архітектурними спорудами. Особливо багато людей відвідує туристичний центр – Софію. Тут збудовано найкрасивіший собор на Балканському півострові названий ім'ям Олександра Невського. Купала собору сяють золотом і приваблюють приїжджих туристів. У скарбниці собору зберігається понад 300 Болгарських ікон, що є культурною цінністю країни. Завітавши на екскурсію Велико-Тирново можна побачити скелю Страти, в якій, в річку Янтри кидали зрадників.

Багатьох туристів приваблюють залишки старовинної фортеці та церкви, що збереглися на території міста. Не менш захоплююча для них подорож на скелястий острівець, де розташована стародавня Месемврія. Тільки вузька перемичка з'єднує острівець із територією суші. У далекі часи Месемврія була

відома великою кількістю церков побудованих на її території (80 штук). В даний час збереглася церква Святого Іоанна Хрестителя, в якій розташований музей, а також церкви Панторатора і Старої метрополії. Багато туристичних маршрутів прилягають через місто Варну знамениту археологічно музеєм, зоопарком, пам'ятками старовини та чудовими краєвидами природи. У Болгарії є пам'ятник Альоші присвячений загиблому російському солдатові. До постаменту пам'ятника з'їжджаються туристи з багатьох країн та покладають квіти. Після екскурсії можна відпочити у кафе за філіжанкою кави та скуштувати національні болгарські страви [55, с.127].

Отже, можна зробити висновок про досить вигідне розташування Болгарії, що сприяє розвитку туризму в країні та зростанню попиту на збільшення туристичних послуг.

2.2. Історико-культурні туристичні ресурси як основа розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії

Завдяки своєму географічному положенню в одному з най старосвоєних регіонів Європи, що є свідком культурного розквіту кількох цивілізацій, Болгарія вирізняється значним історико-культурним потенціалом. За загальним кількісним показниками історико-культурну спадщину Болгарії представлено 40 тис. артефактів, 7 з яких включено до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО; понад 7 млн експонатів зберігаються у музеях та галереях. Станом на 2019 р. у Болгарії функціонують понад 3300 громадських центрів, 191 музей, 74 театри (включаючи оперні театри), 68 кінотеатрів, 226 сучасних екранів та 47 бібліотек з більш ніж 200 тис. одиниць бібліотечного фонду, які є основними. У сфері музики та танцю зареєстровано 54 колективи [56].

Болгарія володіє безцінним культурним багатством різних історичних періодів та верств цивілізації, що свідчить про її значну роль у взаємодії Сходу та Заходу. З доісторичних часів збереглися руїни Варненського енеолітичного некрополя з найстарішим золотом, виявленим у світі. Сотні артефактів

фракійської цивілізації сягають давнини, у т. ч. гробниці в Казанлику, Свештарі та Татулі. Остання вважається святилищем міфічного фракійського співака та музиканта Орфея. Історико-культурна спадщина часів античності пов'язана з ядрами еллінської колонізації: Несебр, Созополь, Перперикон, Балчик (Храм Кібіли), Каварна (Фортеця Бізоне), а пізніше – з часів римського панування – Варна (Римські лазні), Пловдів (Античний амфітеатр) Ротонда, церква «Святої Софії»), Кюстенділ (римські лазні), Стара Загора (форум Августи Траяна) [57, с.87].

Найбагатшим є археологічна та архітектурна спадщина Болгарії часів середньовіччя (з часів Першої, Другої болгарської держави та періоду візантійського панування між ними). Основні центри його зосередження – Плиска, Великий Преслав, Велико Тирново (фортеця Царівець), Мадара (барелеф Мадарський вершник), Шумен (Шуменська фортеця). З османського періоду збереглися значні історичні пам'ятки, є цінними творами османської архітектури. Це мечеті «Ахметбей» (в Кюстендилі), «Томбул» (в Шумені), «Ібрагімпаша» (в Розграді), «Джума» (в Пловдиві), «Байраклі» (в Самокові); мости «Кадін» (біля Кюстендила), «Османський» (біля Свиленграда), «Диявольський» (поблизу Ардіно).

Знаково-символічна культурна тканина Болгарського Відродження втілена у культурних ландшафтах поселень-архітектурних заповідників (Жерівна, Копривштиця, Долен, Ковачовиця, Бришлян та ін.), а також у старих частинах Пловдіва, Велико Тирново, Свіштова, Габрово, Трявна Ловеч, Троян, Панагюриште, Самоків, Банско, Смолян та селах Арбанасі, Широка-Лика, Горішак. Культурні пам'ятки, створені під впливом західних архітектурних стилів (бароко, модерн, неокласицизму), датуються другою половиною ХІХ ст. та початком ХХ ст. Вони свідчать про модернізацію Болгарії у роки після Визволення (1878). Об'єкти західної архітектури переважно зосереджені в Русі (Драматичний театр імені Савви Огнянова, Товариство Гірдапа, Стара музична школа), Пловдиві (вул. Олександра Батенберга, Муніципальна будівля), Варні (Драматичний театр, Економічний університет) та Софії

(Народний театр) Софійський університет імені святого Климента Охридського).

У Болгарії багато пам'яток та меморіальних комплексів. Серед них можна відзначити пам'ятники, які увічнили героїзм загиблих у російсько-турецькій визвольній війні (1877-78 рр.): Пам'ятник Свободи (на Шипці); Пам'ятник Царю-визволителю – Олександру II (у Софії); «Вісника свободи» (у Бреці); «Захисників Стара-Загори» (у Стара-Загорі). Величні пам'ятки Радянської Армії збудовані в Софії, Пловдиві («Альоша»), Русі, Бургасі, Стара-Загорі; Пам'ятник болгарсько-радянської дружби у Варні.

Релігійні артефакти вимірюються сотнями священних та культових місць. Кількість монастирів перевищує 160, та їх концентрація підвищена у районах Велико-Тирново, Габрово, Ловечі та Софії. Серед об'єктів, які користуються міжнародною туристичною популярністю, виділяються: Рильський монастир (у горах Рила), Бачківський (поблизу Асеновграда), Клісурський (поблизу Берковиці), Преображенський (під Велико-Тирново), Драгалівський (у Софії), Троянській, Сокільській (у районі Габрово), Роженський (у Родопах). Особливим місцем поклоніння є територія Рупіте (на самому південному заході країни), де знаходиться могила болгарської пророчиці Ванги [58].

Винятковим розмаїттям вирізняється етнографічна спадщина Болгарії. У ньому поєднуються елементи культового характеру, автентичні зразки житлової архітектури, декоративно-ужиткового мистецтва (обробка каменю, глини, дерева, шкіри, вовни), народні костюми, музичні та кулінарні традиції, ритуальний календар. Музичне (пісні та танці) народне мистецтво — один із найбільших скарбів болгарської культурної та історичної спадщини. Це безцінний духовний ресурс, який характерним чином наголошує на унікальності болгарської культурної самобутності. Болгарські пісні та танці відрізняються різноманітністю ритмів, інтонацій, рухів, музичного супроводу. Народні звичаї «Коледа», «Лазаруване», «Кукері», «Сурваки», «Єнева буля» та інші щорічно відтворюються на Роженському народному фестивалі, а також

на міжнародних фольклорних фестивалях у Копривщиці, Велико-Тирново, Бургасі, Перніку та ін.

Основні асоціативні стереотипи, що формують геокультурний образ Болгарії зобразимо на рис.2.2

Важлива роль розвитку культурного туризму належить музеям. Найбільшим туристичним значенням характеризуються Національний історичний музей, Національний військово-історичний музей, Національний музей природної історії, Національна художня галерея в Софії; Військово-морський та археологічний музей у Варні; Панорама «Плівенська епопея 1877 року»; Архітектурно-етнографічний комплекс «Етир» (поблизу Габрова); архітектурно-музейний заповідник «Царівець» у Велико-Тирновому; Ботанічний сад у Балчику; Національний музей транспорту у Русі; Історичний музей у Батаку[58].

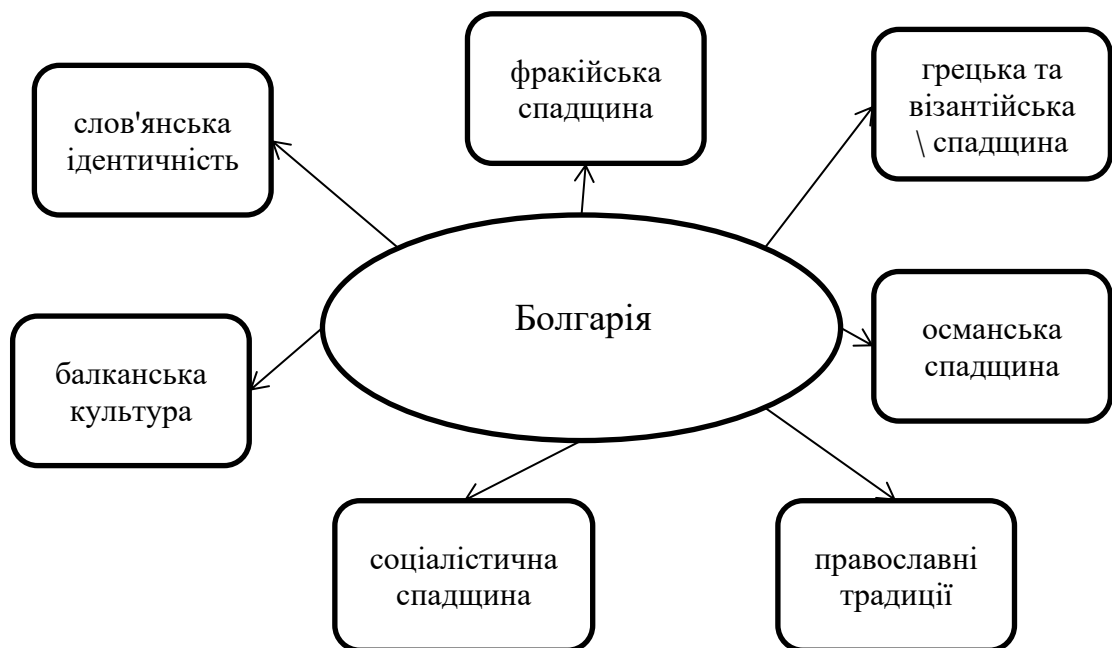


Рис. 2.2. Основні асоціативні стереотипи, що формують геокультурний образ Болгарії [57]

Популярність Болгарії як культурної дестинації має давні традиції. Її культурний потенціал відкриває можливості для розвитку різних форм культурного туризму: фестивального, релігійного, культурно-історичного,

археологічного, етнографічного, кулінарного, міського та ін. міжкультурний діалог. Лансування культурного туризму до зовнішнього світу вимагає пріоритету державної політики як щодо характерної валоризації культурного потенціалу, так і щодо систематичного моніторингу відносин та переваг міжнародного туристичного ринку з метою створення адекватного середовища для його розвитку.

Фестивальний туризм тісно пов'язаний із мистецтвом і має велике значення для створення позитивного образу місця. Культурні заходи, такі як фестивалі, карнавали, виставки, ярмарки, демонстрації, історичні реконструкції, фестивалі різних мистецтв, спрямовані на стимулювання подорожей активної чи пасивної участі [59]. Дана форма культурного туризму стимулює взаємодію між інститутами місцевого самоврядування, підприємництва, місцевими спільнотами та туристами з упором на кластеризацію, геобрендинг та культурний обмін цінностями. Досвід багатьох країн показує, що організація культурних заходів стає потужним каталізатором економічного зростання та зміцнення лідерства у міжкультурній взаємодії. Фестивалі з міжнародним статусом допомагають побудувати «подію економіку», яка має ключове значення для залучення креативної активності та формування індивідуального бренду дестинації.

Культурні заходи мають характерну назву, тему та представництво, які в процесі їх проведення створюють стійку атмосферу місця та допомагають закріпити його у певному культурному профілі. Для досягнення сильного ефекту від проведення культурних форумів зазвичай використовуються такі елементи як унікальність, історична актуальність, яскрава символіка, інтерактивність. Це підтверджують Венеціанський карнавал, Канський кінофестиваль, паризький «Прет-а-Порте», буньольська «Томатина», мюнхенський «Октоберфест», які яскраво персоналізують відповідне місце з культурним брендом. У цьому плані культурні події мають бути надійним геополітичним інструментом підвищення національної

конкурентоспроможності Болгарії у процесі завоювання довіри і лідерства у міжнародному співтоваристві.

До Реєстру туристських фестивалів та подій Болгарії у серпні 2021 р. внесено 1888 культурних подій [60]. Найбільш значущими з них, зареєстрованими на сайті FEST-BG за той же період, є 275 фестивалів, найбільша кількість яких припадає на Варну, Софію, Бургас та Пловдив. Деякі з міжнародних фестивалів мають солідний потенціал для накопичення «м'якої сили» в геокультурному образі Болгарії (табл.2.1).

Ініціатива «Культурна столиця Європи», яка щорічно проводиться у двох містах Старого континенту з 1985 р., утвердилася як найбільш значуща великомасштабна культурна подія в Європі за останні чотири десятиліття. Після присудження премії міста протягом року стають центрами культурного життя, що стимулює міжнародний діалог та співпрацю із зовнішнім світом.

Таблиця 2.1

Міжнародні культурні фестивалі та події у Болгарії
(складено за [59])

<i>Назва</i>	<i>Місце проведення</i>	<i>Тематика</i>
Святкування Свободи Болгарії	пік Шипка	Історичний
«Кохання це божевілля»	Варна	Фільми
«Софія фільм фест»	Софія	Фільми
«Варненське літо»	Варна	Музична
«Золота скриня»	Пловдив	Фільми
«Міжнародний фольклорний фестиваль»	Велико-Тирнове, Бургас, Копривштиця	музичний
«Карнавал сміху та гумору»	Габрово	театральний та музичний
«Міжнародний фестиваль циганської музики та пісні»	Стара-Загора	музичний
«Банско джаз фестиваль»	Бансько	музичний
«Капана фест»	Пловдив	музичний, театральний, літературний
«Сурва»	Пірник	музичний
«Вінарія»	Пловдив	кулінарний
Міжнародний фестиваль фольклорного костюма	Жерівна	етнографічний

Вибір болгарського міста Пловдив культурною столицею Європи у 2019р. доводить ефективність форуму у забезпеченні міжнародної популярності та престижу дестинації: підвищену інформаційну присутність Пловдива та Болгарії в Європі; залучення другорядних міжнародних подій (концертів, спортивних заходів); підвищення цінності культурної спадщини та облагородження середовища поселення; залучення іноземних туристів; просування форм міжкультурного спілкування.

Культурно-історичний та археологічний туризм розвиваються на основі туристських ресурсів культурної історії та археології. Ці спеціалізовані форми культурного туризму відрізняються яскраво вираженою масовістю та становлять основу національного брендингу дестинацій. Болгарія має велику культурну спадщину кількох історичних періодів, що свідчить про багатшарове культурне накопичення на її землях. Культурна спадщина фракійців, слов'ян, греків, римлян, протоболгар та османів кристалізується у яскравій мозаїці тканини символів, що визначає цивілізаційну значущість її національного простору. У ньому зберігаються деякі з найбільш значних артефактів матеріальної культури: фракійські кургани у Свештарі, Казанлика, Старосела, Мезека; залишки стародавніх поселень Перперикон та Форум Серпня Траяна; середньовічні археологічні заповідники «Великий Преслав», «Мадара» та «Царівець», фортеці «Урвіч» та «Баба Віда»; архітектура болгарського відродження у Ловечі, Велико-Тирново, Копривштиці, Жерівні; місця історичної пам'яті від воєн за національне визволення та об'єднання у Панагюришти, Шипці, Русі, Плевені, Стара-Загорі [61].

Етнографічний туризм обумовлений відвідуванням об'єктів культурного життя та фольклору. На основі етнографічних ресурсів у поселеннях-архітектурних заповідниках та традицій, що збереглися у багатьох місцях у ремеслі, Болгарія має надійні передумови для його розвитку. Символіка, закладена у культурних ландшафтах країни, свідчить про складне переплетення стилів у духовній культурі (ритуальний календар); народному мистецтві (музика, використовувані предмети, музичні інструменти, одяг),

народному житлі та економічній культурі (сільське господарство, збирання, архітектура, технологія обробки глини, шкіри, каменю, дерева, заліза). Особливо вражають своєю неповторністю звичаї духовної культури Болгарії: нестинарство (танці на вугіллі), колядування (виконання різдвяних пісень), сурвакани (прогулянки по хатах холостяків у новорічну ніч), лазарувани (пісня-танець любовний ритуал під час Вербного неділі) звичай родючості) [58].

Релігійний туризм є культурною формою туризму, пов'язаною з відвідуванням місць поклоніння для паломництва з пізнавальною та рекреаційною цілями. Розташована на перехресті між Сходом і Заходом, Болгарія має потенціал для розвитку релігійного туризму, представленого тисячами святинь та релігійних об'єктів християнства, ісламу та іудаїзму. Переважна символіка релігійних ландшафтів має чітку орієнтацію православ'я, священні традиції якого Болгарія зберегла і збагатила протягом століть. Православна ідентичність виділяє Болгарію як першу християнську слов'янську країну (865 р.), в якій староболгарська (старослов'янська) мова була визнана офіційно літургічною і увійшла до духовної культури інших слов'янських народів [61]. У X ст. релігійні вчення, такі як самітництво і особливо богомільзм, ознаменували собою першу форму релігійної реформації в християнській церкві, яка набула широкого резонансу у Візантії, на Західних Балканах, у Київській Русі та Західній Європі. На основі чинних православних святинь Болгарія може розвивати десятки релігійних маршрутів, одночасно просуваючи свою історію та культуру за кордоном.

Кулінарний туризм стимулює подорож через культурні традиції людей у приготуванні їжі та напоїв. Гастрономія у туризмі зарекомендувала себе як із найбільш характерних чинників, викликають чуттєве задоволення від відвідування місця. Смакові враження, які може запропонувати Болгарія, надзвичайно різноманітні та походять з її культурного та географічного контакту з традиціями тюрків, слов'янських народів, греків та османів. Типові кулінарні продукти, такі як йогурт, баниця, консервовані овочі (соління,

лютениця), каврма, кебабче, таратор, квасоляний суп, типові вина та бренді є культурними символами смаку їжі, які можуть прославити Болгарію у всьому світі. Особливе значення для культурного брендингу країни повинні мати кулінарні маршрути та винні тури [62], що поєднують дегустацію продуктів із пізнавальним елементом за технологією приготування та проведення дозвілля

Міський туризм зазвичай ототожнюють із подорожами у міському середовищі, ландшафти якого створюють неповторний колорит та образи різних міст. Міські ландшафти Болгарії підкреслюють особливості її геокультурної та геополітичної проміжності, розкриваючи велику різноманітність силуетів, символів та ідентичностей. Образ столиці Софії втілює в собі елементи римської культури (Софійський собор, ротонда «Святого Георгія», фортеця «Сердика»), православних традицій (церкви «Святої Петки Самарджійської», собори «Святого Тижня», «Святого Олександра Чудотворця»), європейський модернізм (будівлі Художньої галереї, Національного театру, Софійського університету), сталінський ампір (архітектурний ансамбль Майдану Незалежності — Будинок партії, Рада Міністрів, Центральний універмаг, Президентури, Готель «Балкан»). «Стародавній і вічний» Пловдив відсилає до величі Стародавньої Македонії, Стародавнього Риму та Візантії, а культурні відкладення Османського періоду та Болгарського Відродження у центрі міста утворюють його характерний балканський профіль — суміш східного планування та європейської архітектури, релігійну різноманітність, торгово-ремісничу. Образ сьогоденного Пловдива схильний до стереотипів, таких як «Місто під пагорбами», «Виставкове місто Болгарії», «Місто Альоші», «Культурна столиця Європи». «Місто вільного духу» Русе є європейським культурним обличчям Болгарії, який у ХІХ ст. був центром національно-визвольного руху, а до 20-х років ХХ ст. був флагманом модернізації країни. «Морська столиця» Варна втілює образ сучасного міста та курортної слави Болгарії. Серія уявлень створює «відчуття місця» для Слівена («Місто ста воєводів»), Димитровграда

(«Місто-пам'ятник соціалістичного мистецтва»), Стара-Загори («Місто під липами»), Бургаса («Місто птахів та озер») та ін. [59].

Для стимулювання як пріоритетну форму у продуктовому туристичному профілі країни у 2018 р. у Національній стратегії сталого розвитку туризму було розроблено 8 культурно-історичних дестинацій [56].

1. «Багатство Північно-Заходу», яке представляє Болгарію як частину культурного коридору Дунайського маршруту. Символіка, закладена у його культурному ландшафті, пов'язує геокультурний образ країни з цивілізаційним розквітом римської провінції Мізія та величчю середньовічної болгарської державності.

2. «Болгарська архітектура та майстерність», що представляють шедеври відродницького будівельного мистецтва та народної творчості, підкреслюючи образ балканської культурної самобутності Болгарії.

3. «Долина троянд і фракійських царів», що свідчить про приналежність болгарських земель до високої культури Фракійської цивілізації, що у своєму сучасному вигляді створює один із найяскравіших культурних міфів для Болгарії — Країна троянд.

4. «Магія Східних Родопів», що відноситься до культури фракійців, греків і римлян з міфами про Орфея, Діоніса, частинку Хреста Христового.

5. «Морські фортеці Болгарії» – район зосередження яскравих символів найрозвиненішої за часів Античності та Ранньої середньовічної культури в Європі – давньогрецьких міст-полісів та Візантії.

6. «Софійська Свята гора», що формує образ Болгарії як одного з центрів Східного християнства з її унікальним внеском у зміцнення православних традицій.

7. «Столиці та міста болгарських царів та патріархів» — колиска середньовічної болгарської державності, культурні верстви якої свідчать про велич та масштаби міського планування, духовної та просвітницької роботи.

8. «Струма» – південно-західний регіон, який стимулює культурний розвиток Болгарії із сусідніми країнами – Північною Македонією та Грецією у духовних традиціях, архітектурі, музичних ритмах.

Особливе значення для таких якостей культурного бренду місця як унікальність та індивідуальність має міфологія туристських ресурсів. Експлуатація старих чи створення нових міфів про культурну спадщину Болгарії може відкрити нові ніші її міжнародної туристської конкурентоспроможності із накопиченням «м'якої сили» у національному образі. Яскравий образ Болгарії як «Країни троянд», створений у минулому, свідчить про роль міфотворчості у туризмі. Як легенди для потенційного брендингу Болгарії в її культурній унікальності слід використовувати ті легенди та міфи, які увінчалися міжнародною популярністю та допомагають зміцнити культурну енергетику та силу національного простору – легенди про фракійського співака Орфея; про гладіатора-бунтівника Спартака; про нестинарство; про Новий Константинополь (Велико-Тирнове); про Кралі Марко (легендарний джигіт середньовічної Болгарії); про болгарський спосіб життя та гостинність, і т.д [63, с.14].

Знаково-символічна тканина культурної своєрідності Болгарії відсилає до спадщини з яскраво вираженими східними традиціями у накопиченні та спадкоємності матеріальної та духовної культури. Ця особливість підкреслює образ геокультурної приналежності країни до Сходу Європи, з євразійським корінням культурних та історичних зв'язків та типовим для культурного ландшафту Балкан, заснованого на символах, закладених у духовному взаємному проникненні, архітектури та фольклору. Для зовнішнього світу персоніфікований геокультурний образ Болгарії, що походить з географічного вогнища культурної ідентичності, буде сильно контрастувати із Західною Європою, Америкою та Азіатсько-Тихоокеанським регіоном. Семантика такого образу має посилити туристичний інтерес до Болгарії як наслідок відкладених для неї міжнародних уявлень про країну зі східними культурними елементами та порядками. Для Східної Європи та Євразії геокультурний образ

Болгарії притаманний основним стереотипам, які характеризують культурну самобутність цих просторів, що передбачає цілеспрямовану стратегію використання природних передумов посилення її міжнародної присутності [64, с.37].

Отже, країні з тисячолітньою історією та спадщиною, що залишилися від давніх цивілізацій, Болгарії є що запропонувати своїм гостям, які цікавляться історією, культурою, етнографією, релігією, архітектурою та мистецтвом. По всій території Болгарії знаходяться унікальні археологічні відкриття, такі як: стародавні городища епохи неоліту, фракійські святилища та гробниці, руїни римських міст, візантійські та середньовічні фортеці, архітектурні заповідники, етнографічні комплекси, церкви та монастирі. Хоча Болгарія займає лише 2% території Європи, в країні зареєстровано близько 40 тисяч історичних пам'яток, 36 культурних заповідників, 160 монастирів, близько 330 музеїв та галерей. Сюди входять доісторичні знахідки, фракійські гробниці, об'єкти грецької доби, римські фортеці, а також архітектурні пам'ятки болгарського Відродження.

2.3. Особливості розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії

Туризм у Болгарії відрізняється своїми особливостями, які стали результатом статусу країни як міжнародного туристичного суб'єкта. Сформувавшись ще на початку соціалістичного періоду, туристичний образ Болгарії має яскраві риси, які, хоч здебільшого орієнтовані на літній морський відпочинок, також можуть сприяти зміцненню її міжнародного іміджу (насамперед на території Східної Європи та держав, що утворилися після розпаду СРСР).

Так як туристична галузь офіційно оголошена пріоритетним напрямом болгарської державної політики, він здобуває значне місце у культурній дипломатії. Туризм тісно переплетений за участю в конкурсах з прийняття великих культурних та спортивних заходів, з проведенням Болгарією Дитячої

Асамблеї «Прапор миру», міжнародного фестивалю «Золотий Орфей» та ін. Вигоди від привабливого туристичного образу країни зміцнюють її політичні та економічні позиції як у межах колишнього простору РЕВ, так і в міжнародному співтоваристві загалом. Проте, проводячи порівняльну паралель із суб'єктами конкуренції, слід визнати, що туристичний образ Болгарії, хоч і набув міжнародної популярності, з низки об'єктивних причин, що стосуються скромнішого туристичного потенціалу країни, щодо пізнього її виростання як міжнародної туристської дестинації та більш обмежених можливостей в управлінні геоінформацією, не досяг ще рівня привабливості, що підживлює «топофілію» таких дестинацій, як Італія, Франція, Іспанія, Греція [65, с.18].

Починаючи з 1990 р. у Болгарії відбулися значні зміни в організації та географічній спрямованості міжнародного туризму, які значно послабили важелі впливу в цьому секторі. Туризм сьогодні є галуззю з провідними позиціями у національній економіці, яка до 2022 р. забезпечувала майже 14% ВВП. Однак його фактичний вплив (прямий і непрямий) на економіку значно більший, тому що багато виробничих та сервісних видів діяльності значною мірою залежать від туризму [66, с. 16-18].

Теоретичний аналіз засвідчив існування декількох підходів до туристичного районування території Болгарії, а саме: ресурсний, галузевий, соціально-географічний.

Дані про «розміри» туристичної території Болгарії показують, що існують значні відмінності в ключових кількісних показниках, таких як площа, чисельність населення, кількість закладів розміщення та фактичний рівень заповнюваності. Перевищення найбільшого з досліджуваних показників відносно найменшого коливається від 3 до 30 разів; у багатьох випадках туристичні території зі значною територією мають низьку частку в загальному обсязі туризму і, навпаки, значну частину туристичної інфраструктури, зосереджені на ділянках з невеликою площею.

У період з 2019 до 2021 р. країни Європейського союзу залишалися найбільш значущими для в'їзного туризму у Болгарії; їх громадяни становили 63,2% від загальної кількості туристів у 2019 р. (4131908 чол.); 60,5% – у 2020 р. (4174580 чол.) та 60,6% – у 2021 р. (4428332 чол.).

У табл. 2.3 представлений список країн, з яких найчастіше приїжджають туристи до Болгарії.

Таблиця 2.2

Динаміка туристичних прибуттів до Болгарії, % від загальної кількості туристів (складено за [66])

<i>Країна</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
Румунія	14,3	13,65	13,0
Греція	14,2	13,56	14,1
Німеччина	9,9	9,9	9,8
Туреччина	4,5	5,5	6,0
Україна	3,9	4,3	4,7
Велика Британія	4,4	3,7	4,0
Польща	3,7	3,4	3,5
Інші	26,2	26,0	27,6

Інша характерна особливість у період з 2019 до 2021 р. – зростання доходів від міжнародного туризму в Болгарії (рис. 2.2)

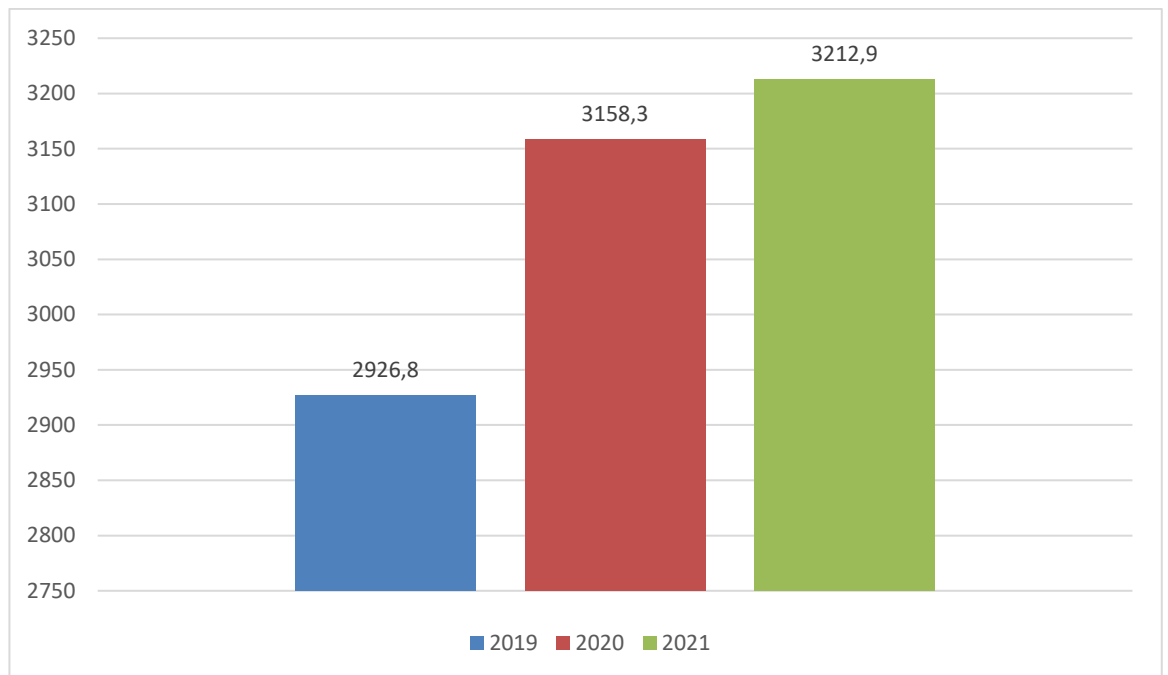


Рис. 2.2. Доходи від міжнародного туризму в Болгарії, млн. євро
(складено за [66])

Згідно з даними Міністерства туризму Болгарії, загальна кількість ночівель у закладах розміщення у 2021 році порівняно з 2020 роком зросла на 309,8 тис. (1,2%) до 27154,8 тис. Кількість ночівель іноземців (17479,8 тис.) в усіх місцях розміщення у 2021 році порівняно з попереднім роком зменшилася на 1,5%. Майже всі іноземці – 97,3%, віддають перевагу ночівлі в готелях, тоді як лише 2,7% ночували в інших місцях розміщення (кемпінги, лоджі та інші місця для короткотермінового проживання). Структура ночівель іноземців у 2021 році свідчить (рис.2.3), що найбільша питома вага ночівель припадала на чотири- та п'ятизіркові заклади (67,7%), на другому – тризіркові (23,9%) та одно- та двозіркові. зірки (8,4%)

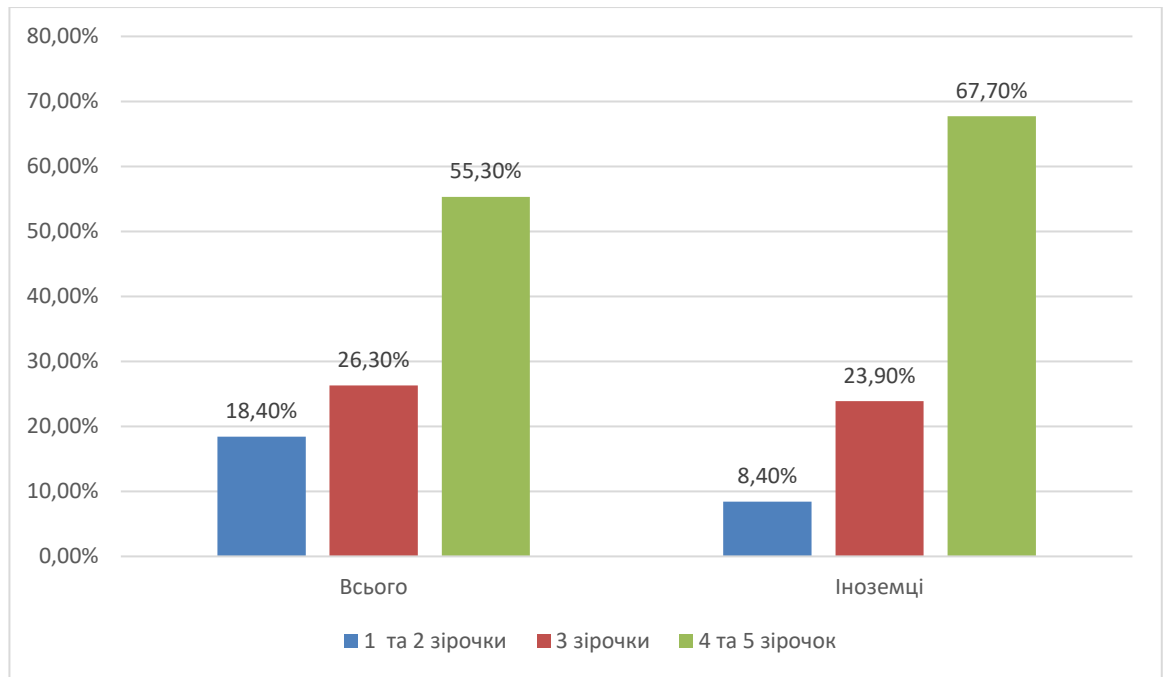


Рис. 2.3. Ночівлі у засобах розміщення у 2021 році за категоріями (складено за [66])

З вищесказаного, можна дійти висновку, що туризм у Болгарії у зазначений період успішно розвивався.

Враховуючи пріоритетність сектора туризму для Болгарії, створено профільне міністерство. Головна мета профільного відомства з моменту заснування – перетворити Болгарію на цілорічний напрямок та увійти до топ-5 напрямків Південно-Східної Європи. У Болгарії 15.05.2015 р. прийнято «Концепцію туристичного районування Болгарії», одним із завдань якої є підвищення впізнаваності туристичних районів та залучення іноземних туристів за допомогою грамотного позиціонування [68].

Розуміння особливостей регіону сприяє створенню його неповторного образу та формуванню унікальної туристичної пропозиції. Таким чином, туристичне районування в Болгарії вважається необхідним кроком для розвитку конкурентного туризму, проведення ефективної регіональної політики в галузі туризму, орієнтованої на територіальні відмінності та специфічні риси різних частин країни та ефективного регіонального маркетингу.

Міністерство туризму Болгарії очікує отримати такі вигоди від створення туристичних зон:

- 1) заповнення існуючої прогалини в управлінні маркетинговою політикою на місцевому та національному рівні (Міністерство туризму);
- 2) консолідація ресурсів та узгодженості дій для розвитку складного, різноманітного та конкурентоспроможного туристичного продукту за допомогою регіональної взаємодії, що є передумовою для надання привабливого та якісного продукту;
- 3) регіоналізація національного маркетингу: завдяки районуванню Болгарія зможе використовувати в просуванні туристичні продукти окремих регіонів, які мають неповторність і унікальність. Це допоможе задовольнити інтереси різних споживачів та знизити витрати на маркетинг завдяки більш «вузькій» пропозиції.

Так, враховуючи, що японським туристам дуже подобається Фестиваль троянд у Болгарії та інші фестивальні події, а також культурно-історичні місця, наголосити саме на цих видах туризму, для України підготувати туристичні пропозиції для відпочинку всією родиною на узбережжі Чорного моря та в горах Болгарії. Концепція туристичного районування включає всю територію країни. Райони сильно відрізняються за площею і складаються з різної кількості громад: від 19 до 67. Громада — найменша територіальна одиниця і не може ставитись одразу до двох районів. Відповідно до затвердженої концепції у країні виділено 9 туристичних районів: Дунав, Стара Планіна, Долина Троянд, Тракія, Родопі, Ріла-Пірін, Софія, Північне Чорномор'я, Південне Чорномор'я. Виділені райони досить великі, щоб чітко розрізнятися на туристичній карті і досить маленькі, щоб ними можна було ефективно управляти. У кожному туристичному районі обрано «місто-центр». При його виборі враховували географічне положення, транспортну доступність, можливість швидкої взаємодії та рівень розвитку туризму [68].

Відповідно до Концепції туристичного районування Болгарії [69, с. 28], кожна туристична зона має основну спеціалізацію. Основна спеціалізація

характеризується поєднанням двох видів туризму, які в сукупності визначають унікальність даного регіону. Розширений включає основний і до трьох-чотирьох додаткових видів туризму (Додаток В).

Найменша за площею туристична зона – Долина троянд, на неї припадає 6% території та 3% населення. Ця дивовижна за своєю красою і потенціалом у розвиток туризму місцевість нині приносить лише 2% доходу, одержуваного Болгарією від туризму. Довгий час велися дискусії про виділення цієї області, коштує вона того чи ні, тому що область відрізняється від середньої за розмірами території та входить до області Фракії. Але у зв'язку з великим потенціалом розвитку цього регіону як окремого перспективного напрямку було вирішено, що він заслуговує на значно більшу увагу і цільового маркетингу. Рожеві поля приваблюють все більше туристів, особливо з перспективних азіатських ринків. Наприклад, Фестиваль троянд – найвідвідуваніший захід для японських гостей у Болгарії [68].

Також у Долині Троянд збереглися у хорошому стані унікальні історичні пам'ятки стародавньої фракійської культури. Наступними за величиною територіями є два райони узбережжя Чорного моря. Північне узбережжя Чорного моря складається з 25 муніципальних утворень, що займає 9% площі, в цій зоні проживає 11% населення. У Південному Причорномор'ї, де знаходиться найменша кількість муніципалітетів, ці цифри становлять 7% та 6% відповідно. З погляду туризму це найсильніші райони, частку яких припадає 29% (Північне Причорномор'я) і 37% (Південне Причорномор'я) доходів сектора. Значні валютні надходження від туризму стали однією з основних причин поділу Чорноморського узбережжя Болгарії на два окремі райони, незважаючи на спільність основної спеціалізації.

Найбільшою територією на туристичній карті Болгарії, що складається з 67 муніципалітетів, є Дунай. Основна спеціалізація цього напрямку – культурно-круїзний туризм. Його центром є місто Русе, іншими регіональними містами є Відін, Плевен, Розград, Тирговиште та Сілістра. Незважаючи на величезну територію, для Дунави характерний найнижчий

відсоток ночівлі та всього 2% від загального доходу туристів. Для збільшення доходів від туристичної діяльності у регіоні необхідно зосередити увагу на розвитку культурно-історичного туризму, пригодницького та екотуризму.

Район Стара-Планіна складається із 32 громад. Основними видами туризму у цьому регіоні є гірничий та культурно-пізнавальний туризм. Іншими видами туризму, які планується розвивати в області, є рекреаційний, культурно-історичний, сільський, релігійний та паломницький.

Місто Пловдив є центром однієї з найбільших туристичних зон – Фракії. Ця зона займає друге місце за кількістю муніципальних утворень, яких налічується 35, за територією та населенням, а також знаходиться на передостанньому місці по ліжко-місцях, ночівлях та доходах від туризму. У цей регіон входять такі великі міста, як Пазарджик, Пловдив, Хасково, Стара Загора та Ямбол. Особлива увага приділяється культурному та винному туризму. Розширена спеціалізація включає всі види ділового туризму, міський розважально-шопінговий туризм, оздоровчий, пригодницький та екотуризм [70].

Гірський та сільський туризм розвинений у найпівденнішому туристичному регіоні – Родопах. Його розширена спеціалізація також включає сільський, курортний, оздоровчий, пригодницький та екотуризм. Регіональні міста – Смолян та Кирджалі. Перший центр області. Туристичний регіон Родопи складається з 27 громад та п'яти адміністративних районів. Він є четвертим за територією та кількістю ліжко-місць та ночівель. Сьогодні цей туристичний район активно розвивається. Перша Організація з управління туристичною територією (ТМО) була відкрита в Родопському краї, і активна реклама та амбіції місцевої адміністрації припускають, що незабаром доходи від туризму, які зараз становлять 5% від загального доходу сектору туризму та подорожей до країн, збільшаться.

Незважаючи на те, що Рило-Пірінський регіон займає передостаннє місце серед усіх регіонів за чисельністю населення, він посідає третє місце за кількістю номерів і ділить третє місце з Софією за кількістю ночівель,

проведених туристами в регіоні. Центр області – місто Благоевград, загальна кількість муніципалітетів – 23. Основна спеціалізація області – гірсько–релігійний туризм, а в розширеній спеціалізації – релігійно-паломницький туризм; пригодницький та екологічний туризм; санаторно-курортний туризм; культурно-історичний та фестивальний туризм Одним з найпопулярніших міст цього регіону є місто Банско. Невелике курортне містечко розташоване біля підніжжя одного з найкрасивіших гірських масивів Болгарії – Пірін. Національний парк Пірін з його скарбами прекрасних озер і крутих річок, печер і водоспадів, багаторічних дерев і рідкісних рослин включений до Списку національних парків і заповідників світового значення ООН. Сьогодні Банско є гірськолижним курортом міжнародного значення: тут проводяться чемпіонати світу з лижних гонок, кубки світу з гірських дисциплін. Незважаючи на високий рівень оснащення і відмінні умови для катання в цьому регіоні, Банско є самим бюджетним гірськолижним курортом в ЄС [71].

Діловий та культурний туризм є основними видами туризму в Софійській області, яка включає столицю та обласні міста Перник і Кюстенділ. Це регіон з найбільшою кількістю населення, а за доходами від туризму займає третє місце після двох чорноморських регіонів. У Софії стільки ж муніципалітетів, скільки в Рило-Піринському регіоні – 23. Очевидно, що деякі туристичні регіони Болгарії досить сильно виділяються за загальними показниками, що пов'язано з нерівномірністю розвитку туризму і територіальними особливостями [72].

Отже, туризм в Болгарії – галузь, яка займає лідируючі позиції в національній економіці, забезпечуючи майже 14% ВВП. З метою ефективного розвитку туристичної галузі країни Міністерство туризму Болгарської Республіки затвердило Концепцію туристичного районування. Відповідно до прийнятої Концепції визначено дев'ять туристичних зон: Дунай, Стара Планина, Долина Троянд, Фракія, Родопи, Рила-Пірін, Софія, Варна і Бургас, Чорномор'я, в яких існують умови для формування специфічного поєднання. Формування турпродукту обумовлено соціальним поєднанням економічних,

культурних і природних умов туризму. При цьому територія може бути як об'єктом власного маркетингу і реклами, так і об'єктом цільового управління конкретними туристичними організаціями і підконтрольними державі муніципалітетами. Так, у Болгарії акцент робиться на синергії національного та регіонального рівнів з метою підвищення ефективності маркетингу та найкращого позиціонування на міжнародному ринку туристичних послуг як для країни в цілому, так і для всіх її регіонів. Основні вигоди від створення туристичних зон і керуючих організацій відображаються в інтеграції всіх туристичних ресурсів і максимально можливих діях по створенню національного, різноманітного і конкурентоспроможного туристичного продукту шляхом їх взаємодії; а також у регіоналізації національного маркетингу туризму в Болгарії для підвищення ефективності туристичного потенціалу країни в цілому та окремих туристичних регіонів зі специфічними можливостями для різних видів туризму.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В БОЛГАРІЇ

3.1 Ключові проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії

Болгарія – добре відомий і бажаний цілорічний туристичний напрямок з чітко впізнаваною національною ідентичністю та збереженою культурою та природою, займаючи провідне місце серед п'ятірки найкращих напрямків у Центральній та Східній Європі.

Туризм в Болгарії є одним з провідних, структуро визначальних національних галузей. Туризм є стабільним фактором, що сприяє постійній оптимізації болгарської економіки через:

- значну частку у ВВП 12-18%;
- високу зайнятість – 300 тис. постійних і 500 тис. тимчасово зайнятих;
- створення інвестиційних можливостей і партнерських проектів;
- основне поле для розвитку та підтримки малого та середнього бізнесу на основі сімейної форми власності;
- захист навколишнього середовища та збереження багатой культурної та історичної спадщини [66].

Сектор туризму в країні будуватиметься на основі успішного довгострокового партнерства на національному, регіональному та місцевому рівнях між усіма зацікавленими сторонами – національними, регіональними та місцевими органами влади, бізнесом, неурядовими організаціями, місцевими громадами та міжнародними партнерами.

Туризм є однією з головних галузей економіки світу. Це третя за величиною категорія експорту (після палива та хімікатів), і в 2021 році на неї припадало 7% світової торгівлі. Для деяких країн він може становити понад 20% їх ВВП і загалом є третім за величиною експортним сектором світової економіки. Це один із секторів, який найбільше постраждав від пандемії

COVID-19, який впливає на економіку, засоби до існування, державні послуги та можливості на всіх континентах.

МВФ вивчає масштаби збитку для економічних секторів:

1. Очікується, що збиток від коронавірусної кризи в довгостроковій перспективі буде значним. Серйозні спади в минулому супроводжувалися втратою виробництва та потужності протягом тривалого періоду часу. Секторальні шоки продуктивності є постійними, причому передача шоків між секторами є значною. Сектори, як правило, не оговтуються від шоків продуктивності, що збільшує ризик постійного спаду в секторах, які найбільше постраждали від пандемії (таких як туризм).

2. Очікувані середньострокові втрати з точки зору виробництва та пропозиції є значними, із великими коливаннями між секторами та регіонами. Очікується, що глобальне виробництво та пропозиція будуть на 3% нижчими у 2024 році, ніж передкризові прогнози. Що стосується пропозиції, блокування зменшує ефективні виробничі потужності. Деякі сектори характеризуються падінням продуктивності, оскільки їх потрібно реорганізувати, щоб забезпечити більшу відстань між працівниками.

3. Попит падає через зменшення мобільності та збільшення запобіжних заощаджень із зростанням невизначеності. Початковий шок пропозиції також швидко трансформувався у падіння сукупного попиту – сектори з більш особистим контактом, які постраждали більше, були фактично закриті на тривалий період часу та зазнають більших втрат. Прикладами є готелі, ресторани, транспорт. Вони спостерігали одночасне зниження попиту та пропозиції [72].

Сектор готелів і ресторанів найбільше постраждав з точки зору скорочення робочих місць і обсягів пропонованих послуг, і його вплив на інші сектори економіки є значним. Відновлення сектору значною мірою залежить від того, наскільки швидко вдасться взяти пандемію під постійний контроль, а більш тривалі проблеми завдадуть серйозних довгострокових втрат. МВФ опитав 170 країн, намагаючись також оцінити вплив на інші сектори. Дані за

перші три квартали 2020 року показують, що країни, залежні від цього сектору, найбільше відчують негативний вплив кризи, навіть якщо заходи в них відносно ліберальні. Підкреслюється, що сектор є дуже важливим в окремих регіонах, що робить його вплив на інші сектори в конкретному регіоні більш значним, ніж середній вплив на національному рівні.

Обмеження на подорожі та заходи соціального дистанціювання, запроваджені з початку 2021 року, мали значний негативний вплив на економічну діяльність, яка базується на тісній фізичній взаємодії між людьми. Це негативно вплинуло на повітряний транспорт і призвело до його різкого скорочення. В умовах надзвичайного стану у квітні 2021 року загальна кількість авіарейсів на території країни була на -81,2 відсотка менша порівняно з аналогічним періодом минулого року. Послаблення обмежувальних заходів у наступні місяці допомогло обмежити темпи падіння до -51,2% станом на листопад 2021 року. З початку лютого 2022 року падіння рухалося на рівнях близько -55% [74]

У 2021р. загальна кількість туристичних відвідувань іноземцями без транзиту в Болгарії є 3 722 200, та тих, хто ночував у помешканнях іноземних туристів понад 1,9 млн. Приріст на загальна кількість туристичних відвідувань іноземців у 2021 році порівняно з 2020 роком становить 38,5%.

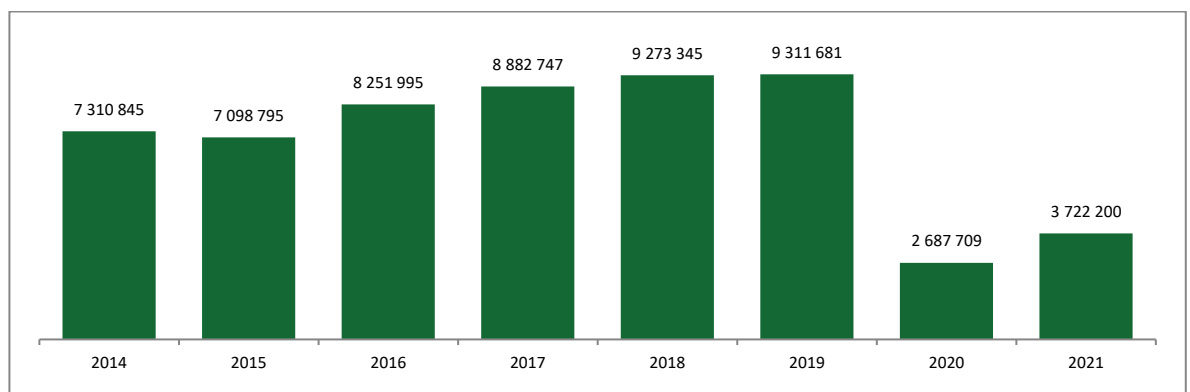


Рис. 3.1. Туристичні візити іноземців до Болгарії (осіб) [74]

Згідно зі статистикою NSI щодо візитів іноземців до країни, у березні та квітні 2020 року було зафіксовано безпрецедентне падіння кількості поїздок іноземних громадян, що пов'язано з припиненням міжнародних авіасполучення та закриттям сухопутних кордонів. Річний показник падіння відвідувань Болгарії іноземцями у квітні склав -88,9% (з 650,3 тис. відвідувань менше), а загальне зниження за 2020 рік склало -60,4% (з 7578,7 тис. більше відвідувань). Загалом за 2020 рік зафіксовано зменшення поїздок з усіма спостережуваними цілями: «відпочинок та екскурсія» на -76,7% (при зменшенні відвідувань на 4495,8 тис.), «ділова мета» на -58,5%, «інші» на -41,6%. Змінюється і структура відвідувань іноземцями – у 2019 році поїздки з метою «відпочинок та екскурсія» становили 46,7% від загальної кількості, тоді як у 2020 році їх відносна частка впала до 27,4%.

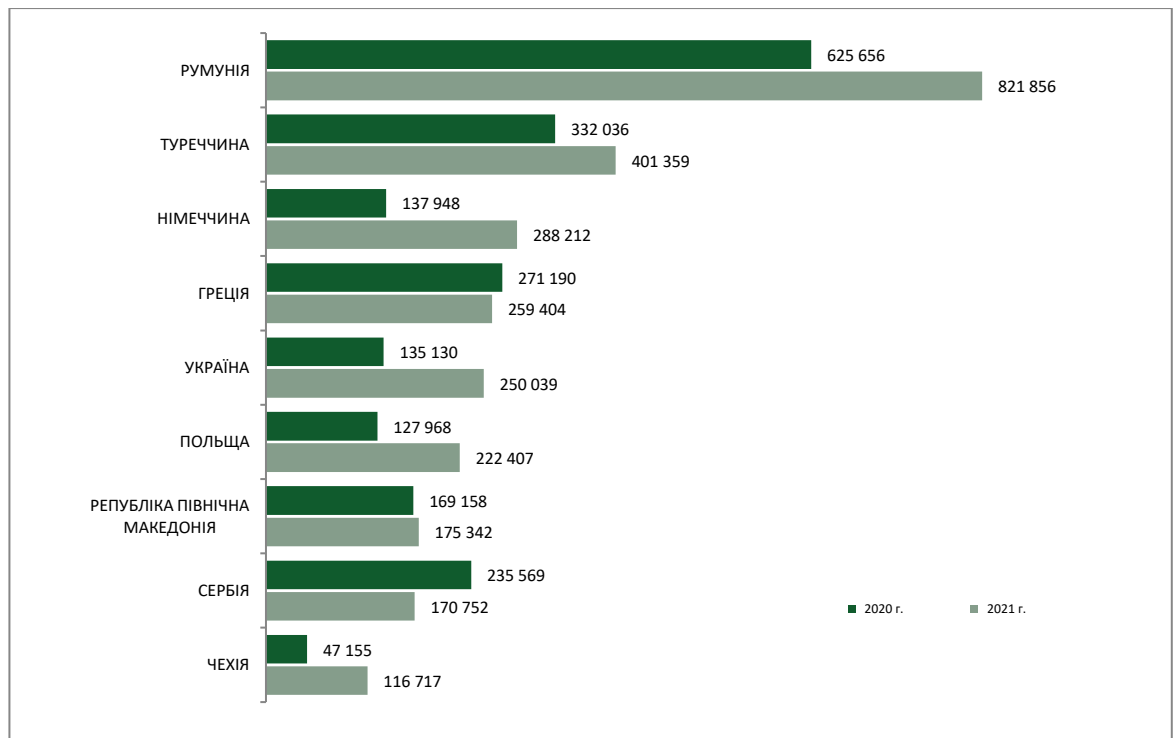


Рис. 3.2. Топ-країн за туристичними візитами іноземців в Болгарію (осіб) [74]

Реалізовані ночівлі в закладах розміщення також зафіксували значне зниження порівняно з відповідним періодом попереднього року. Загалом за дев'ять місяців темпи падіння становлять -56,2%, а зменшення іноземних туристів наприкінці літнього туристичного сезону (серпень-вересень)

частково компенсується збільшенням відвідування місць проживання для громадян Болгарії. Цей розвиток подій, ймовірно, сприяє як сильно обмеженим можливостям, так і труднощам для болгарських громадян виїжджати за кордон через запроваджені обмежувальні заходи в усьому світі, а також політику уряду щодо послаблення обмежень у країні протягом літніх місяців та заохочення внутрішніх туристів

Далі розглянемо проблеми розвитку культурно-історичного туризму в Болгарії. Спочатку зробимо аналіз туристичних ресурсів культурного туризму.

Болгарія є:

- однією з найстаріших європейських країн і єдиною, яка не змінювала своєї назви з моменту заснування;
- спадкоємецею стародавніх цивілізацій – фракійців, римлян, візантійців і протоболгар, які залишили на цих землях надзвичайно цінні художні та архітектурні свідчення своїх розвинутих культур;
- привабливим місцем для людей, які цікавляться історією та культурою;
- ресурси для розвитку культурного туризму в Болгарії включають археологічні, архітектурні, етнологічні, релігійні об'єкти, історичні пам'ятки, а також культурні установи – музеї, галереї, громадські центри та культурні заходи різного характеру, пов'язані з нематеріальною культурою, а також як «творчий» туризм, в якому туристи створюють культуру. Вони характеризуються своєю різноманітністю, автентичністю та унікальністю;
- багатство культурної спадщини: близько 40 тис. зареєстрованих об'єктів різних історичних епох, з яких 7 мають статус нерухомих культурних цінностей світового значення та понад 10 тис. – національного значення;
- одинадцять болгарських пам'яток включено до списку матеріальної та нематеріальної світової культурної та природної спадщини ЮНЕСКО. Це ставить Болгарію на 21 місце у світі за конкурентоспроможністю її культурних ресурсів. За статистикою Болгарія займає третє місце в Європі після Італії та Греції за кількістю своїх археологічних культурних цінностей;

- 33 археологічних та 10 етнографічних, архітектурно-історичних заповідників;
- понад 18 тис зареєстрованих об'єктів в автоматизованій інформаційній системі Археологічна карта Болгарії;
- понад 188 музеїв і галерей;
- найдавніший у світі скарб обробленого золота (кін. V-м початку IV тис. до н. е.) біля м. Варна;
- стародавнє місто Перперикон вважається одним із найбільших храмів Діонісія, Долина фракійських правителів – стародавня столиця фракійського царя Севта III понад 2000 років тому;
- фракійські кургани (від 10 000 до 60 000), близько 1 000 поховань і виявлені фракійські скарби;
- збережена етнографічна спадщина;
- багатий культурний календар, ремесла, фестивальні та святкові традиції, давні традиції та звичаї, які практикуються й сьогодні, форми різноманітних традиційних та сучасних культурних заходів, пов'язаних із нематеріальною спадщиною та сучасною культурою [66].

Отже визначимо основні тенденції розвитку туризму в Болгарії.

У всьому світі спостерігається тенденція до зростання культурного туризму. Якщо в середині першого десятиліття 21 століття близько 40% туристів у світі практикували цей вид туризму, то зараз (згідно з опитуванням 10 000 людей з усього світу, 57% туристів вказують на те, що вони обирають культуру чи культурну спадщину як причину подорожі. Це зумовлено, з одного боку, дедалі більшою доступністю інформації на різноманітну культурно-історичну тематику, а з іншого – збільшенням короткочасних міських відпусток та відпусток вихідного дня з метою відвідування культурних заходів.

Нові транспортні послуги (наприклад, недорогі авіакомпанії), які роблять напрямки доступними для більшої кількості туристів, також сприяють розвитку цього виду туризму.

Культурний туризм займає 11,1% частки всіх туристичних продуктів Болгарії. Основними конкуруючими напрямками Болгарії для культурного туризму є: Іспанія, Італія, Греція, Туреччина, Румунія.

Основними цільовими ринками є ті 14% європейців, які обирають культуру як основний мотив подорожі, а вторинними є мандрівники, для яких культурний туризм є додатковим досвідом, що несе додаткову цінність. Генеруючі ринки – Англія, Німеччина, Румунія, Греція, Туреччина, Італія. Перспективні ринки збуту: Україна, Сербія, Греція, Великобританія, Китай, Японія та США [71].

Профіль болгарського туриста, який шукає продукт культурного туризму, надзвичайно близький до профілю міжнародного туриста, а саме:

- більш здатний платити та витратити більше на місці;
- проводить довше часу в даному туристичному місці;
- частіше зупиняється в готелі;
- більш освічені, ніж середній рівень туристів;
- незначна перевага мандрівників старше 35 років.

За даними опитування, як для туристів, які відвідують країну вперше, так і для тих, для кого поточний візит з метою відпустки є щонайменше другим, провідним мотивом вибору є Болгарія – це в основному культурні та історичні пам'ятки.

Культурним туризмом займаються 12% туристів влітку (третє місце після морського та сільського) та 18,6% у міжсезоння.

Туристами є люди різного віку, переважно які проживають за межами столиці. Цей тип туристів є читачами, а не телеглядачами чи радіослухачами. Більш поширені, ніж групи середнього та вищого доходу.

Міжнародний туристичний профіль:

- 37% туристів організують свій відпочинок через туристичне агентство, а 26% подорожують неорганізовано;
- 36% планують свою відпустку приблизно за місяць до поїздки;

- основним джерелом інформації є туроператори та туристичні агентства, а також веб-сайти: 49% для вікової категорії 36-55, 36% – 15-35;
- були в Болгарії раніше 55%;
- 30% туристів із Західної Європи, 25% з балканських країн, 17% з Росії;
- більш тривала відпустка характерна для літніх туристів (старше 65 років), пенсіонерів, домогосподарств з високим місячним доходом, тих, хто проводив «розслаблюючу» відпустку, подорожуючи поодиночі або великими групами від 5 і більше осіб;
- короткочасне перебування характерне для осіб працездатного віку (36-55 років), тих, хто подорожує без попереднього бронювання та тих, хто відвідує країну вперше;
- 73% відвідали 2 або більше місць,
- найкращі місця – Несебр, Пловдив, Софія, Варна, Рильський монастир, Велико Тирново [73].

За даними досліджень, середня тривалість перебування іноземних туристів, які займаються спеціалізованими видами туризму, становить 6 ночей, причому найдовше залишаються туристи з країн СНГ – в середньому 8,5 ночі, а найменше – туристи з сусідніх країн – в середньому 3,8 ночі. Середні витрати на людину в день становлять 67 євро. Як правило, 47% тих, хто займається спеціальним туризмом, попередньо оплатили пакет туристичних послуг, а 72% тих, хто займається спеціальними видами туризму, поєднують його з іншими видами туризму.

Отже, розглянувши основні тенденції розвитку туризму в Болгарії, зробимо SWOT аналіз культурно-історичного туризму в Болгарії (табл.3.1)

Таблиця 3.1

SWOT аналіз культурно-історичного туризму Болгарії

(складено автором за 73-76)

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабі сторони</i>
<p>Болгарія є привабливим місцем для культурного туризму.</p> <p>Болгарія є впізнаваним напрямком культурного туризму.</p> <p>Культурний туризм є універсальним, придатним для поєднання з іншими видами туризму.</p> <p>Туристичний сервіс перевищує очікування споживачів.</p> <p>Болгарський туристичний продукт має високу якість.</p> <p>Висока задоволеність відпочинком.</p> <p>Лояльність до місця призначення</p> <p>Розвиток супутніх продуктів – екологічний та сільський туризм.</p> <p>Збереження традицій місцевого населення.</p> <p>Використання міфічного елемента та відтворення давніх звичаїв.</p>	<p>Слабка тенденція до повернення в країну серед тих, хто займається культурним туризмом.</p> <p>Дороги та рух.</p> <p>Низька ефективність рекламної діяльності для практиків культурного туризму.</p> <p>Недостатня інформація про Болгарію як місце культурного туризму.</p> <p>Недостатня чистота в приміщеннях.</p> <p>Нижча загальна задоволеність тих, хто взяв більш тривалу відпустку.</p> <p>Нижча задоволеність використаними послугами при поєднанні більшої кількості видів туризму.</p> <p>Транспортна та комунально-побутова інфраструктура.</p> <p>Немає прямих рейсів з країн Азії, що вимагає пересадки, що підвищує ціну.</p> <p>Великі інвестиції для будівництва спортивних комплексів.</p> <p>Не вистачає інтерактивності та гарної анімації.</p>
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<p>Доповнення туристичних послуг культурним туризмом.</p> <p>Сімейний відпочинок, спеціалізовані пакети для батьків з дітьми та пар.</p> <p>Залучення динамічних груп і заохочення споживання шляхом додавання «пригодницького акценту» у формі культурного туризму.</p>	<p>Відсутність достатньої різноманітності у відпустці і звідси – невідповідність очікуванням.</p> <p>Складне «управління» туристичним потоком через повідомлення, як наслідок моделі прийняття рішень «місце відпочинку (географічний регіон загалом) – конкретна країна, відповідно до привабливості пропозицій».</p>

Продовження табл.3.1

<p>Сприяння довшим відпусткам серед практиків культурного туризму для збільшення прибутку галузі.</p> <p>Популяризація думки самих туристів, які відпочивали в Болгарії, з метою підвищення довіри до місця призначення.</p> <p>Пропозиція «спеціалізованих» пакетів.</p> <p>Проведення в Болгарії більшої кількості спортивних та музичних заходів зі світовою популярністю.</p> <p>Події є ефективним засобом залучення туристів у невідомі їм місця.</p> <p>Проведення в Болгарії більшої кількості спортивних та музичних заходів зі світовою популярністю.</p> <p>Події є ефективним засобом залучення туристів у невідомі їм місця.</p>	<p>Основними конкурентами в групі практиків культурного туризму на літній сезон є Греція, Італія та Іспанія; на осінь – Греція, Франція та Італія; на зиму – Австрія, Німеччина та Франція.</p> <p>Кластеризація багатьох подій в одному періоді.</p> <p>Втрата унікальності в продукті під час комерціалізації автентичних звичаїв і традицій.</p> <p>Негативний вплив масової відвідуваності на місцеві громади.</p>
---	--

Розглянувши SWOT аналіз культурно-історичного туризму Болгарії, можемо визначити стратегічні цілі:

- реалізовувати заходи щодо збереження та покращення якості природних та антропогенних туристичних ресурсів;
- розвивати сталий культурний туризм, враховуючи переваги різноманітності, унікальності та автентичності ресурсів, щоб підтримувати баланс між розвитком культурного туризму та збереженням ресурсів;
- покращити туристичну інфраструктуру;
- застосовувати передовий європейський досвід та інновації в продуктах, технологіях та людських ресурсах;
- розробити продуктову та маркетингову стратегію для культурного туризму;

– культурний туризм слід розглядати як невід’ємну частину процесів регіонального планування та політики, щоб він був пов’язаний з іншими планами та програмами розвитку (ініціативи розвитку сільських територій, розвиток інфраструктури, освіта тощо).

Отже, виконавши SWOT аналіз культурно-історичного туризму Болгарії визначимо проблеми розвитку культурного туризму.

Проблеми:

- відсутність достатньої та сучасної інтерпретації культурних об’єктів для туристів;
- відсутність актуальної статистичної та адекватної оперативної інформації;
- недостатня та слабо розвинена інфраструктура доступу до культурно-історичної спадщини країни;
- відсутність податкових преференцій у сфері культурного туризму;
- недостатня кількість кваліфікованого туристичного персоналу;
- недостатність коштів на рекламно-інформаційну кампанію для розвитку культурного туризму в Болгарії;
- немає заздалегідь опублікованого культурного календаря (принаймні за рік до подій) із гарантованими датами та учасниками подій, який би використовували туроператори та власники готелів;
- законодавча база щодо цього виду туризму є недостатньою, а існуюча потребує доопрацювання та оновлення.

Дослідження показують, що найбільше незадоволення туристів при використанні продуктів, пов’язаних з культурним туризмом, викликає відсутність одного або кількох із таких елементів: новизна (джерело незвичайного досвіду), натхнення (провокаційний і стимулюючий ефект), емоція (провокація різних емоцій), розуміння (природи об’єкта/події та його середовища), якість (клієнтоорієнтоване обслуговування). Вони тісно пов’язані з будівництвом спеціалізованої інфраструктури. У багатьох випадках вона або відсутня, або матеріально-технічна база морально застаріла,

пропонуються одиничні послуги, а інформація обмежена або недостатньо приваблива.

Включення Болгарії в рамки спільних туристичних продуктів з іншими країнами сприяє не тільки просуванню країни як туристичного напрямку, але також через формування нових транскордонних продуктів для засвоєння потенціалу нових регіонів, збалансований регіональний розвиток, покращення ринкових позицій болгарського туризму та передумова для формування спільної маркетингової політики в туризмі на європейському та третьому ринках («Культурні маршрути вздовж Дунаю», маршрут «По дорозі римських імператорів» – а транскордонний туристичний продукт у сфері культурного туризму разом із Сербією, Румунією та Хорватією тощо).

Заходи:

- повне картографування та оцінка потенційних місць для культурного туризму за певними критеріями з точки зору їх привабливості для залучення туристів, наскільки вони адаптовані для туристичних відвідувань, управлінської волі та місцевого потенціалу для розвитку, підтримки з боку місцевих громад, тощо;
- ретельний відбір об'єктів для інвестування з метою розвитку їх як туристичних атракцій;
- розробка концепції продукту на основі сучасних підходів тематичної інтерпретації;
- оснащення об'єктів сучасними інтерактивними засобами, що відповідають концепції, за допомогою яких можна створити пакет різноманітних послуг;
- популяризація культурних пам'яток серед індивідуальних туристів та включення їх до культурно-освітніх маршрутів;
- ефективна комунікація всіх зацікавлених сторін, залучених до розвитку культурного туризму;
- забезпечення активної участі зацікавлених сторін з державного та приватного секторів в управлінні та управлінні культурними пам'ятками;

- цілеспрямовані заходи щодо захисту об'єктів від зовнішніх негативних впливів та створення відповідного природного та/або соціального середовища, що покращує туристичний ефект об'єктів;
- вжиття адекватних і своєчасних заходів щодо зберігання, обслуговування та експонування об'єктів;
- залучення місцевих громадських організацій, муніципальних адміністрацій та бізнес-організацій до розробки та реалізації проектів культурного туризму, що фінансуються за рахунок коштів різних програм;
- створення можливостей культурного туризму для доповнення інших видів туризму та підтримки конкурентоспроможності масових видів туризму, а також бальнео- і курортного, ділового туризму, міського туризму та туризму вихідного дня та збільшення тривалості сезонів;
- заохочення роботодавців у сфері туризму інвестувати у формування нових професійних навичок, у підготовку та кваліфікацію кадрів у сфері культурного туризму та соціалізації культурної спадщини та суміжних культурних індустрій;
- встановлення зв'язків між окремими регіонами країни та територіями, порівнянними за масштабом в інших країнах регіону чи в Європі, у спільних культурно-туристичних проектах, відомих як культурні маршрути;
- проведення регулярних маркетингових опитувань туристів та їх специфічних туристичних інтересів та вподобань під час відвідування закладів культури та об'єктів культурно-історичної спадщини;
- розробка та розповсюдження інформаційно-рекламних матеріалів, проведення та участь у семінарах, круглих столах, конференціях, туристичних виставках та інших PR, рекламно-маркетингових кампаніях тощо. ініціативи, пов'язані з розвитком культурного туризму;
- створення партнерських мереж між установами щодо розвитку культурного туризму та пропозиції туристичних продуктів;
- пропонувати баланс між особливим досвідом, пов'язаним з емоційною прив'язаністю, комфортом і якістю послуг [74].

Обов'язки держави (публічного сектору):

- заохочувати участь усіх зацікавлених сторін (місцевих громад, громадянського суспільства, та приватного сектору) на всіх етапах розвитку культурного туризму від планування, реалізації, моніторингу, оцінки та розподілу вигод;

- надання можливостей для навчання та навчання дослідникам, учасникам процесів планування та розробки політики, перекладачам, природоохоронцям, туроператорам та місцевим громадам;

- виділення достатніх фінансових і людських ресурсів для захисту, збереження та інтерпретації культурної спадщини шляхом надання значної частки туристичних зборів і вхідних плат для місць і заходів;

- розробка чіткої стратегії розвитку культурного туризму в кожній території, визначеній як туристичний напрямок, за погодженням з відповідними зацікавленими сторонами;

- забезпечення необхідними ресурсами для моніторингу та оцінки результатів розвитку культурного туризму;

- надання необхідної технічної, фінансової, маркетингової інформаційної та рекламної підтримки для менш спроможних сегментів місцевих громад у напрямках культурного туризму з метою забезпечення їм умов для розвитку сталого туристичного бізнесу та загальної вигоди від туристичного потоку;

- допомога місцевим туристичним постачальникам і туроператорам, які розвивають в'їзний туризм, у виборі маркетингових каналів для своїх продуктів і послуг, щоб забезпечити справедливий розподіл вигод між місцевими постачальниками та іноземними туроператорами.

Обов'язки приватного сектору:

- сприяння партнерству з місцевими громадами в розвитку туризму та культури з метою максимізації вигоди для місцевої економіки в результаті культурного туризму;

- надання пріоритету місцевому населенню при наймі персоналу з гарантованою підготовкою, щоб місцеве населення могло бути частиною індустрії туризму;

- сприяння важливості місцевих культур, одночасно захищаючи їх характеристики, беручи до уваги здатність сприймати матеріальну та нематеріальну спадщину;

- надання пріоритету місцевим постачальникам товарів і послуг з метою створення робочих місць і підтримки стійкості традиційних мистецтв і ремесел;

Обов'язки місцевих громад:

- активна та організаційна роль у туристичному плануванні та моніторингу;

- збереження культурних цінностей і живих традицій через освітні програми та діяльність із збереження;

- використання інноваційних ініціатив, заснованих на принципі кооперативів, для рівномірного розподілу переваг культурного туризму;

- використання фестивалів та інших заходів для позиціонування потенціалу культурного туризму для місцевих громад;

- ефективна робота з приватним сектором для забезпечення відповідального розвитку місцевого населення та сектору.

Обов'язки інших зацікавлених сторін:

- академічні установи повинні включати дослідження та освітню діяльність, пов'язану з культурним туризмом;

- національні та міжнародні ЗМІ повинні популяризувати правдиву та повну картину культурного туризму.

Також вважаємо за необхідним зробити аналіз ресурсів культурно-пізнавального туризму.

Різноманітні музичні, фольклорні та культурні заходи, що проводяться в Болгарії протягом року це: Фестиваль троянд, Казанлик, ритуал Нестінар, село Булгарі, Міжнародний фестиваль маскараду Сурва, Перник, Фестиваль

винограду Мельник та ін. Музичні фестивалі, такі як Spirit of Burgas, Kavarna Rock Fest, Bansko Jazz Fest тощо, а також спортивні заходи [75].

Потрібні роки, щоб заснувати та популяризувати кожну подію, щоб вона стала символом, що приваблює велику кількість туристів.

Культурно-пізнавальний туризм змінюється у всьому світі. Події, фестивалі та різноманітні атракції є частиною культурного, фольклорного, релігійного та винного туризму. Окрім уявлень про історію, культуру, легенди та ремесла, вони також створюють спогади. Сучасні туристи подорожують все коротше, вибирають все вигідніші пропозиції, але за свої гроші вони шукають знань, автентичності та вражень.

Спортивні заходи, фестивалі та атракціони завжди приваблюють більше туристів і, відповідно, більше доходів.

Вони викликають інтерес у молоді. Фестивалі та події також потребують анімації та інтерактивності та елемента унікальності, який привертає відвідувачів до місця.

Мета – познайомити туристів з атмосферою того часу.

Іноземними ринками з найбільшим потенціалом розвитку культурно-пізнавального туризму є:

1. Японія, Південна Корея, Китай (Гонконг, Шанхай).
2. Австралія і Нова Зеландія.
3. Північна Америка.

Наступні ринки мають потенціал для розвитку музичних фестивалів:

1. Сербія, Румунія, Греція;
2. Західна Європа;
3. Скандинавські країни [66].

Відносна частка людей, які цікавляться спортом та відвідують спортивні заходи, є високою, що зумовлює значний економічний та соціальний вплив такого типу заходів на місце проведення заходів. Спорт став бізнес-індустрією, яка приваблює вболівальників, рекламодавців і ЗМІ.

Для розвитку цього виду туризму з точки зору економічної та соціальної вигоди рекомендуються спортивні заходи середнього масштабу. У Болгарії останні більші зали середнього розміру були побудовані 40-50 років тому. Найбільшим є Палац культури і спорту – Варна, на 5500 місць, у Софії – Зимовий палац спорту – 4000 місць, зал «Універсіада» – 3000 місць. У країні є 2500 залів, наприклад «Діана» – Ямбол, «Орловець» – Габрово, «Добротица» – Добрич, решта мають менше 2000 осіб. Новітній багатофункціональний спортивний зал Арена «Армієць», місткістю до 18 тис. осіб, сам по собі не передбачає прийняття спортивних подій на зразок чемпіонатів Європи та світу.

Міжнародний фестиваль маскарадних ігор «Сурва», Перник – У довгостроковій перспективі цей фестиваль може привернути все більше туристів, завдяки своїй традиції та різному вигляду. У зв'язку з цим тривалість фестивалю може бути збільшена, а також кількість колективів, які беруть участь. Кукерські ігри можуть бути запропоновані для включення до списку всесвітньої нематеріальної спадщини ЮНЕСКО.

Фестиваль «Виноград у Мельнику» – Тенденцією останніх років є збільшення кількості грецьких туристів, які приїжджають на це свято. Це передбачає розвиток цього ринку цілеспрямованою інформаційною та PR-кампанією.

Кількість відвідувачів культурно-пізнавального туризму за останні 10 років розглянемо на рис. 3.3

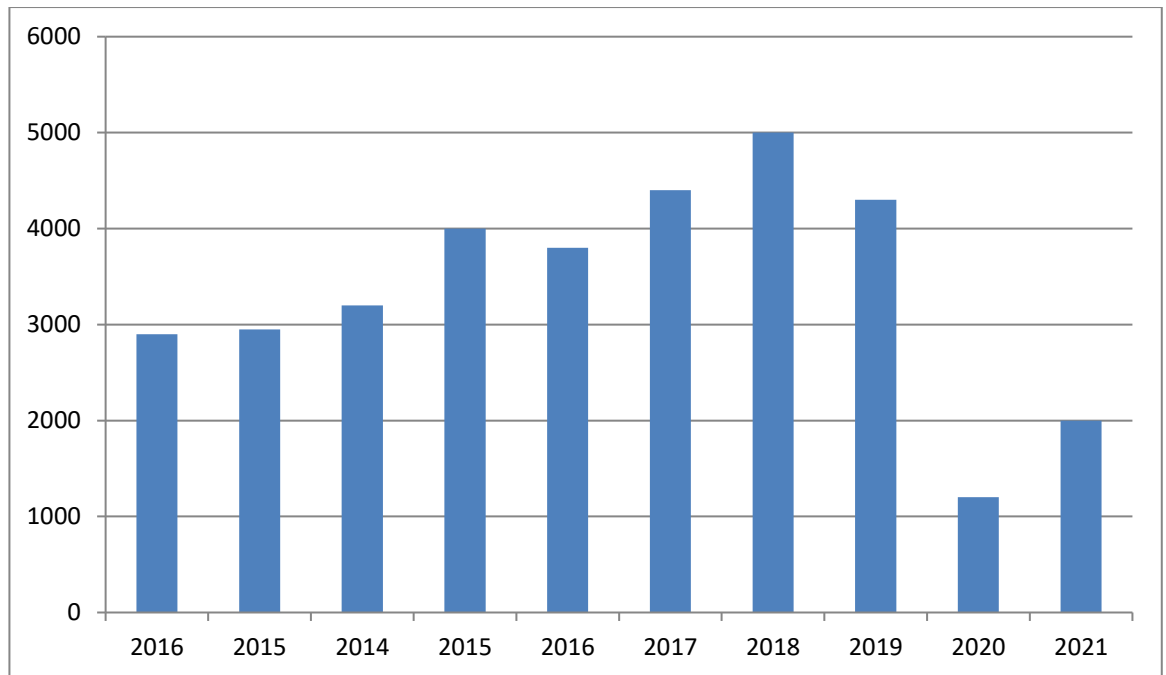


Рис. 3.3. Кількість відвідувачів культурно-пізнавального туризму за останні 10 років [66]

Разом із динамічною зміною туризму в глобальному масштабі змінюється і психологія споживачів, оскільки туристи шукають нових вражень, нестандартних напрямків, задоволення інтересів та емоцій (табл. 3.2).

Таблиця 3.2

Профіль туристів, які відвідують культурно-пізнавальний туризм

Тип	Вік
Випадкові відвідувачі	35-40
Епізодично	30-35
З приводу	Понад 45
Регулярно	20-25
Інколи	25-30

Розглянувши SWOT-аналіз культурно-пізнавального туризму Болгарії можемо визначити стратегічні завдання його розвитку:

- збільшення спеціалізованих продуктів, у тому числі відвідування заходів та фестивалів;

- підвищення інтересу болгарських та іноземних громадян;
- збільшення кількості перебування та ночівель, пов'язаних з відвідуванням заходів та фестивалів;
- збільшення доходів від цього виду туризму;
- збільшення кількості генеруючих ринків.

На основі SWOT-аналізу культурно-пізнавального туризму Болгарії, розглянемо заходи, спрямовані на вирішення проблем:

- розробка спільно з Міністерством культури плану та визначення потенціалу заходів та фестивалів та їх можливостей для майбутнього розвитку;

- сприяння ефективній міжрегіональній скоординованій співпраці для побудови мережі фестивалів у Болгарії;

- допомога регіональним і муніципальним органам влади в подачі заявок на фінансування міжнародних програм і проектів для розвитку регіональних фестивалів з високим потенціалом;

- визначення та запровадження статистичної бази для звітування про учасників та доходи від фестивалів;

- культурний та екологічний туризм може бути запропонований як супутній туристичний продукт. Для європейських ринків доцільно розробити та запропонувати повний продукт, який включає спа-процедури з вином, топтання винограду як розслаблюючу терапію та дегустацію вин на справжніх виноробнях.

Потенційними ринками для розвитку є азіатські, яким можна запропонувати унікальний пакет послуг, включаючи такий інтерактивний елемент, як збір і пресування винограду, для виробництва вина, яке вони отримують у готовому вигляді (за прикладом Франції).

На додаток до завершення вже розпочатих проектів, таких як колодром у місті Пловдив та реконструкція вже побудованих залів, можуть бути розглянуті спільні заявки домогосподарств із сусідніми країнами.

- Розробка Програми та плану розвитку спортивного туризму спільно з відповідальними установами в Республіці Болгарія;
- класифікація полів, споруд та спірних залів за європейськими та світовими стандартами та визначення їх потенціалу для проведення чемпіонатів Європи та світу та інших міжнародних змагань;
- стимулювання партнерства у будівництві та розвитку спортивних споруд;
- стимулювання та підтримка проведення турнірів та чемпіонатів національного та міжнародного характеру;
- активне використання можливостей PR, рекламних і маркетингових кампаній і позиціонування продукту бренду «Болгарія» під час масштабних міжнародних спортивних заходів;
- створення та впровадження спеціальної національної системи акредитації місць, об'єктів та компаній, що працюють у сфері культурно-пізнавального, яка включатиме критерії, мінімальні стандарти, символи, формальні механізми контролю та обробки скарг туристів. Система має працювати в поєднанні з існуючими аналогічними системами в країнах ЄС;
- розробка та впровадження орієнтованої на користувача системи бронювання, що об'єднує всю пропозицію сільського туризму в країні;
- ведення достовірної статистики та створення бази даних для розвитку галузі культурно-пізнавального туризму / в країні / зарубіжний досвід /;

Отже, можна зробити висновок, що індустрія туризму сама пропонує та впроваджує заходи, за допомогою яких вона може впоратися з кризою COVID-19 та її наслідками. Необхідно стимулювати нішеві туристичні продукти, за допомогою яких туристам не просто пропонують подорож або бажану відпустку, а додають індивідуальність, характерну для окремих географічних територій, до пропонованих туристичних пакетів. Аналіз показав, що Болгарія має значний потенціал для розвитку культурно-пізнавального туризму. На території країни знаходиться достатньо багато пам'яток культури і архітектури, музеїв, виставок, культурних центрів, пам'яток археології,

історії, монументального та садово-паркового мистецтва. Проте на сьогодні у Болгарії ще не використовують усі вищеперераховані ресурси настільки, наскільки це потрібно для належного розвитку туризму, що актуалізує подальші дослідження даного питання.

3.2. Перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії

Болгарія розроблятиме послідовну та цілеспрямовану туристичну політику, засновану на партнерстві між державним сектором, державними та муніципальними установами, приватним сектором і неурядовими організаціями, яка створює робочі місця, створює широкі можливості для розвитку підприємництва, довгострокових економічних і соціальних переваг, збільшує доходи від туризму, що призведе до підвищення ефективності та конкурентоспроможності болгарської економіки.

Основною метою розвитку туризму в період 2012-2040 років є підтвердження конкурентоспроможності та ефективності туристичного сектору в Болгарії шляхом оптимального використання наявних природних і антропогенних ресурсів відповідно до вимог ринку та очікувань споживачів для сталого розвитку туризму, через:

- покращення базових умов для розвитку індустрії туризму;
- підвищення потенціалу та конкурентоспроможності туризму;
- розбудову та підтримку загальної та спеціалізованої інфраструктури, необхідної для розвитку індустрії туризму;
- збереження та підвищення якості послуг, що пропонуються в індустрії туризму;
- диверсифікації туристичних продуктів та розвитку відповідального туризму;
- стимулювання регіонального розвитку, зменшення регіональних відмінностей і створення сильних регіональних брендів;

- створення Єдиної системи туристичної інформації, яка повідомлятиме в електронному вигляді в режимі реального часу рух ночівель туристів у країні [76].

Основна мета може бути досягнута шляхом реалізації наступних стратегічних завдань:

- підтвердження позитивного іміджу болгарського туризму та підвищення визнання Болгарії як привабливого цілорічного місця призначення з характерною національною ідентичністю, збереженими культурними традиціями та збереженою природою;

- підвищення конкурентоспроможності дестинації Болгарія на світовому ринку шляхом підвищення якості туристичного продукту, сильного бренду дестинації та спеціалізації та диверсифікації продукту;

- запровадження міжнародних стандартів та передового європейського досвіду та впровадження інноваційних продуктів, інформаційно-комунікаційних технологій відповідно до вимог туристичного попиту;

- просування внутрішнього ринку – структурна політика для підтримки розвитку та позиціонування продуктів, які відповідають тенденціям внутрішнього ринку;

- стимулювання ролі туризму як вирішального чинника розвитку ринку праці шляхом підвищення кваліфікації, продуктивності та адаптивності робочої сили.

Для реалізації стратегічних цілей сформульовано наступні пріоритети:

- позиціонування Болгарії як туристичної дестинації вищого класу на світовому туристичному ринку з точки зору якості пропонованого туристичного продукту та доданої вартості;

- збільшення частки спеціалізованих видів туризму, що зумовлює цілорічне та більш інтенсивне навантаження – бальнео (лікувальний), оздоровчий, культурний (в усіх його формах – історичний, археологічний, етнографічний та паломницький), екологічний та сільський. туризм,

пригодницький, конференц-туризм, полювання, гольф, винний та гурманський туризм тощо;

- стимулювання комплексного регіонального розвитку туризму шляхом формування відповідних організаційних структур, координації пропозиції та реалізації регіонально диференційованої державної туристичної політики;

- охорона та стале використання туристичних ресурсів, у тому числі природних, культурних та антропогенних;

- заохочення співпраці між установами на центральному та місцевому рівнях та представниками індустрії туризму та створення можливостей для розвитку партнерства;

- освіта та навчання в галузі туризму відповідно до потреб туристичного сектору та розвитку ринку праці.

Далі слід приділити увагу головним проблемам культурно-пізнавального болгарського туризму та шляхів їх вирішення (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

Основні проблеми культурно-пізнавального туризму Болгарії та шляхи їх вирішення (складено автором)

<i>Проблеми</i>	<i>Шляхи вирішення</i>
Відсутній ясний імідж Болгарії як туристичної дестинації	Створення ясного іміджу Болгарії як туристичної дестинації
Нескоординована рекламна діяльність через погане фінансування державною туристичною адміністрацією, недостатньо ефективні маркетингові кампанії для просування Болгарії як туристичної дестинації	Активні національні маркетинг та реклама туризму

Продовження табл.3.3

Нестійкий розвиток культурно-пізнавального туризму	Туристична діяльність, яка дозволяє зберегти на тривалий термін природні, культурні та соціальні ресурси та сприяє економічному розвитку
Виражена сезонність туризму	Диверсифікація туризму та обмеження впливу сезонного фактору
Недостатньо розвинена інфраструктура у внутрішній частині країни (аеропорти, дороги, громадський транспорт)	Створення спеціалізованої туристичної інфраструктури для розвитку нових та альтернативних туристичних продуктів
Недостатнє державне регулювання туристичного бізнесу	Ефективний державний контроль, підтримка туризму та зменшення обсягів сірої економіки у туризмі
Мінливість нормативних документів, що визначають правила туристичного бізнесу в країні	Удосконалення та створення постійної нормативно-правової бази туристичної діяльності
Неефективна система планування, набору, підбору, мотивації та професійного розвитку кадрів у туризмі	Запровадження обов'язкових програм підвищення кваліфікації менеджерів у туризмі
Низький ступінь готовності до зустрічі та обслуговування туристів	Професійне навчання персоналу з акцентом на практику

Стратегія розвитку туризму Болгарії містить у собі довгострокові покрокові плани щодо залучення інвестицій, розвитку внутрішньодержавного туризму, підготовки професійних кадрів та персоналу, який буде задіяний у туристичній галузі. Всі ці заходи значно покращать імідж болгарського туризму. Відповідно до стратегії Болгарія вийде на провідну позицію у топ-5 найбільших туристичних держав у Центрі та на Сході Європи. Завдяки цьому Болгарія впевнено може стати територією цілорічного туризму, що відрізняється яскраво вираженою етнічною ідентичністю, пам'ятками культури, архітектури та природними пам'ятками. Розвиток в'їзного туризму та збільшення потоку туристів до Болгарії безпосередньо залежить від зусиль

щодо використання традиційних ресурсів та формування нових турпродуктів на основі реалізації Концепції стійкого та альтернативного туризму.

Проблеми, з якими стикається туристичний бізнес у Болгарії, численні. Необхідно переоцінити як операційні моделі, так і довгострокову бізнес-модель. Початкові кроки спрямовані на широке використання онлайн-платежів, впровадження найкращих практик прибирання та гігієни, але це потрібно поєднати з прогнозуванням майбутніх тенденцій подорожей, уподобань туристів, а також моделей ціноутворення для підтримки прибутковості. Економічна невизначеність ускладнює планування.

Культурно-пізнавальний туризм і надалі займатиме значну частку в галузі, але основні виклики, які стоять перед ним, можна окреслити в таких напрямках: інфраструктура, яка є застарілою, перевантаженою та не в змозі поєднати умови, які пропонують наші чорноморські курорти, з пішим туризмом, гольфом, велосипедний та кінний туризм, еко-, винний та гурман-туризм, фото-сафарі, відвідування природних, культурних та археологічних пам'яток – надмірне адміністрування та зарегулювання у секторі, що є передумовою для розвитку корупційних практик у галузі.

Культурно-пізнавальний туризм виявився найкращим способом як зберегти, так і дізнатися про традиції, спосіб життя та культуру Болгарії. Збережені фольклорні традиції та звичаї, традиційні ремесла та техніки, існуючі поселення-архітектурні заповідники разом із збереженою природою є основою величезного потенціалу, який він має.

Сьогодні культурно-пізнавальний туризм є еманациєю розуміння нової якості життя, яка передбачає різноманітні виклики, з якими воно стикається. Фактом є те, що принципи культурного туризму зуміли нав'язатися і бути присутніми як постійна альтернатива в сучасній туристичній практиці.

Міжнародні аеропорти на території Болгарії роблять її доступною країною до двох годин їзди від основних міжнародних аеропортів. Окреслені виклики також дозволяють зробити деякі рекомендації:

– правильна оцінка профілю людей, які першими почнуть подорожувати. Очікується, що вони будуть молодими, місцевими, готовими піти на певний ризик. Напрямки та підприємства повинні підготуватися до цього сегменту як з відповідними послугами, так і з комунікацією через правильні канали;

– автентичні природні пам'ятки та цікаві місця, які пропонують можливості для індивідуальних або невеликих групових подорожей, можуть бути основою пропозицій туроператорів і агентів;

– необхідно побудувати довіру онлайн споживачів до туристичного бізнесу через просування, широкий доступ до інформації, інноваційні форми її подання, прозорість і гнучкість щодо можливостей скасування бронювання, створення відчуття унікальності та особливого духу пропонованого місця відпочинку;

– більш інтенсивне партнерство з місцевими громадами, особливо в регіонах, які економічно сильно залежать від туризму. Місцеві громади можуть стати серйозним партнером для впровадження нових напрямків зі своїм специфічним духом, пам'ятками та традиціями, щоб запропонувати повноцінний відпочинок та цікаві враження;

Рекомендації державним інституціям щодо процесу цифрової трансформації в туризмі полягають у кількох основних напрямках:

– стимулювання брати участь у трансформації шляхом зменшення бар'єрів та збільшення можливостей для цього, щоб досягти нових способів роботи, нових підходів до управління процесами та створення нової цифрової інституційної культури;

– активне керівництво процесом цифрової трансформації, встановлюючи основу для підтримки нових бізнес-моделей, ланцюжків створення вартості та екосистем. Підтримку інновацій та розбудову потенціалу можна здійснити шляхом створення технологічних інкубаторів, акселераторів, наставників та мереж. Модернізувати нормативні акти для підтримки інновацій і конкурентного середовища;

– заохочення переходу та інвестицій у цифрові технології. Покращення доступу до людських ресурсів, навичок та інформації, щоб реалізувати можливості та переваги нових технологій, а також нарощування спроможності брати участь у нових цифрових екосистемах. Застосування цільових підходів до регулювання, інвестицій та стимулів для задоволення потреб цифрового бізнесу. Підтримка початкових інвестицій важлива для початку процесу трансформації;

– інноваційні бізнес-моделі та екосистеми за допомогою аналітики баз даних, хмарних технологій, блокчейну, штучного інтелекту тощо;

– збільшення широкосмугового покриття та цифрової інфраструктури для підприємств і користувачів. Заохочення державно-приватного партнерства та співпраці з науковими та дослідницькими установами для обміну знаннями, інновацій та управління процесами;

Можна навести низку прикладів досягнення диверсифікації культурного туризму в поєднанні зі збільшенням його інклюзивної ролі:

– тематичний туризм – може використовуватися для просування місцевої традиційної кухні, винних льохів, а також природної, культурної та промислової спадщини;

– громадський і місцевий туризм, який відіграє важливу роль у популяризації та підтримці традиційного мистецтва, ремесел і культури, а також звичаїв, і це зазвичай викликає значний інтерес відвідувачів;

– фестивальний туризм – заходи можуть бути кулінарними, спортивними, музичними. Він використовується для підвищення привабливості та конкурентоспроможності напрямків і може зменшити сезонність;

– туристичні кластери та інкубатори – сприяють співпраці між туристичними підприємствами та науковими, дослідницькими установами та інституціями з передачі знань, допомагаючи нарощувати потенціал для надання професійних консультаційних послуг;

– прокладка туристичних маршрутів – пішохідних, велосипедних, паломницьких. Саме відносно недорогий туризм може допомогти розвивати напрямки шляхом більш ефективного використання існуючої інфраструктури;

Отже, щоб збільшити рівень значущості культурного туризму та міжнародний образ Болгарії, пропонується кілька стратегічних напрямів:

– розширення присутності болгарської культури та її просування за кордоном як фактор розвитку культурного туризму. Емоційний зв'язок та туристичний досвід у культурному середовищі створюють інтерес та «лояльність» до національного культурного продукту, представленого за кордоном;

– визначення ключової ролі культурного туризму у створенні причетності з досягненнями сучасної культури та мистецтва. Інтерес до культурних продуктів та процесів рефлексивний, керуючись ставленням туристів до культури;

– створення цифрових інформаційних та освітніх платформ для спілкування між установами культури з метою створення контенту, який використовуватиметься для просування можливостей культурного туризму. Інтернет та соціальні мережі надають ефективні та фінансово вигідні можливості для просування болгарської культури як туристичного продукту;

– модернізація матеріальної бази в культурних об'єктах, установах та організаціях як необхідна передумова для залучення туристів;

– сприяння розширенню кількості культурних об'єктів, включених до списку ЮНЕСКО;

– стимулювання розвитку «подійної економіки». Великі можливості культивування яскравого позитивного іміджу у світі забезпечують організацію чи залучення значних подій. Вони є основою масової туристської пропозиції, які, організовані з відповідною драматизацією, стають увінчаними сильним відгуком ЗМІ.

Стійке прагнення Болгарії до накопичення «м'якої сили» через культурну спадщину має зосереджуватися на приверненні уваги міжнародних

інституцій. Вірний шлях до успіху очікуваний геополітичний ефект від проведення значного культурного заходу є залучення інституційної участі впливових міжнародних організацій: ООН, ЮНЕСКО, ЮНІСЕФ, ЮНВТО, ЄС, Грінпіс та інших.

Для сильного геокультурного іміджу Болгарії надзвичайно важливо сконцентрувати зусилля на користь проведення культурних подій із унікальним тематичним наративом. До цього належать події, покликані підкреслити внесок Болгарії у розвиток слов'яно-православної цивілізації («Колиска слов'янської освіти»), своєрідність національної етнографії («Країна троянд»), культурне взаємопроникнення на болгарській землі («Балканський стовп цивілізації») тощо. Разом вони допоможуть розкрити характерний культурний потенціал Болгарії як сильний образ країни з унікальною та неповторною культурою. Втілений у міжнародних уявленнях про Болгарію, культурний сегмент сприятиме її ширшій, яскравішій та сильнішій міжнародній присутності.

ВИСНОВКИ

Провівши дослідження на тему «Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії», ми можемо зробити наступні висновки:

1. Культурно-пізнавальний туризм – це тимчасовий виїзд громадян з постійного місця проживання в цілях знайомства з культурою та пізнанням цінностей інших країни. Вітчизняні ж підходи визначають культурно-пізнавальний туризм, як активізацію прагнення людини до вивчення навколишнього світу та інтеграцію в культурне середовище з власної ініціативи. Тим не менш, у більшості проаналізованих визначень ключова роль відводиться вивченню саме культурних історичних пам'яток та пам'яток, проте природні особливості місцевості та відповідні їм явища, в більшості випадків, не включаються до цього виду туризму.

2. Культурно-пізнавальний туризм справді може стати ресурсом регіонального розвитку, оскільки має ряд дуже важливих характеристик, що впливають на мотивацію людей до подорожі. Також, варто зазначити, що практично в кожному регіоні є історико-культурний потенціал і, якщо його вивчати, удосконалювати та популяризувати, то рейтинг даного регіону в туристському плані, звичайно ж, зросте. Регіон, зацікавлений у залученні туристів, має розробляти відповідний план розвитку екскурсійних програм і спеціальні заходів, що будуть зрощувати інтерес до культури регіону, а також розповсюджувати інформацію про культурний потенціал у розрахунку на залучення потенційних туристів.

3. При виконанні роботи використовувались наступні методи дослідження: теоретичний аналіз та синтез інформації з вітчизняної літератури, методи порівняльного аналізу та узагальнення даних, системного аналізу, структурно-функціональний метод, методи індукції та дедукції, історичний, логічний метод, SWOT-аналіз, порівняння, статистичний та системний аналіз, аналогія, класифікація, проектування та прогнозування.

4. Болгарія має вигідне географічне положення та вражає різноманітністю ландшафтів, а саме – Дунай на півночі; протяжні гірські ланцюги та різноманітні ліси (сосна, дуб, бук) – у центральній частині; великі родючі рівнини, у яких розвинене інтенсивне землеробство – на півдні; Чорне море і довга пляжна лінія – на сході. Важливим фактором розвитку культурно-пізнавального туризму в країні є її історія формування та становлення, що знайшло своє відображення в історико-культурній спадщині. Туризм у Болгарії є однією з основних галузей економіки. У Болгарії добре розвинені безліч видів туризму – пляжно-купальний, спортивний, культурно-пізнавальний, подієвий та інші.

5. В країні з тисячолітньою історією та спадщиною, що залишилися від давніх цивілізацій є що запропонувати своїм гостям, які цікавляться історією, культурою, етнографією, релігією, архітектурою та мистецтвом. Уся територія Болгарії пронизана унікальними археологічними відкриттями – стародавніми городищами епохи неоліту, фракійськими святилищами та гробницями, руїнами римських міст, візантійськими та середньовічними фортецями, архітектурними заповідниками, етнографічними комплексами, церквами та монастирями. Хоча Болгарія займає лише 2% території Європи, в країні зареєстровано близько 40 тисяч історичних пам'яток, 36 культурних заповідників, 160 монастирів, близько 330 музеїв та галерей. Сюди входять доісторичні знахідки, фракійські гробниці, об'єкти грецької доби, римські фортеці, а також архітектурні пам'ятки болгарського Відродження.

6. Надано характеристику сучасного стану культурно-пізнавального туризму в країні. Туризм в Болгарії – галузь, яка займає лідируючі позиції в національній економіці, забезпечуючи майже 14% ВВП. З метою ефективного розвитку туристичної галузі країни Міністерство туризму Болгарської Республіки затвердило Концепцію туристичного районування. Відповідно до прийнятої Концепції визначено дев'ять туристичних зон: Дунай, Стара Планина, Долина Троянд, Фракія, Родопи, Рила-Пірін, Софія, Варна і Бургас, Чорномор'я, в яких існують умови для формування специфічного поєднання.

Формування турпродукту обумовлено соціальним поєднанням економічних, культурних і природних умов туризму. При цьому територія може бути як об'єктом власного маркетингу і реклами, так і об'єктом цільового управління конкретними туристичними організаціями і підконтрольними державі муніципалітетами. Так, у Болгарії акцент робиться на синергії національного та регіонального рівнів з метою підвищення ефективності маркетингу та найкращого позиціонування на міжнародному ринку туристичних послуг як для країни в цілому, так і для всіх її регіонів. Основні вигоди від створення туристичних зон і керуючих організацій відображаються в інтеграції всіх туристичних ресурсів і максимально можливих діях по створенню національного, різноманітного і конкурентоспроможного туристичного продукту шляхом їх взаємодії; а також у регіоналізації національного маркетингу туризму в Болгарії для підвищення ефективності туристичного потенціалу країни в цілому та окремих туристичних регіонів зі специфічними можливостями для різних видів туризму.

7. Розглянуто ключові проблеми розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії. Індустрія туризму сама пропонує та впроваджує заходи, за допомогою яких вона може впоратися з кризою COVID-19 та її наслідками. Необхідно стимулювати нішеві туристичні продукти, за допомогою яких туристам не просто пропонують подорож або бажану відпустку, а додають індивідуальність, характерну для окремих географічних територій, до пропонованих туристичних пакетів.

Визначено перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії. Щоб збільшити рівень значущості культурного туризму на міжнародний образ Болгарії, пропонується кілька стратегічних напрямів:

– популяризація культури Болгарії на міжнародному ринку задля розвитку культурного туризму. Емоційний зв'язок та туристичний досвід формують базис, який складається з інтересу та «лояльності» до національного культурного продукту;

- створення цифрових інформаційних та освітніх платформ для спілкування між установами культури з метою створення контенту, який використовуватиметься для просування можливостей культурного туризму;

- необхідний крок для подальшого збільшення потоків туристів – модернізація та реновація матеріальної бази культурних об'єктів, установ та організацій;

- розширення списку об'єктів, включених до ЮНЕСКО;

- формування позитивного іміджу країни на міжнародному ринку послуг, включаючи організацію чи залучення значних подій, адже вони є основою масової туристської пропозиції, які, організовані з відповідною драматизацією, стають увінчаними сильним відгуком ЗМІ.

Отже, для сильного геокультурного іміджу Болгарії важливим є етап зосередження уваги та зусиль на користь проведення культурних подій із унікальною тематикою. До списку можуть увійти події, які будуть особливо підкреслювати та підносити внесок Болгарії у розвиток слов'яно-православної цивілізації («Колиска слов'янської освіти»), своєрідність національної етнографії («Країна троянд»), культурне взаємопроникнення на болгарській землі («Балканський стовп цивілізації») тощо. Усі вищеперераховані пункти сприятимуть розкриттю культурному потенціалу Болгарії і формування її образу як країни з унікальною та неповторною культурою. Впровадження Болгарії на міжнародний ринок з такими уявленнями буде сприяти її ширшій та яскравішій присутності за кордоном.

РЕЗЮМЕ/ RESUME

Тема роботи: «Сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії».

Мета дослідження: проаналізувати сучасний стан культурно-пізнавального туризму в Болгарії, визначити проблеми та перспективи розвитку.

Згідно поставленої мети сформульовано наступні завдання:

1. Розглянути сутність культурно-пізнавального туризму;
2. Розкрити ресурсний потенціал культурно-пізнавального туризму;
3. Визначити методологічні підходи та методи дослідження;
4. Охарактеризувати географічне положення та історію Болгарії як фактори розвитку туризму у країні;
6. Надати характеристику історико-культурним туристичним ресурсам Болгарії;
7. Виявити ключові проблеми та визначити перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.

Об'єкт дослідження: культурно-пізнавальний туризм в Болгарії.

Предмет дослідження: сучасний стан та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.

При виконанні кваліфікаційної роботи були використані наступні методи дослідження: теоретичний аналіз та синтез; методи порівняльного аналізу та узагальнення даних, системного аналізу, структурно-функціональний метод, методи індукції та дедукції; SWOT-аналіз, класифікація, проектування та прогнозування.

У роботі розглянуто теоретично-методологічні основи дослідження культурно-пізнавального туризму. Проаналізовано історико-культурні туристичні ресурси. Визначено проблеми та перспективи розвитку культурно-пізнавального туризму в Болгарії.

Ключові слова: міжнародний туризм, культурно-пізнавальний, культурно-історичний, Болгарія.

RESUME

The topic of the work: "The current state and prospects of the development of cultural and educational tourism in Bulgaria."

The purpose of the study: to analyze the current state of cultural and educational tourism in Bulgaria, to identify problems and prospects for development.

According to the set goal, we have the following tasks:

1. Consider the essence of cultural and educational tourism;
2. To reveal the resource potential of cultural and educational tourism;
3. Determine methodological approaches and research methods;

4. To describe the geographical position and history of Bulgaria as factors of the development of tourism in the country;
5. To provide a description of historical and cultural tourist resources;
6. To characterize the current state of cultural and educational tourism in Bulgaria;
7. Identify key problems and determine the development of cultural and educational tourism in Bulgaria.

Object of work: cultural and educational tourism in Bulgaria.

The subject of the work: the current state and prospects for the development of cultural and educational tourism in Bulgaria.

The following research methods were used when completing the master's thesis: theoretical analysis and synthesis; methods of comparative analysis and generalization of data, system analysis, structural-functional method, methods of induction and deduction; SWOT-analysis, analogy, classification, design and forecasting.

In the qualification work, the theoretical and methodological foundations of the study of cultural and educational tourism were investigated. The historical and cultural tourist resources are analyzed. The problems and prospects of the development of cultural and educational tourism in Bulgaria are defined.

Keywords: international tourism, cultural and cognitive, cultural and historical, Bulgaria.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кузишин А.В. Міжнародний туристичний бізнес: Навчальне видання. Тернопіль: ТНПУ імені В. Гнатюка, 2019. 146 с.
2. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: підруч. Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. К.: Знання, 2008. 661 с.
3. Мельник А.В., Чир Н.В. Туристична індустрія України: міжнародна конкурентоспроможність та національні пріоритети. Концептуальні проблеми розвитку сучасної гуманітарної та прикладної науки: матеріали IV Всеукраїнського науково-практичного симпозиуму (м. Івано-Франківськ, 15 травня 2020 року). Івано-Франківськ: Редакційно-видавничий відділ Університету Короля Данила, 2020. С. 122-128.
4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Вид. 3, переробл. та допов. К.: Альтерпрес, 2015. 436 с.
5. Офіційний сайт ЮНВТ. URL: www2.unwto.org (дата звернення: 05 вересня 2022).
6. WTO – Tourism 2020 Vision revisited... a road map for tourism Towards 2030 URL: https://www.modul.ac.at/uploads/files/research/tourmis/2008/International_Seminar_Kester_UNWTO_2030_.pdf (дата звернення: 05 вересня 2022).
7. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів. *Глобальні та національні проблеми економіки*. Вип. 7. 2015. С. 86-89.
8. Вербицька П. Сутність поняття "культурний туризм" у сучасному науковому дискурсі *Hist. and Cultural Studies*. 2020. 7, № 1. С. 12-16.
9. Посохов І. С. "Історичні реконструкції" як форма культурно-пізнавального туризму: теоретичні аспекти. *Географія та туризм*. 2014. Вип. 28. С. 103-112.

10. Уліганець С. І. Розвиток культурно–пізнавального туризму в Україні: м. Кам’янець-Подільський / С. І. Уліганець, О. В. Аріон, Д. Болъ *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія*. 2018. Вип. 3. С. 77-81
11. Алфьорова Л.С. Культурно–пізнавальний туризм: підходи до визначення поняття. *Науково-практичний електронний журнал «Алея Науки»*, 2018. С.56-61
12. Радіонова О. М. Аналіз розвитку культурно–пізнавального туризму в / О. М. Радіонова, А. Ю. Добрянська. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 47(1). С. 73-78.
13. Nezdoyminov S. Regional Trends of the Tourist Flow in Ukraine / S. Nezdoyminov, O. Shykina *International Journal of Innovative Studies in Sociology and Humanities*. 2016. Vol.1,1. P. 12-18.
14. Lickorish, L. An introduction to tourism/ L. Lickorish, C. Jenkins. Butterworth Heinemann, 2007. 244 p.
15. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції *Культура України. Серія : Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 90-102.
16. Вишневіська Г. Г. Потенціал культурно–пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2013. Вип. 19(2). С. 192-196.
17. Антоненко В.С. Культурна спадщина як історико-культурний та науково–пізнавальний ресурс туризму: проблемні питання В.С. Антоненко, І.П. Крупа *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 37-44.
18. Божко Л.Д. Культурний туризм як важливий чинник соціально-культурного розвитку регіонів України. *Культура України*. 2015. Вип.32. С. 3-10
19. Історико-культурний туризм: український та світовий досвід: зб. матеріалів Міжнар. наук. конф., Київ, 5 квіт. 2019 р. /редкол.: О. П. Реєнт та ін. ; упоряд. Н. В. Терес, О. П. Гончаров ; Іст. Ф-т Київ. нац. ун-ту ім.

- Тараса Шевченка, Каф. етнології та краєзнавства, Нац. спілка краєзнавців України, Київ. міська орг. Київ : Фоліант, 2019. 330 с.
- 20.Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування Київ: Альтерпрес, 2011. 234 с.
- 21.Дзюбинська О. В. Ресурсний потенціал регіону та його характеристика *Економічний простір*. 2020. № 155. С. 36-39
- 22.Кучерява Г. О. Сучасні тенденції та пріоритетні напрями розвитку світового ринку туристичних послуг. Trends in the development of international tourism in the current context of globalization. Editors: Jadwiga Ratajczak, Victoriia Tsytko. Collective Scientific Monograph. Opole: The Academy of Management and Administration in Opole, 2020. С. 30 – 37.
- 23.Кучерява Г. О. Сучасні тенденції розвитку міжнародного туризму. "Ad orbem per linguas. До світу через мови". Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Світ як інтер-текст», 17–18 червня 2020 року. Київ: Видавничий центр КНЛУ, 2020. С. 509 – 510. Федотов І. А. Туристично-ресурсний потенціал як основа успішного іміджу регіону. *Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації*. 2019. № 2. С. 99-103.
- 24.Белоусова Н. В. Природно-ресурсний потенціал України як складова розвитку інклюзивного туризму. *Молодий вчений*. 2018. № 7(1). С. 178-182.
- 25.Кузьома В. В. Ресурсний потенціал сталого розвитку сільських територій В. В. Кузьома, С. І. Павлюк, К. С. Затхей // *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. : Економічні науки*. 2018. Вип. 31. С. 41-45.
- 26.Козловський Є. Ресурсний потенціал та специфіка організації дитячого туризму в Україні *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм*. 2018. Вип. 2. С. 100-110.

27. Веклин О. Р. Категорія "природно-ресурсний потенціал" у суспільній географії. Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія : Географія. 2016. № 1. С. 9-19.
28. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія Київ : Центр навчальної літератури, 2017. 312 с.
29. Шапошников К. С. Обґрунтування соціально-економічної сутності поняття "ресурсний потенціал" *Економічні інновації*. 2013. Вип. 52. С. 206-210.
30. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник / І. В. Смаль ; Ніжинський держ. Ун-т ім. М. Гоголя. Ніжин, 2010. 336с.
31. Крупа І. Простір культури як ресурс туристичної дестинації. І. Крупа, Г. Вишневська *Укр. культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. Напрям: Культурологія* : наук. зб. 2021. Вип. 39. С. 94-98.
32. Дичковський С. І. Культурний туризм індустріальної епохи: глобальні та локальні перспективи *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 2. С. 17-26
33. Закон України Про охорону культурної спадщини (Документ 1805-III, чинний, поточна редакція – Редакція від 31.05.2022) URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1805-14#Text>
34. Кифяк О. Туристичні дестинації та їх вплив на функціонування ринку туризму і рекреації в прикордонних регіонах. *Наук. вісн./Одес. нац. екон. Ун-т*. 2018. № 8. С. 68-84.
35. Гончаров О. Міжнародна наукова конференція "Історико-культурний туризм: український та світовий досвід". О. Гончаров, Н. Терес . *Краєзнавство*. 2019. № 2. С. 176-180.
36. Мавріна Г. О. Культурний туризм як модель культуротворчої діяльності. *Гілея: науковий вісник*. 2013. № 76. С. 145-148.

37. Гарбар Г. А. Культурний туризм в контексті масової культури *Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії*. 2014. Вип. 56. С. 140-148.
38. Дударчук К. Д. Історико-культурний потенціал стародавніх містечок як чинник розвитку туризму у Тернопільській області. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 19. С. 137-143.
39. Орлова О. В. Культурний туризм у формуванні національної / О. В. Орлова, І. Ю. Бондарчук-Чугіна *Гілея: науковий вісник*. 2018. Вип. 130. С. 117-122.
40. Парфіненко А. Культурний туризм як чинник соціально-економічного розвитку територій *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2013. Вип. 43(1). С. 233-242.
41. Основи наукових досліджень: навч. посіб. А. К. Бабіченко та ін.; за ред. А. К. Бабіченка ; Нац. техн. Ун-т "Харків. політехн. Ін-т", Харків : Друкарня Мадрид, 2021. 133 с.
42. Супрун Л. В. Методика та організація наукових досліджень : Л. В. Супрун, В. М. Супрун. Вінниця : Едельвейс і К, 2018. 138с.
43. Макаренко Н. О. Основи наукових досліджень і методика та організація їх проведення: посіб. / Н. О. Макаренко, О. Г. Гринь, С. Г. Пліс ; Донбас. держ. машинобуд. акад. (ДДМА). Краматорськ : ДДМА, 2019. 175 с.
44. Киричок, П. О. Спеціальні методи наукових досліджень: підруч. / П. О. Киричок, С. В. Струтинський, В. Г. Олійник ; Нац. техн. Ун-т України "Київ. політехн. Ін-т". Київ : АртЕк, 2016. 592 с.
45. Важинський С. Е. Методика та організація наукових досліджень: навч. посіб. / С. Е. Важинський, Т. І. Щербак ; Суми : Вид-во СумДПУ ім. А. С. Макаренка, 2016. 257 с.
46. Організація та методика проведення наукових досліджень: навч.- метод. посіб. / С. П. Миронова та ін. ; за заг. ред. С. П. Миронової; Кам'янець-Подільський : Київ. ПНУ ім. Івана Огієнка, 2016. 135с.

47. Основи й методи наукових досліджень у фізичній географії: навч. посіб./ Д. І. Ковалишин та ін. ; наук. ред. Сивий М. Я.. Тернопіль : Астон, 2014. 259 с.
48. Глибовець В. Л. Рекреаційно-туристичні ресурси столиць Європи: монографія / Глибовець Вікторія Леонідівна. Київ : Принт Сервіс, 2014. 171 с.
49. Шпик Ігор. Болгарія і Південно-Західна Русь: релігійно-культурні відносини останньої чверті XIV – першої половини XVI ст. : навч. посіб. зі спецкурсу Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка, Іст. Ф-т, Ін-т славістики. Львів : Паіс, 2014. 235 с.
50. Бурдяк В. І. Республіка Болгарія на зламі епох: політична трансформація суспільства / В. І. Бурдяк ; Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича. Чернівці : Рута, 2018. 520 с.\
51. Україна і Болгарія в історії Європи: зб. наук. пр. / редкол.: В. Смолій та ін. ; упоряд.: І. Манасієва, І. Матяш] ; НАН України, Ін-т історії України та ін.. Київ : Ін-т історії України НАН Укаїни, 2019. 559 с.
52. Туризм: міжнародний досвід та національні пріоритети : матеріали III Міжнар. наук.- практ. Інтернет-конф., м. Житомир, 26 трав. 2021 р. / редкол.: О. А. Опалов (голова) та ін.; Житомир. облдержадмін., Упр. культури та туризму [та ін.]. Житомир : Поліський нац. ун-т, 2021. 90 с.
53. Макогін З. Я. Міжнародний туризм: навч. посіб. Макогін З. Я. ; Центр спілка спожив. Т-в України, Львів. торг.- екон. Ун-т. Львів : Вид-во Львів. торг.- екон. Ун-ту, 2018. 395 с.
54. Юрченко С.О. Міжнародний туризм: навч. посіб. для студентів спец. "Туризмознавство", "Міжнародні економічні відносини" / С. О. Юрченко, О. Є. Юрченко ; Харків. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2016. 327 с
55. Стратегия за развитие на българската култура 2019-2029. София: Министерство на културата, 2019.: URL: http://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf .

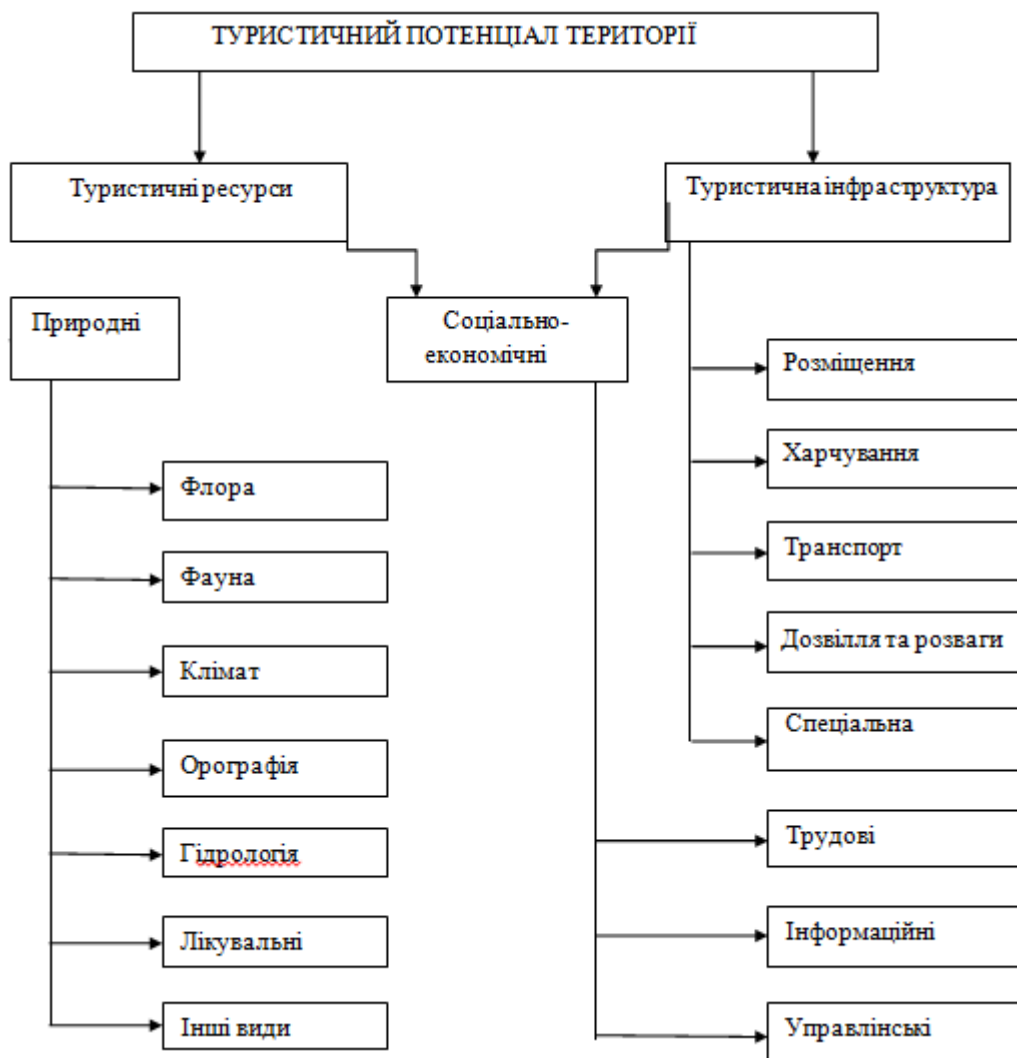
- 56.Кристев В. К. Культурний туризм як інструмент для створення позитивного образу Болгарії в міжнародному співтоваристві // *Софієвський регіоналогічний журнал*. 2021. Т 17. № 4. С. 84-96.
- 57.Министерство туризма Республики Болгарии. Офіційний сайт. URL: <https://bulgariatravel.org/ru/виды-туризма/культурный-туризм/>
- 58.Културен туризъм. Продуктов анализ. София: Експлика — Глобал метрикс ДЗЗД, 2019, 259 с.: URL: https://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/2019_gg/produktov_analiz_-_kulturen_turizam.pdf .
- 59.Фестивали и празници в България.: URL: <https://fest-bg.com/>
- 60.Полывянный Д. И. Культурное своеобразие средневековой Болгарии в контексте византийско-славянской общности IX-XV веков. Иваново: Ивановский государственный университет, 2020. 290 с.
- 61.Пътеводител за виднен туризъм и дегустации. [Електронний ресурс]: URL: <https://winetours.bg/> .
- 62.Кулік В. В. Культурний туризм та його екзистенційна сутність *Географія та туризм*. 2020. Вип. 4. С. 86-92.
- 63.Козловський Є. В. Національна культурна спадщина регіону як чинник розвитку культурно-пізнавального туризму / Є. В. Козловський, І. П. Крупа. *Географія та туризм*. 2021. Вип. 14. С. 63-68.
- 64.Ringer, G. Cultural landscapes of tourism/ G. Ringer. Routledge, 2017. 180 p
- 65.Cultural tourism and destination impacts / edited by Jasmina Gržinić, Ksenija Vodeb. – Pula : Juraj Dobrila University of Pula, 2015. 321 p.
- 66.Міністерство туризму в Болгарії URL: <https://www.tourism.government.bg/taxonomy/term/211>
- 67.Інформація для подорожуючих (Держдеп) URL: travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1074.html

68. Концепція туристичного районування Болгарії. URL :
<http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/uploads/raionirane/konceptia.pdf>
69. Мілінчук О.В. Горшкова Л.О. Зарубіжний досвід туристичного районування: приклад Болгарії. *Світове господарство і міжнародні економічні відносини*. Випуск 52-1. 2020. С 41-48
70. Национальный статистический институт Болгарии
URL: <https://ru.nencom.com/blog/national-statistical-institute>
71. Іванько О.О. Сучасні тенденції розвитку туристичної галузі країн Причорномор'я. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія «Державне управління»*. 2018. № 4. Т. 29(68). С. 7-11.
72. C Travel & Tourism Competitiveness Index // World Economic Forum URL:
<http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report>
73. Статистический справочник 2020
URL: <https://nencom.com/f/articles/organizations/nsi/bulgaria->
74. Статистически данни за международен туризъм в България за 2022 г.
URL: <https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni>
75. Анализ на зимен сезон 2018/2019 г. URL:
<https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/prouchvaniya-i-anali>
76. Дългосрочно развитие на туризма – анализ и предложения, които да спомогнат за изработване на стратегия за развитие на туризма до 2040 г. Конкретни приоритети и мерки, които могат да залегнат в дългосрочна стратегия за развитие на туризма URL:
<https://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/dulgosrochno-razvitie-na-turizma-analiz-i-predlozheniya-koito-da>

ДОДАТКИ

Додаток А

Туристичний потенціал території[21]



Типи об'єктів культурної спадщини [33]



Види туризму за особливістю туристичних районів Болгарії [70].

Найменування туристичних районів (центральне місто)	Основна (базова) спеціалізація	Розширена спеціалізація
1. Дунав (м. Русе)	Культурний і круїзний туризм	1. Культурно-історичний 2. Річковий 3. Пригодницький та екотуризм 4. Міський розважальний, шопінг-туризм 5. Гастротуризм 6. Релігійний та паломницький туризм
2. Стара Планина (м. Велико Тирново)	Гірський і екотуризм	1. Гірський пішохідний туризм 2. Культурно-історичний, фестивальний, творчий 3. Пригодницький та екотуризм 4. Сільський туризм 5. Релігійний та паломницький туризм 6. Гірський лижний туризм
3. Долина Троянд (м. Казанлик)	Оздоровчий і культурний туризм	1. Бальнео, спа- та велнес-туризм 2. Культурно-історичний та фестивальний туризм 3. Пригодницький та екотуризм 4. Гірський пішохідний та рекреаційний туризм 5. Винний туризм
4. Тракія (м. Пловдив)	Культурний і винний туризм	1. Культурний туризм 2. Винний туризм 3. Діловий (MICE) туризм 4. Міський розважальний, шопінг-туризм 5. Оздоровчий туризм 6. Пригодницький та екотуризм
5. Родопи (м. Смолян)	Гірський і сільський туризм	1. Гірський (пішохідний, лижний та інші види) 2. Сільський туризм 3. Бальнео, спа- та велнес-туризм 4. Пригодницький та екотуризм 5. Культурно-історичний та фестивальний туризм 6. Релігійний та паломницький туризм
6. Ріла-Пирин (м. Благоевград)	Гірський і релігійний туризм	1. Гірський (пішохідний, лижний та інші види) 2. Релігійний та паломницький туризм 3. Пригодницький та екотуризм 4. Бальнео, спа- та велнес-туризм 5. Культурно-історичний та фестивальний туризм 6. Винний туризм
7. Софійський (м. Софія)	Діловий і культурний туризм	1. Діловий (MICE) туризм 2. Культурний туризм (усіх видів) 3. Гірський туризм (усіх видів) 4. Оздоровчий туризм (усіх видів) 5. Релігійний та паломницький туризм 6. Пригодницький та екотуризм
8. Варненське Чорномор'я (м. Варна)	Морський та спортивний туризм	1. Морський рекреаційний туризм 2. Спортивний туризм 3. Культурно-історичний та фестивальний туризм 4. Діловий (MICE) туризм 5. Оздоровчий туризм (усіх видів) 6. Екотуризм
9. Бургаське Чорномор'я (м. Бургас)	Морський і культурний туризм	1. Морський туризм 2. Культурний туризм (усі види) 3. Пригодницький та екотуризм 4. Оздоровчий (усіх видів) 5. Сільський туризм 6. Релігійний та паломницький туризм

Об'єкти культурно-пізнавального туризму в Болгарії

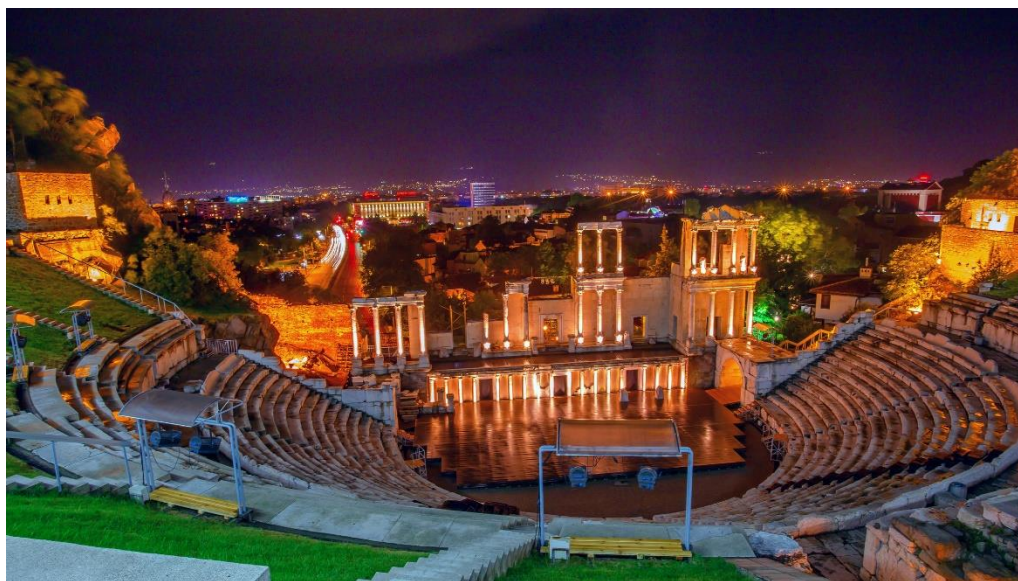


Рис. Г.1 Античний театр у Пловдиві



Рис. Г.2 Преображенський монастир під Велико-Тирново



Рис. Г.3 Римські лазні (Варна)



Рис. Г.4 Софійський університет імені святого Климента Охридського