



Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1, 2016 г.
Кръгла маса *Специализирани видове туризъм – предизвикателства и перспективи*
Agricultural University – Plovdiv, Scientific Works, vol. LX, book 1, 2016
Round table *Special forms of tourism – challenges and prospects*



**КОНЦЕПТУАЛНИ ПРОБЛЕМИ ПРИ ДЕФИНИРАНЕТО
НА СПЕЦИАЛИЗИРАНИЯ ТУРИЗЪМ
CONCEPTUAL ISSUES IN DEFINING
SPECIAL INTEREST TOURISM**

**Марин Нешков
Marin Heshkov**

Икономически университет – Варна
University of Economics – Varna

E-mail: neshkov@ue-varna.bg

Abstract

In the specialized tourism vocabulary the main terms for designation of special interest tourism are not exactly defined and clearly distinct. This causes confusion when used in legal documents, strategies and business plans. This paper aims to analyze the conceptual issues in defining special interest tourism (SIT) and suggest ideas for their solving. It presents a common feature of the concept of SIT, makes a critical review of the achievements and problems in its development and formulates ideas and recommendations for a more precise definition of SIT. The methods of system analysis and scientific discussion, typology and ranking the types of tourism are used in the article, and as an essential tool – the conceptual definition. The main results and conclusions of the study concern the following issues: the lack of a clear demarcation of the content of close to SIT terms; the need for scientific discussion to formulate a clear and precise conceptual definition of the term *special interest tourism* by distinguishing the content of SIT from other types and forms of tourism; the construction of a *terminology continuum* for all major types of tourism; taking into account the different perspectives in defining SIT.

Key words: conceptualization, typology, special interest tourism, niche tourism, alternative tourism.

ВЪВЕДЕНИЕ

Масовизацията на съвременния туризъм причинява значими проблеми от икономически, социален, културен и екологичен характер. В особено висока степен тази констатация се отнася и за нашата страна, което налага категорични изисквания пред родната туристическата наука и практика за противодействие на отрицателните последици от нея. Конкретен израз на усилията в тази насока е и изследването на системата от взаимосвързани

научни понятия, отразяващи измененията в съвременния туризъм. Все още обаче някои от тях не са получили своето адекватно тълкуване и дефиниране, какъвто е и случаят с това за специализирания туризъм.

Водещата теза в настоящата статия е, че в българската туристическа лексика термините „специализиран туризъм” и „специализирани видове туризъм” не са конкретно дефинирани и точно разграничени по смисъл и съдържание, което причинява неяснота и разнопосочност в използването и тълкуването им в нормативни документи, стратегии за развитие на туризма, фирмени бизнес планове и др.

Основна цел на изследването в настоящата статия е: *да се анализират и дискутират концептуалните проблеми при дефиниране на специализирания туризъм (СТ) и предложат идеи за тяхното решаване.* Тя се постига с изпълнението на следните **конкретни изследователски задачи**:

- *обща характеристика и оценка на концепцията за СТ;*
- *критичен преглед на избрани литературни източници с пряко отношение към дефинирането на СТ;*
- *представяне на идеи за по-прецизно дефиниране на СТ.*

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

За постигане целта на изследването, поставена в настоящата статия, използваме метода на системния анализ и научната дискусия. Чрез целенасочен преглед на специализираната литература проследяваме процеса на концептуализация (създаване на концептуален модел на изследване) на СТ и по-конкретно дефинирането и разграничаването му от сродни по смисъл термини. Сходствата на неговия смисъл търсим и откриваме най-вече с този на англоезичните термини „special interest tourism” и „nish tourism”. Друга методическа основа на изследването е типологията и ранжирането на видовете и формите на туризма (Neshkov et al., 2014) с акцент върху оценката и определянето на признаците за групиране, йерархична подреденост и връзка между тях в основната класификационна схема.

Важен инструмент за идентифициране и научно определяне на понятието „специализиран туризъм” в рамките на изследването е *концептуалната дефиниция* (Bless et al., 2007). Тя е използвана в качеството си на основа на изследователския процес, включващ дефиниране на специфични понятия или фразеологично съчетание (в случая на СТ), за целите на познанието или неговото измерване, изследване и управление. *Оперативната (работната) дефиниция* не е включена в изследването, тъй като тя обслужва предимно прагматични и практико-приложни нужди.

Литературният преглед по изследваните проблеми показва, че те са сравнително фрагментарно и косвено проучени и решени, което е особено валидно за нашата страна. Пряко свързани с видовете СТ са публикациите на Stamenov & Nikovska (2012) и Rafailova et al. (2012). В тях акцентът се поставя върху основни видове туризъм, определени като „специализирани”, без конкретна научна аргументация затова. Приемаме, че естествената

причина затова е, че тяхното основно предназначение е да обслужват процеса на обучението и не целят решаване на концептуални проблеми.

В глава втора на учебника „Съвременни видове туризъм“ (Marinov, 2011) е направена тяхна систематизация и обща характеристика. В тази връзка авторът е представил идеята на Edgel за т. н. „прилагателни“ (adjectival) видове туризъм, разграничени на „специализирани“ (speciality) и „концептуални“ (conceptual). В първата група на практика се включват всички основни видове туризъм, с уточнението – „... кореспондиращи със специални туристически ниши и фокусирани върху специални интереси и потребности...“ (Marinov, 2011: 47), а във втората са отбелязани масовият, устойчивият, алтернативният и др., които могат да се прикачат като „прилагателни“ към тези от първата група.

В учебника „Въведение в туризма“ е отбелязано, че СТ стои в общата класификационна схема „най-близо до признака «цели и мотиви за пътуване и потребление», но специализацията засяга и транспортното средство, заведенията за настаняване, възрастта на участниците в него. Общият знаменател е предпочитанието на индивида или група потребители към пътувания по специални интереси... Към него могат да се отнесат десетки съвременни видове и форми на туризма, най-характерните сред които са: хоби туризмът, образователните ваканции, романтичните турове, етническият, яхтеният, природолюбителският и др.” (Neshkov et al., 2014: 62).

Косвен за изследваната проблематика подход е приложен в някои (сравнително малко на брой) публикации (основно статии) у нас, пример за които е тази на Shopova & Grigoreva (2013). В нея обект на внимание са възможностите за предлагане на „нишови продукти“, в т. ч. и на конкретни видове СТ в отделни географски райони на страната.

Относително най-близо до идеята на нашето изследване определяме книгата „Рекреация чрез специализиран туризъм“ (Mileva, 2004). В нея авторката прави някои терминологични уточнения за заимствани от английската литература понятия като: „special interest tourism“ (пътуване по специални интереси), „responsible tourism“ (отговорен туризъм), „soft tourism“ (мек туризъм). Тя констатира, че границите между понятията природен, приключенски и екотуризъм са размити, а общото между всички е, че те са форми на туризъм, които генерират положително влияние върху туристическото място, „поради което се възприемат като алтернатива на масовия туризъм“ (Mileva, 2004: 20).

По отношение на чуждестранната литература ще отбележим, че в нея концептуализацията на термина „специализиран туризъм“ (special interest tourism) започва от началото на 80-те и продължава през 90-те години на миналия век (Ali-Knight, 2011: 30). Причината затова е свързана с факта, че масовият туризъм постепенно престава да играе ролята на доминираща парадигма, а специализираните пазарни сегменти се превръщат в „нов туризъм“ (new tourism). В цитирания източник Ali-Knight характеризира формите на специализирания туризъм (special interest tourism) като генетична основа и корени (roots) на нишовия туризъм.

От прегледаните съвременни научни трудове и публикации по наше мнение по-специално внимание заслужават тези на George (2014), Ali-Knight (2011), Kruja & Gjyrezi (2011) и Hamović et al. (2010), които по съдържание стоят сравнително най-близо до целите и задачите на настоящото изследване. Те разглеждат (макар и частично) и отделни аспекти и концептуални проблеми на дефинирането на специализирания туризъм като подчертават неговите връзки с устойчивия, нишовия (niche tourism), алтернативния (alternative) и отговорния (responsible). В тях обаче също не откриваме отговор на редица методически въпроси за мястото на СТ в класификационната схема и ясното му разграничаване от „концептуалните“ видове туризъм.

РЕЗУЛТАТИ

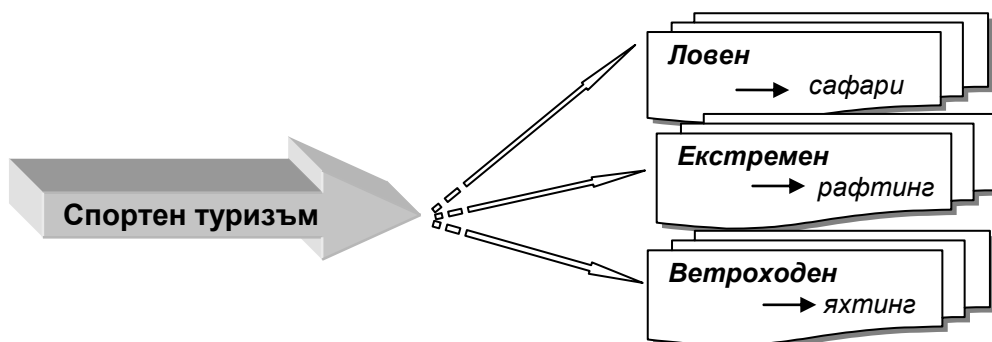
Един от общите проблеми, свързани с типологията на туризма, се отнася до това, че на практика рядко се срещат типични (идеални) видове или форми на това явление. Самото понятие „специализиран туризъм“, като част от българската научна туристическа лексика, се отличава с подобно комплексно и противорчиво съдържание. Последното представя своеобразна диалектическа спойка както на вътрешно присъщи и пряко свързани с потребителя характеристики на явлениято, така и на някои външни признаци. Все по-често в различните публикации то се свързва с това на аналогични понятия като алтернативен, нишов или отговорен туризъм. Неговите форми се идентифицират с много от тези на културния, деловия, круизния, селския, транспортния, пешеходния, лечебния и други видове туризъм.

Безспорно е, че СТ е *антипод* на масовите и стандартизирани туристически пътувания. Той обаче определено не следва да се разглежда като синоним на устойчивия, алтернативния или отговорния. Въпреки приликите на концептуално ниво по отношение на ефектите върху социокултурната и физическата среда той има собствен произход и е резултат от конкретни социални, политически и икономически условия. Философията „специализиран туризъм“ следва собствен път на развитие, а съответстващите ѝ реални продукти привличат определени и също толкова уникални пазарни сегменти.

В контекста на изложените разсъждения е много трудно, особено от статистическа гледна точка, да разграничим специализираните от останалите по-общи или сходни мотиви за туристическо пътуване и потребление. Много видове туризъм от основната класификационна схема са по своеобразен начин „специализирани“ (различни, особени, уникални) по мотиви и цели (рекреативен, културен, здравен, спортен ...), географско място (планински, морски, селски, градски), използван транспорт (велосипеден, авто-, влаков...), възрастов състав (детски, младежки, на „третата възраст“) и т. н. Всичко това налага да потърсим отговор на въпроса колко „специализиран“ е специализираният туризъм? Обединяваща основа на различните мнения по него е, че той не бива да бъде категоричен и еднозначен. Изследванията ни показват, че относително точен и аргументиран отговор на подобен въпрос може да се намери чрез използване на своеобразен „терминологичен“

континуум (последователност от термини, между които няма ясно разделение или съществена разлика), примерен модел на който показваме на фигура 1.

Примерът от фигурата показва, че в единия край на оформилата се своеобразна „скала” стои основният вид туризъм (което важи и за културния, селския, религиозния, лечебния и т.н.). Определено считаме, че той не бива да се определя като „специализиран” (а по-скоро като концептуален), тъй като: по дефиниция е свързан с по-общи (универсални) индивидуални потребности; се идентифицира в класификационната схема на туризма по ясно определени признаци; на практика предполага комбиниране с други видове и форми на туризма (рекреативния със здравния, религиозния с културния, културния с деловия и т. н.). Допълнителен аргумент в случая е и обстоятелството, че на практика специализацията винаги следва да се свързва не само с гледната точка на търсенето (туриста), но и с тази на представителите на предлагането.



Фиг. 1. Примерни „степени на специализация” при спортния туризъм
Fig. 1. Exemplary „degree of specialization” in sport tourism

СТ обхваща различните форми на туристически пътувания, мотивирани от задоволяване на специални интереси, познати още като „нишови” или „нишов туризъм”. Те са представени в голямо и нелимитирано разнообразие (George, 2014), но някои от тях (приключенският, селският, културният, религиозният, екологичният, кулинарният, медицинският и др.) обикновено се определят като сравнително по-популярни и устойчиво развиващи се. Всеки от отбелязаните видове туризъм обаче може да бъде дефиниран в широк или в тесен смисъл на понятието, в зависимост от това дали той се практикува с обща или специална цел. При втория случай конкретните интереси и потребности на туриста имат определяща роля за насочване на мотивацията и избора на съответстващ на тях туристически продукт. Той е и в основата на нашите разбирания за същността на СТ.

В смисъла на казаното приемаме, че концепцията „специализиран туризъм” най-общо се формира като процес на създаване на условия за приспособяване на елементите от околната среда и базираните на тях туристически продукти към конкретните индивидуални (специфични)

интереси и потребности на туристите. Тези условия задължително следва да се отчитат при дефиниране на термина „специализиран туризъм”.

Нашите изследвания във връзка с дефинирането на СТ показват категорично и необходимостта от определяне на *основните същностни характеристики*, които този (по природа „събирателен”) термин обхваща в своето съдържание. Във връзка с изграждането на неговата концептуална дефиниция считаме, че по-важните от тях, формиращи нейната основа, могат да се определят както следва:

Първо, *специализация на туристическото потребление*, определяща качеството на СТ, обективни предпостави за която са: посещението на ограничен брой места, акумулирането на преживявания и спомени в релаксираща атмосфера, далеч от стреса и напрежението на ежедневието;

Второ, *личен избор на туриста*, мотивиран от възможности за потребление на уникални и нетрадиционни продукти;

Трето, *отказ от стандартни, популярни и масово предлагани туристически пътувания*, както и от избилстващи със забележителности и атракции организирани туристически програми;

Четвърто, *интегриране на туристическото преживяване с живота на местната общност*, откриване и осмисляне на тайните на местния бит, *опознаване и разбиране на културните различия*;

Пето, *специфичен профил на потребителя на продукта на СТ*, като:

- *познавач, ценител и почитател* на насладата, веселието и удоволствието от живота, на природосъобразния и здравословен начин на живот, добрата кухня, изкуството и музиката;

- *търсач и колекционер* на нови и уникални преживявания в характерна с културата си и автентична социална или природна среда;

- *„хоби-турист”*, склонен в името на любимото си занимание и удовлетворяването на различните свои „специални” интереси, да харчи значително повече от масовия турист;

- *потребител със значително по-високо културно и образователно равнище, културна мотивация и персонафицирано отношение* към начина на използване на свободното време;

- *активен и креативен участник* при формиране и реализация на собствената си програма по време на престоя в туристическото място;

- *изпълнен с интерес и любопитство* към начина на живот на другите;

- *романтик, естет и философ*, който знае какво иска и търси подходящия начин да го открие.

Шесто, *специализиран профил на предлагането* – както от страна на представителите на първичното предлагане и създателите на съставните елементи на туристическия продукт (хотелиери, транспортъори, развлекателна индустрия и др.), така и от страна на туроператорите, в качеството им на вторични производители на завършен туристически продукт (организирано туристическо пътуване с обща цена).

В различие от традиционното тълкуване на специализацията на туристическото потребление като резултат от субективни нагласи, желаниа и предпочитания на туриста все по-категорично практиката и реалният живот налагат *необходимостта и от нейното „обективизиране“*. Отнесено към целта на настоящото изследване това означава по-конкретно *потребност от управление на процеса на специализация на туризма*. Особено характерен в тази връзка през последните години е примерът с осигуряването на условия и предлагане на специализирани туристически програми и продукти за хора с увреждания (в неравностойно положение), от „третата възраст“, за децата, доброволците и други новосформирани целеви групи на търсенето (например почитатели на „бавния“ туризъм). Особен е приносът в този процес на Световната туристическа организация, която работи не само в областта на концептуализацията на СТ, но за практическата реализация на редица специализирани продукти (UNWTO, URL: <http://publications.unwto.org/>).

ИЗВОДИ

От настоящото изследване могат да се направят следните по-важни изводи, свързани с реализацията на неговата основна цел:

1. В туристическата наука съществуват нерешени проблеми, свързани с концептуализацията на термина „специализиран туризъм“ и определянето на неговото място в типологичната схема на видовете и формите на туризма;

2. В българската специализирана лексика по туризъм липсва ясно разграничаване на съдържанието на термините „специализиран туризъм“ и „специализирани видове туризъм“; не са прецизно конкретизирани и техните връзки с останалите видове и форми на туризма;

3. Необходимо е разгръщане на научна дискусия за формулиране на ясна и точна концептуална дефиниция на термина „специализиран туризъм“, която да се използва за изграждане на полезни за практиката работни дефиниции;

4. Във връзка с провокирането и подпомагането на този процес предлагаме да бъдат взети под внимание резултатите от проучванията в настоящата статия, и по-конкретно:

– отчитането на необходимостта от разграничаване на съдържанието на специализирания от останалите видове и форми на туризма, включително чрез използване на представените в статията негови същностни характеристики;

– определяне на специализирания туризъм в качеството му на „концептуален“, подобно на алтернативния, масовия или устойчивия;

– изграждането на предложени „терминологичен континуум“, който да обхваща всички основни видове туризъм с относително точно определени степени на тяхната специализация;

– съобразяване на дефинирането на СТ с различните гледни точки: на потребителя (туриста), на създателите на основни и допълнителни услуги и на туроператорите;

– научно осигуряване и подпомагане управлението на процеса, свързан със специализацията на туризма и предлагането на нишови продукти.

REFERENCES

- Ali-Knight, J.*, 2011. The Role of Niche Tourism Products in Destination Development. // <http://researchrepository.napier.ac.uk/5376/1/Full_thesis.pdf> (14.04.2016).
- Bless, Cl., C. Higson-Smith, A. Kagee*, 2007. Fundamentals of Social Research Methods. // <<https://books.google.bg/books?id=7aKGSIsNk-IC&printsec=frontcover&hl=bg#v=onepage&q&f=false>> (25.04.2016).
- George, R.*, 2014. Niche Tourism. 20 Special Interest Tourism Groups. // Tourism Tattler Trade Journal, April. <http://www.wikitourism.co.za/images/a/a8/Tourism_Tattler_Niche_Tourism.pdf> (25.04.2016).
- Hall, M., B. Weiler*, 1992. Special Interest Tourism. London: Belhaven Press.
- Hamović, V., J. Subić, D. Bošković*, 2010. Special Interest Tourism with Exceptional Emphasis on Istriana Region and Kolubara District. Petroleum Gas University of Ploiesti BULLETIN, Vol. LXII, Economic Sciences Series, No. 2, 57–66. // <<http://www.upg-bulletin-se.ro/archive/2010-2/6.%20Hamovic.pdf>> (14.04.2016).
- Kruja, D., A. Gjyzezi*, 2011. The Special Interest Tourism Development and the Small Regions. // *Turizam (Novi Sad)*, Volume 15, Issue 2, 77–89. // <http://www.dgt.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol_1502_3.pdf> (14.04.2016).
- Marinov, S.*, 2011. Savremenni vidove turizam. Varna: Nauka i ikonomika.
- Mileva, S.*, 2004. Rekreatsia chrez spetsializiran turizam. S.: Avangard Prima.
- Neshkov, M., S. Marinov, V. Kazandzhieva*, 2014. Vavedenie v turizma. Varna: Nauka i ikonomika.
- Novelli, M.*, 2005. Niche Tourism. Contemporary issues, trends and cases. Elsevier Butterworth-Heinemann, Burlington, MA. // <<https://books.google.bg/books?id=X7knnn2iX5QC&printsec=frontcover&dq=Niche+Tourism.+Contemporary+issues,+trends+and+cases.+2005&hl=bg&sa=X&ved=0ahUKEwj39MDntqTMAhUGB8AKHZBtDtAQ6AEIGjAA#v=onepage&q&f=false>> (14.04.2016).
- Rafailova, G., S. Kadieva, L. Kozhuharova, K. Yancheva, A. Krasteva, S. Plyakov*, 2012. Spetsializirani vidove turizam. Varna: Nauka i ikonomika.
- Shopova, I., Z. Grigorova*, 2013. Obstina Borino – vazmozhnosti za nishovi turisticheski produkti. // *New Knowledge Journal of Science*, No. 1, 394–400. // <http://uad.bg/files/custom_files/files/documents/New%20knowledge/year2_n1/paper_ivshopova_y2n1.pdf> (21.04.2016).
- Stamenov, S., K. Nikovska*, 2011. Spetsializirani vidove turizam. Parva i vtora chast. Stara Zagora: Kota.
- UNWTO. <<http://publications.unwto.org/>> (21.04.2016).