



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*



ПЕРСПЕКТИВИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КОНГРЕСЕН ТУРИЗЪМ В БУРГАС PROSPECTS FOR CONGRESS TOURISM DEVELOPMENT IN BOURGAS

Катя Илиева
Katya Ilieva

Университет „Проф. д-р Асен Златаров” – Бургас
Prof. Dr. Asen Zlatarov University – Burgas

E-mail: catherina@abv.bg

Abstract

Congress tourism is a segment of business tourism which is increasingly demonstrating its significant presence in the global tourism industry. The article aims to analyze the prerequisites and to present the prospects for the development of congress tourism in Bourgas. In this regard, the characteristics of the destination are discussed – its strategic location, transport accessibility, social, economic and cultural development as well as the development of specialized types of tourism. The functions and capacity of the convention, conference and culture centers existing in Bourgas are considered (Sea Casino Cultural Center, Flora Exposition Center, etc.). The existing hotel and restaurant superstructure is analyzed with respect to class A and B, 3- to 5-star rating accommodation conditions and the capacity it provides. The potential for conference tourism development of the university campuses facilities in the town is discussed.

To achieve the aim pursued, the study used internal and external sources for the collection of secondary data (desk research), Internet resources, and related research in EBSCO databases. Deductive and inductive approaches were applied in the research process and the specific methods used include critical analysis, comparison and systematization, summary and synthesis.

Key words: congress tourism, Bourgas, superstructure, development.

ВЪВЕДЕНИЕ

Динамичното развитие на съвременните комуникации във време на политически, икономически, социални, културни, образователни и други промени в глобален мащаб изисква създаване на предпоставки за обмен на информация. Обменът на информация сега изпълнява ролята на катализатор за креативно развитие на взаимоотношения от различен характер. Информацията, придобитият опит и постижения са неоценим капитал, който следва да бъдат споделен в общественото пространство.

Конгресният туризъм е сегмент от деловия (бизнес) туризъм и се проявява при пътуване и пребиваване в дадена дестинация с цел участие в конгресно мероприятие. Всяко конгресно мероприятие синтезира всички форми на делови събирания на група хора, обединени по политически, социален, научен или професионален принцип. Тук се включват конгресите, конференциите, симпозиумите, форумите, асамблеите, мотивационните пътувания и др. (Ribov et al., 2005: 289).

Според Ficarelli et al. (2013), конгресният туризъм все повече доказва своето съществуване и значимост в глобалната туристическа индустрия, въпреки икономическата криза през последните години. Този сектор от туристическата индустрия включва голям брой хора, генерира значителни финансови приходи, изисква стриктна организация, посредничество, значителен капацитет на дестинацията и голям брой териториални и човешки ресурси.

Šilerova et al. (2013: 79) споделят, че в съвременния и глобализиращ се свят, конгресният туризъм е един от най-бързо развиващите се и рентабилни сектори на туристическата индустрия. Според данни на Световната организация по туризъм, пътуванията с цел конгресен туризъм представляват 10–12% от общия брой на бизнес пътуванията. В последните години се наблюдава тенденция на увеличаване на интензитета на конгресните прояви в рамките на Европейския съюз. Значителните приходи в сектора определят и неговия приоритет в икономическото развитие в национален и международен план. Vukašin & Mojić (2014: 513) допълват, че фундаменталната роля на конгресния туризъм е да рекламира туризма чрез добре организирана система от промоционални дейности, непрекъснато обучение, развитие на персонала, маркетингови изследвания, прилагане на стандарти за качество и други дейности. Конгресният туризъм и всички условия за неговото провеждане са от изключително значение за икономическото и социално развитие на туристическото място.

Обект на изследване в настоящата статия е специализираната суперструктура в Бургас, която предоставя условия за конгресен туризъм в града. Предмет на изследване са актуалните възможности за развитие на конгресния туризъм и превръщане на Бургас в конгресен център в Югоизточния регион.

МАТЕРИАЛИ И МЕТОДИ

За провеждане на изследването и реализация на поставената цел, са използвани вътрешни и външни източници за набиране на вторична информация (desk research) (Anastasova, 1998: 124–128), Интернет ресурси, проучване по темата в световната база данни EBSCO. В изследователския процес са приложени дедуктивен и индуктивен подход, а като конкретни методи са ползвани критичен анализ, сравнение и систематизиране, обобщение и синтез.

Въз основа на вторичните източници на информация са дискутирани характерните черти на дестинацията – стратегическо местоположение, транспортна достъпност, социално, икономическо и културно развитие,

развитие на специализирани видове туризъм. Разгледани са функциите и капацитета на съществуващите конгресни, конферентни и културни центрове в Бургас – Културен център „Морско казино“, Експозиционен център „Флора“, Открита сцена „Охлюва“, Културен дом на нефтохимика, Младежки културен център. От съществуващата хотелиерска и ресторантска суперструктура са анализирани условията и капацитетните възможности на места за настаняване от клас А и Б, категория от три до пет звезди, според потребителския профил. Дискутирани са и възможностите на базата на университетските центрове в града за развитие на конферентен туризъм.

РЕЗУЛТАТИ

Операционни особености на конгресния туризъм

Vukašin & Mojić (2014, 515–516) определят конгресния туризъм като специфична форма на туризъм, чиято главна мотивация е пътуване не с цел ваканция, а активно или пасивно участие на индивиди в конференции или събития с подобен характер. Конгресният туризъм, според авторите, е комбинация от пътуване, настаняване и най-важното – специализирани услуги за бизнес туристите, които са най-търсеният маркетингов сегмент. Конгресната дейност е специфична и изисква изцяло всички туристически ресурси, но преди всичко човешки ресурси и персонални отговорности. Отбелязва се, че конгресният туризъм обхваща много по-широк кръг от дейности в сравнение с масовия туризъм. Въпреки, че конгресните мероприятия продължават няколко дни, то подготовката за тях (особено за международни събития) може да продължи с години. Всяко събитие е уникално, специфично и неповторимо. Участниците в събитията и техните гости ползват 5–6 пъти повече услуги, отколкото среднестатистическия турист. Причината за подобно увеличаване на потреблението авторите откриват в структурата на гостите. Конгресната дейност е ексклузивен вид туризъм, при който търсенето на услуги е по-голямо, тъй като част от разходите се покриват от институции или от организаторите на конгресното мероприятие.

Според Ribov et al. (2005: 289) основните цели на конгресния туризъм са:

- Да се създадат условия за оптимално протичане на всяко събитие;
- Да се осигурят възможности за комуникации между участниците – творчески срещи, обмяна на опит, информация, дискусии и др.;
- Да се предоставят възможности за създаване на бизнес контакти и преговори;
- Да се създадат условия за реализация на свободното време извън основното събитие – културна програма, релаксация, анимация и др.

Конгресният туризъм включва цялостна подготовка, организация и провеждане на конгресното събитие, както и разработване на една кохерентна, съпътстваща, познавателна и развлекателна програма.

Vukašin & Mojić (2014: 516) изтъкват следните приноси на конгресния туризъм в развитието на дадена локацията:

- Конгресният туризъм се провежда през цялата година, като предоставя възможности за запазване на работни позиции в дестинациите

извън активния сезон, почасова работа или работа на пълно работно време;

➤ Инвестициите за конгресен туризъм водят до развитие на туристическите центрове и тяхната инфраструктура;

➤ Чрез инвестициите в хотели, ресторанти, транспорт, комуникации и др., се реализират ползи, които са от значение за развитието на масовия туризъм и местната икономика;

➤ Конгресният туризъм стимулира нови бизнес инвестиции и в развитие на атракциите в региона, защото всяко мероприятие има и съпътстваща културна програма за участниците;

➤ Участниците в конгресни мероприятия обикновено са сформирани в организирани групи и желаят да са информирани и добре запознати с особеностите на туристическото място с цел да направят своето участие по-ефективно, ползотворно и приятно.

Следователно, конгресният туризъм притежава потенциал за развитие, поради изключителния му принос в социалното, икономическо и културно развитие на локацията и региона.

Отличителни особености на град Бургас като дестинация за развитие на конгресен туризъм

Възможностите за развитие на конгресен туризъм в Бургас се определят от няколко основни фактори (Obshtina Bourgas, 2014, 30–50):

➤ Бургас е четвъртият по големина град в България и най-големият град в Югоизточна България. По своето географско разположение общината заема значимо място в транспортно-комуникационната система на страната. През територията преминават важни транспортни коридори в посоките изток и запад, както и връзки към северната и южната част на България;

➤ Стратегическото местоположение определя община Бургас като важен икономически, културен и политически център, не само в Югоизточния район, но и в страната. Геостратегически, общината се намира в пресечната точка на значими традиционни и новоформирани икономически и политически оси между изтока и запада;

➤ Бургас е важен промишлен, търговски, транспортен и туристически център. Някои от производствата са единствени или определящи за страната, като тъмни и светли нефтопродукти, химически влакна, пластмаси и други химически изделия; корабостроене, вентилационна и пречиствателна техника, товарно вагоностроене, рибнопреработвателна промишленост;

➤ Югоизточният район заема второ място по продукция на промишлените предприятия и това в много голяма степен се дължи на област и община Бургас. Област Бургас произвежда 13,8% от продукцията в икономиката. Най-силно развита е преработващата промишленост в областта, която дава 16,9% от общата продукция на промишлените предприятия в национален мащаб;

➤ Туризмът, търговията и услугите имат традиционно важно място и значение за цялостния икономически облик на общината. Политиката на община Бургас е, освен традиционния за града морски рекреативен туризъм,

да се развиват специализирани видове туризъм, като конферентен и бизнес, спа туризъм, културно-историческия туризъм, еко-туризъм, алтернативен и хоби туризъм;

➤ Предпоставки за привличане на туристи в град Бургас освен местоположението са и природните ресурси, благоприятният климат, минералните извори в кв. „Ветрен” и природозащитните зони. Развитието на различни видове туризъм и увеличаването на легловия капацитет през последните години създават възможност да се привличат и задържат туристи в града;

➤ Туризмът е водещ сектор и двигател за местния икономически потенциал, тъй като стимулира развитието на сродни отрасли като търговия, съобщения и други услуги;

➤ Летище Бургас е с най-добрите атмосферни условия на Балканския полуостров и е единственото в България, приспособено да приема свръхзвукови самолети;

➤ На територията на града са обособени и се развиват като курортни зони кв. „Сарафово” и кв. „Крайморие”, поради наличието на плажна ивица и кв. Ветрен, поради наличието на лековити топли минерални извори. В тази връзка и легловата база в трите квартала, представлява 1/3 от общия брой леглова база на територията на общината;

➤ В Бургас, паралелно с морския туризъм, през последните години се развива бизнес и конгресен туризъм, които поради индустриалната характеристика на града, определено имат потенциал за развитие. Разработването на нови туристически атракции, организирането на фестивали и събития с културна насоченост привличат допълнително туристи и посетители;

➤ Подходящи предпоставки за развитието на културен туризъм са културно-историческите обекти като съществуващите музеи, архитектурни и природни забележителности, културни сгради и събития. Едни от тях са временните експозиции като „Най-голямото съкровище на траките“, включващо Вълчитрънското златно и Рогозенското сребърно съкровище. Други туристически атракции са обновената Морска градина и остров „Св. Анастасия” и др.;

➤ В Бургас целенасочено се развива фестивална култура. На територията през годината се провеждат над 25 фестивали: от 2008 г. музикалният фестивал „Spirit of Burgas”, Международният фолклорен фестивал, Фестивалът на пясъчните фигури, „София Филм Фест на брега”, Морската регата, а по-нови са Фестивалът „Четящия човек” и Парада на хвърчилата. Музеите и галериите в гр. Бургас участват в изданието „Нощта на музеите”, събитие, спомагащо популяризирането и представянето на културните ценности. Фестивалът за съвременно изкуство „Включи града“ стартира през 2011 г. по проект, финансиран от ОПРР, и се налага като знаково за града събитие. В Бургас се провеждат: Музикалният конкурс за забавна песен „Бургас и морето”, Международен турнир по спортни танци, Международната изложба на цветя „Флора-Бургас” и др.

Конгресни и конферентни центрове в Бургас

В Бургас функционират четири основни конгресни центрове:

1. Културен център „Морско казино”, който разполага със четири зали, арт-салон, две творчески ателиета, открити сцени и тераси с обща площ 1095,56 кв. м.

2. Експозиционен център „Флора”, с капацитет от 5 зали, като за конгресен туризъм най-подходяща е зала 2. Организиран се изложения, бизнес, корпоративни, обществени и частни събития, спектакли и концерти.

3. Културен дом на нефтохимика, разполага със зрителна зала с 605 седящи места и сцена, която удовлетворява всички технически изисквания на проявите от различен характер.

4. Младежният културен център.

Таблица 1. Капацитет на хотелската база в Бургас

Table 1. The capacity of hotels in Burgas

Хотели	Брой	Стаи и апартаменти бр.	ЗХР, бр.	Конферентни зали, бр.	Конферентни зали, капацитет / участници
5 *	1				
Приморец гранд хотел и СПА		105	7	5	187
4 *	4				
Бургас		32	3	1	70
Мираж		72	5	2	100
България		157	6	2	130
Атлантис резорт и СПА		380	6	3	240
3 *	16	392	17	7	552
Общо	21	1138	44	20	1279

Хотелиерска суперструктура

За целта на изследването е направено on-line проучване на хотелите от три до пет звезди, като за събиране на информация са използвани ресурсите на туристическия портал на Община Бургас: (<http://gotoburgas.com/bg/stay/view>). Резултатите от проучването на капацитета на местата за настаняване в Бургас са посочени в таблица 1.

Университетски бази

И двата университета на територията на Бургас разполагат с материална база за провеждане на конгресни мероприятия:

➤ Университет „Проф. д-р Асен Златаров“ (www.btu.bg) притежава общо 4 зали – две в Колежа по туризъм с капацитет до 300 места и една във Факултета по обществени науки;

➤ В Бургаски свободен университет (<http://www.bfu.bg/bg/materialna-baza>) има конферентен център с 2 аули с 400 и 200 места и 4 учебни и конферентни зали с капацитет от 100 до 200 места.

ИЗВОДИ

От настоящото изследване могат да се направят следните изводи:

1. Град Бургас, като промишлен, търговски, транспортен, туристически и културен център, притежава всички необходими условия за развитие на конгресен туризъм, но все още не е развил напълно потенциала си.

2. Градът разполага с два основни конферентни центъра – Културен център „Морско казино“ и Експозиционен център „Флора“, които заедно с ресурсите на двата университета, предоставят възможност за провеждане на конгресни събития, но все още базата е с недостатъчен капацитет за провеждане на мащабни международни събития.

3. В местата за настаняване преобладават хотелите с 3 звезди. Висококатегорийните хотели (4 и 5 звезди), към които в повечето случаи се насочват потребителите, са 23,08%. Конферентните зали в хотелската база са 20 и са с ограничен капацитет.

4. Рекламата за промотиране на продукта на конгресния туризъм в Бургас в национален и международен мащаб все още не е достатъчно ефективна и следва да бъде насочена към целеви групи, които традиционно организират събития и проявяват интерес към локации, които предоставят материални условия и специализирани услуги.

5. Налице е потенциал за развитие на конгресен туризъм в града с строеж на конгресен център от ДП „Пристанищна инфраструктура“. Предвижда се обектът да бъде готов и пуснат в експлоатация до края на 2018 г. Разгънатата площ е 8000 кв. м. и ще разполага със зала за 500 души. Освен офиси, конгресният център ще има и научноизследователски кабинети.

6. Перспективите за развитие на конгресен туризъм са в създаването на уникален продукт, което не е лесна задача, той следва да бъде иновационен, рефлексивен, различен, социално насочен и да успее да отговори на промените – социални, икономически, културни, демографски, политически, общочовешки, актуални предизвикателства пред конгресния туризъм в Бургас сега.

REFERENCES

- Anastasova, L., 1998. Marketingovi izsledvaniya v turizma. Burgas: Selekt.
- Ribov, M., M. Stankova, E. Aleksandrova, M. Yaneva, Zh. Trifonova, B. Stankova, V. Ganeva-Karadzhova, I. Emilova, L. Martinova, E. Velikova, B. Koleva, M. Dimitrova, L. Hristova, D. Suleva. 2005. Strategicheskiyat izbor v turizma. S.: Trakiya-M.
- Šušić, V., J. Mojić, 2014. Congress tourism as a market niche of business tourism. // *Economic themes*, 52 (4), 513–530.
- Šilerova, E., S. Maneva, J. Hřebeková, 2013. The importance of Congress Tourism for regional development. // *Agris on-line Papers in Economics and Informatics*, Volume V, number 3, 79–86.
- Ficarelli, S., S. Sendra, L. Parra, J. Lloret, 2013. Congress and meeting tourism and destination brand. // The Fifth International Conference on Creative Content Technologies, 7–15.
- Obshtina Bourgas. 2014. Obshtinski plan za razvitie na Obshtina Bourgas za perioda 2014–2020 g. Burgas: Bifaiv.