



**РОЛЯ НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА  
КОНКУРЕНТОСПОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ  
ДУБРОВНИК, ХЪРВАТИЯ  
ROLE OF CULTURAL TOURISM IN INCREASING THE COMPETITIVENESS  
OF TOURIST DESTINATION – DUBROVNIK, CROATIA**

**Даяна Иванова Маринова  
Dayana Ivanova Marinova**

**Email: marinova\_92@yahoo.com**

**Abstract**

In today's dynamic society, tourism is undoubtedly one of the fastest-growing sectors of the economy, both on the national and international level. Over the last few decades, tourism has gradually become a major component of economic, social and cultural change. At European level, the development of the tourism industry is also no exception – the tourism sector is one of the key sectors of the 21st century.

The Mediterranean is one of the world's number one tourist destinations, which is expected to be visited by 655 million tourists by the year 2025. In the last 10 years, Dubrovnik has become one of the most popular Mediterranean destinations and joined the trend of a growing number of European cities that are promoting the development of cultural tourism.

In this connection, the objective of this article is to reveal the role of cultural tourism in enhancing the competitiveness of the tourist destination. Dubrovnik has such resources that can allow the development of a highly qualitative tourist product that is competitive in national markets.

**Keywords:** Culture tourism, tourist destination competitiveness, tourist destination development, tourist destination management.

**СЪЩНОСТ И ОСОБЕНОСТИ НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ**

Културният туризъм се дефинира от Световната туристическа организация като „пътвания, чиято основна или съпътстваща цел е посещение на обекти и прояви, чиято културно-историческа ценност ги е превърнала в част от културното наследство на дадена общност“ (Доклад СТО, 2012 г.). Важна особеност на културно-историческия туризъм според приложената дефиниция е допускането, че посещението на културно-исторически прояви и обекти не е задължително да бъде основен мотив за пътуване. В този контекст културно-историческият туризъм обикновено се комбинира с други специализирани или традиционни видове туризъм. Тази

съществена особеност разкрива редица възможности за повишаване на ефективността на регионалния и националния туризъм чрез правилно усвояване и адекватно интегриране на културно-историческите ресурси в регионалния туристически продукт и разработването на регионален туристически бранд на тази основа.

Освен традиционните исторически и археологически паметници, съдържателният обхват на понятието културно наследство обхваща още художествено наследство, архитектура, музейна инфраструктура, етнографско наследство, религиозни храмове и др.

Не на последно място следва да се отбележи, че културният туризъм е инструмент за икономическо развитие, който позволява постигането на икономически растеж чрез привличане на туристи, които са мотивирани от интерес към исторически или свързани с традициите и даденостите на определена общност или регион. Характерно за подобно пътуване е фокусирането към усещане на културната среда, включително изкуства, пейзажи, ценности, традиции и др.

Основната задача на туризма в това направление е търсенето на начини да бъдат създадени „продаваеми туристически продукти“, както и среда за живот и работа. Културният туризъм е взаимодействие между исторически, културни и етнически компоненти на мястото или обществото, които се използват като ресурси както за привличане на туристи, така и за развитие на туризма.

### **ИСТОРИЧЕСКО РАЗВИТИЕ НА ДУБРОВНИК КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ**

Историческото развитие на Дубровник като туристическа дестинация свидетелства за динамично променящата се съдба на граничната средиземноморска държава Хърватия. Първоначално наричан Рагуза, градът е основан през VII век като убежище за крайбрежните жители, търсейки спасение от напредващите атаки на варварите. От самото начало около града са изградени защитни стени. Те са възприемани като едни от най-завършените и добри системи за градско укрепление в Европа.

В рамките на тази защитена територия богатството и европейският престиж на града се отразяват в изграждането на дворци (Княжеският дворец в средата на XV век и дворецът Спонца в началото на XVI век); църкви и манастири (старият град съдържа францискански, доминикански и йезуитски постройки); обществени сгради като аптека (1317 г.), камбанария (1463 г.) (Altkock, 2003 : 7–8).

Във физическия облик на Дубровник в този период силно се отличават публичните му пространства и особено голямата централна улица, която се простира на 292 м по цялата дължина на града.

Граничният статут на Дубровник е основен определящ фактор в неговото историческо развитие, представлявайки своеобразен кръстопът между различни култури и цивилизации.

От XIV век Дубровник е управляван като свободна държава. Достигайки своя връх през XV и XVI век, се превръща в единствения източноадриатически град-държава, съперничейќ на Венеция и другите италиански морски републики по влияние и мощ.

Градът процъфтява благодарение на обширна търговия с други морски пристанища като Генуа, Пиза и Венеция. Към края на Средновековието морското влияние на Дубровник е доказателство, че градът е основен конкурент на Венецианската република за адриатическите водни пътища.

През последната четвърт на XIX век международният туризъм започва да процъфтява в Средиземноморското крайбрежие, а Дубровник се превръща в едно забележително място, привличащо безброй посетители.

Преди началото на Втората световна война са построени няколко луксозни хотела извън стените на Стария град, поемайки потока от заможни туристи от икономически развитите райони на Европа.

Важността на историческата пристанищна зона както по отношение на акостирането на луксозни яхти, така и за търговско корабоплаване постепенно нараства.

По време на втория югославски период след 1945 г. популярността на града нараства в цял свят и милиони се възхищават на средновековния му блясък. Старата част на Дубровник е включена в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО през 1979 г.

През 60-те и 70-те години Дубровник се превръща в най-важния туристически център на Югославия благодарение на своето културно-историческо наследство и почти идеалната си позиция, което го прави изключително привлекателна дестинация за круизни кораби.

Градът се превръща в едно от малкото места в бивша Югославия, което е демилитаризирано, тъй като властите смятат, че военното присъствие е несъвместимо с развитието на туризма. Приходите от туризъм позволяват на града значително да развие своята градска инфраструктура, включително и изграждането на международно летище.

По време на Югославските войни туристическите посещения в Дубровник са напълно преустановени. След края на войните обстоятелствата по отношение на града са коренно различни – превръща се в най-южния град на Хърватия и столица на окръга, с прекъснатата пътна връзка с останалата част от страната, без реални възможности за по-добри комуникации на сушата в близко бъдеще и с наследствена туристическа инфраструктура за масов туризъм на базата на чартърни полети (Veban, Ok, 2006).

През последните десетина години Дубровник се е превърнал в една от най-популярните туристически дестинации на Средиземно море. Наричан „Перлата на Адриатика“ името на Дубровник се свърза с представи за лукс, изисканост и високо качество на обслужване.

## **РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКАТА ДЕСТИНАЦИЯ**

Бъдещето на туризма в Дубровник вече не може да бъде възприемано от предишните позиции поради промените, настъпили в резултат на установяването на нови пазарни отношения. Дубровник притежава такъв тип ресурси, които могат да позволят развитието на един висококачествен и конкурентоспособен туристически продукт. Това обаче изисква преориентиране от установените до този момент канали на продажба и реконструкция на цялостния туристически продукт, особено по отношение на капацитета за настаняване.

В дългосрочен план подобно успешно управление на туристическата дестинация може да бъде постигнато, но масовият туризъм със сигурност все още е основна тенденция. Дубровник трябва да следва примера на други европейски дестинации, като се отдалечи от масовия туризъм и се насочи към устойчиво развитие на туризма, който отчита индивидуалните вкусове на туристическия потребител и благосъстоянието на жителите на туристическите региони. Този вид стратегическо планиране за развитието на туризма на Дубровник означава да се положат усилия за защита на целостта на града и атракциите, които предлага, като управлението на дестинацията трябва да гарантира координиране и синхронизиране на дейностите в полза на всички заинтересовани страни – посетителите, туристическия сектор и местните общности. Концепцията за устойчиво развитие на туризма дава възможност за:

- Икономическо благосъстояние;
- Благосъстояние на местните жители;
- Опазване на природата;
- Опазване на ресурсите;
- Удовлетворяване на изискванията и предпочитанията на посетителите.

Основният потенциал за бъдещо развитие на дестинацията е концентрирането на усилията към изграждането на съзнание у посетителите и местните общности за опазване на културно-историческото наследство. Като се има предвид, че туризмът на Дубровник разчита и на природните ресурси, чието съхранение е основа за по-нататъшно развитие, е необходимо да се определят границите на туристическия капацитет.

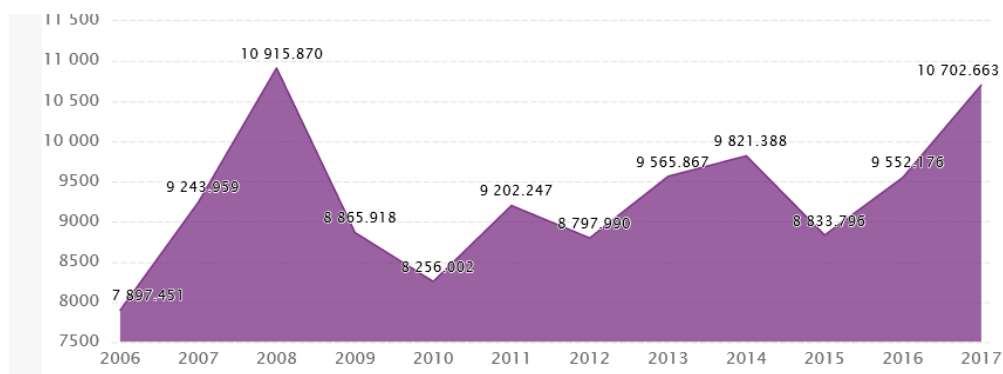
Освен това запазването и развитието на Дубровник като туристическа дестинация трябва да се основава и на историческия облик на града и паметниците на културата. За да се справят с големия брой туристи, през 2017 г. хърватските власти представят програмата "Respect The City", насочена към ограничаване на броя на гостите, пристигащи с круизни кораби. Усилията са насочени именно към съхранението на културно-историческото наследство на града.

## **КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПРОДУКТ**

Конкурентоспособността на туристическата дестинация представлява способността ѝ да запази конкурентната си позиция, като удовлетворява потребностите на туристите, преодолявайки неочакваните пазарни заплахи и

проучвайки нови възможности за запазване на устойчиви конкурентни предимства (Petkov, 2016). Като допълнение на понятието „конкурентоспособност на туристическа дестинация“ може да бъде посочено и предложеното от Crouch и Ritchie, които допълват определението за конкурентоспособност на туристическата дестинация, като я дефинират като съвкупност от дейности и блага, които се трансформират в благоприятни икономически резултати (Crouch & Ritchie, 2000). Според авторите благата следва да се разглеждат в две основни групи – създадени (инфраструктура, антропогенни ресурси на туризма и др.) и наследени (природни ресурси, климатични условия и др.).

За изясняването на конкурентоспособността на туристическия продукт, който Дубровник предлага на своите посетители, е необходимо да бъде представен един детайлен поглед върху конкурентоспособността на Хърватия като туристическа дестинация. Туристическата индустрия е един от най-важните генератори на икономическото развитие в Хърватия и като усъвършенствана интегрирана система присъства в страната от повече от сто и петдесет години. Директният принос на туризма за БВП на Хърватия е в размер от 10.9% за 2017 г., като в доклада, който предстои да бъде издаден за 2018 г., се очаква да бъде отбелязан ръст с 3.4%. Успешното развитие на туристическия продукт, освен икономическо въздействие, осигурява 23.5% от общата заетост на населението. Годишният доход от туристическата индустрия се оценява на 10 702.663 млн. долара за 2017 г. (фиг. 1).

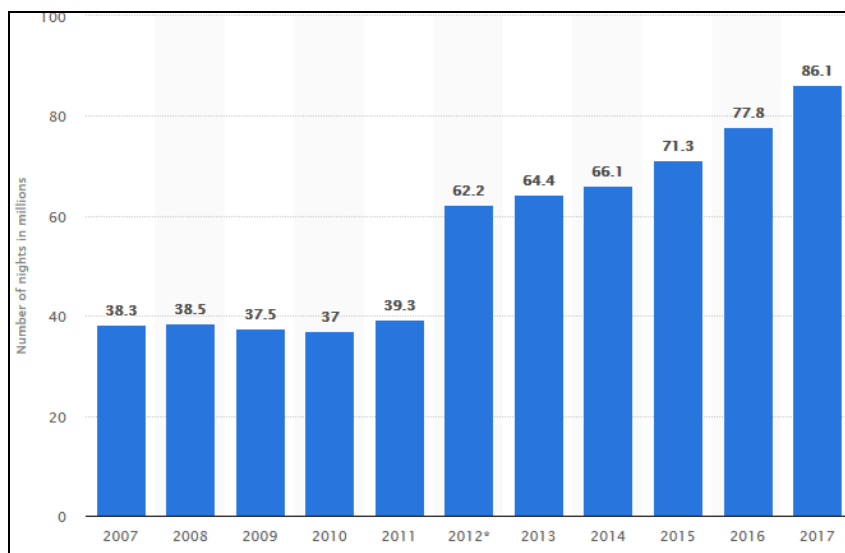


**Фиг. 1. Приходи от туризъм**  
**Fig. 1. Tourism income**

Положителният ефект от развитието на туризма в Хърватия се наблюдава по отношение на цялата икономика на страната от гледна точка и на увеличаване на сезонната заетост, увеличаване на обема на преработвателната промишленост, увеличаване на обема на търговията на дребно и др.

През 2017 г. туристите са реализирали над 86 000 000 нощувки (фиг. 2) (Croatian Bureau of Statics).

На базата на приложените данни може да се направи заключение, че туристическата индустрия в страната допринася значително както за просперитета на населението на Хърватия, така и за нейния икономически растеж. Това е благоприятствано от факта, че страната притежава голям брой културни и природни ресурси, като се стреми да гарантира тяхното развитие и съхранение. Именно опазването на ценните културни и природни активи може да гарантира в дългосрочен план развитието на хърватската икономика. Природните забележителности, културно-историческото наследство и мекият климат съставят една своеобразна рамка, която в комбинация с високото качество на настаняването и обслужването, както и разнообразните възможности за забавление, дава възможност да бъде привлечен т.нар. „съвременен турист“.



**Фиг. 2.** Брой на реализирани нощувки за периода 2007–2017 (в милиони)  
**Fig. 2.** Number of overnight stays between 2007–2017 (in millions)

От приложените данни може да се направи изводът, че туристическата индустрия в Хърватия значително допринася за икономическия растеж на страната и просперитета на нейното население. Това се дължи до голяма степен на факта, че Хърватия притежава голям брой природни и културни туристически ресурси и активно се стреми към тяхното съхраняване. Именно опазването на тези ценни активи гарантира развитието на хърватската икономика в дългосрочен план.

При анализа на маркетинговата стратегия в сферата на туризма на Хърватия като част от процеса на стратегическо планиране е необходимо да се разгледат и мисията и визията на туризма в страната. Стратегията като основна част от планирането представлява ключов елемент при

дефинирането на конкурентните предимства на държавата като туристическа дестинация. Въпреки че ясно дефинирана по отношение на туризма мисия на Хърватия трудно може да бъде открита, насоките за развитие на туристическата индустрия и нейната визия могат да бъдат обобщени въз основа на думите на бившия хърватски министър-председател Иво Санадер: „Туризмът има значителен принос за икономическия растеж на Република Хърватия и за благосъстоянието на нейното население. Той се базира на устойчивото използване и развитие на природния и културно-исторически потенциал, активното съхранение на ресурсите и създаването на една икономическа среда, която да привлече голям брой инвеститори. Основната цел на Хърватия следва да бъде както продължаването на тази добра практика, така и предлагането на отлични продукти и услуги, които напълно да отговарят на нуждите и очакванията на посетителите“.

Във връзка с туристическия продукт на Дубровник, неговите конкурентни предимства се основават на местните ценности под формата на ясно разпознаваем туристически продукт с високо качество. Дубровник е град с изключително богата историческа и културна стойност. Наричан „Перлата на Адриатика“, името на Дубровник се свързва с представи за изисканост, високо качество на обслужване и лукс.

Градът успешно се превръща в предпочитана дестинация, съчетавайки наличните туристически ресурси както за любителите на масов морски туризъм, така и за предпочитащите събитиен и културен туризъм. Следователно може да се обобщи, че конкурентоспособността на Дубровник се изразява именно в предлагането на един ясно разпознаваем и отличен туристически продукт, привличащ посетители, проявяващи интерес както към традиционните, така и към алтернативните видове туризъм.

Не на последно място следва да се отбележи, че Дубровник притежава имидж на дестинация за почивка на известните и богатите. Това е заложено и в стратегията на Хърватия, а именно – да се привлекат повече посетители от високите социално-икономически групи. Не на последно място, международните филмови фестивали, които се провеждат ежегодно в града през активния летен сезон, в комбинацията със заснемането на световно-известния сериал „Игра на тронове“ в старинната част, допълнително помага на Дубровник да се позиционира като предпочитана дестинация сред известните и богати чуждестранни туристи.

Използването на възможността за привличането на големия брой почитатели на сериала от цял свят е целенасочена и атрактивна стратегия. Това е доказателство, че държавата използва успешно наличните ресурси и възможности, за да се превърне Дубровник в една силно предпочитана туристическа дестинация.

Може да се каже, че в Хърватия се наблюдава системна политика, насочена към превръщането на основни дестинации в курорти от световно равнище и изграждането на висок имидж на хърватския туристически продукт.

## **РОЛЯ НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ ЗА ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ДЕСТИНАЦИЯТА**

Като се имат предвид основните потенциали на туристическото предлагане на Дубровник и неговата позиция на международния туристически пазар, можем да заключим, че водеща пазарна група следва да бъдат посетители със специални интереси, които търсят комбинация от културни развлечения и почивка. Въпреки че богатото културно наследство на Дубровник е важно конкурентно предимство в „битката“ за дял на туристическия пазар, културният туризъм, като отделен пазарен сегмент, все още не е достатъчно развит. Повечето туристи, които идват в Дубровник, виждат културата като част от общия туристически продукт, а не като основна мотивация за посещение на града.

Потенциалът, който разкрива туристическото предлагане на Дубровник, трябва да бъде използван по-успешно, тъй като градът със своите атракции, природни и културни ресурси има възможност да постигне по-добра оригиналност по отношение на предлагания туристически продукт, в сравнение с други конкурентни дестинации, не само по Адриатическото крайбрежие, но и в цяла Европа. Това, което го отличава от други дестинации, е именно културното му наследство.

В съвременното общество популярните европейски дестинации все повече акцентират върху своето историческо и културно наследство. Често основна задача на националните туристически организации в глобален мащаб е представянето на богатото културно наследство чрез туризъм. Например в средата на осемдесетте години „Британската туристическа организация“ използва своето историческо наследство в създаването на положителен имидж на страната (Middleton, 1989).

Културният туризъм се разглежда като средство за диверсифициране на пазарното търсене. За популярните туристически дестинации, какъвто е и Дубровник, развитието на културния туризъм често дава възможност за отговор на проблемите на самия туризъм – включително пренаселеност и сезонност. Следователно културният туризъм се променя както по отношение на начина, по който туристите „консумират“ културата, така и по начина, по който се представя културата за туристическото потребление.

В днешно време културата се превръща в съществен елемент в политиките в областта на туризма на всички нива – от Европейския съюз до отделната община. В действителност „наследството“ в туризма не е само определение за природа, история, архитектура, традиция, ценности и т.н., а по-скоро това, което може да бъде убедително използвано за повишаването на конкурентоспособността на дадена дестинация.

Като се има предвид основният потенциал на Дубровник и неговата позиция на международния пазар, може да се заключи, че водещият пазарен сегмент в дългосрочен план следва да бъдат посетители със специални интереси, търсещи комбинация от културни развлечения и почивка. Посещаването на забележителности е само част от ежедневните им дейности в комбинация с посещения на ресторанти, плажове и др.



Популяризирането на културния туризъм в Дубровник може да позволи не само повишаване на неговата конкурентоспособност, но и справянето с един от основните проблеми на града – опазването на неговите културно-исторически ресурси и ограничаване броя на туристите, пристигащи с круизни кораби. Културният туризъм може да допринесе значително и за привличането на повече туристи от чужбина.

Наред с този пазарен сегмент туристическият продукт на Дубровник трябва да бъде насочен към допълнителни сегменти като например организиране на конгреси и срещи.

Този вид концепция за развитието на туризма в Дубровник създава база за преход от количество към устойчиво развитие на туризма, адаптиран към нуждите и изискванията на посетителите, а именно – изискванията на туристите за чиста околна среда и природа, по-тесни контакти с местните общности, повишена здравна информираност, развлечения и релаксация, както и ваканции, свързани с широк спектър от специфични интереси (Vellas, 1995).

За повишаване на конкурентоспособността на туристическия продукт е необходимо наличието на добре развита концепция, планиране на развитието и създаването на стратегически маркетингов план. С цел повишаване на конкурентоспособността на Дубровник като туристическа дестинация и устойчиво развитие на туризма в града е необходимо:

- Реновиране на структурите и адаптирането им спрямо пазарните нужди;
- Насърчаване на инвестициите, в т.ч. и чуждестранните;
- Разработване на нови форми в бизнес отношенията с чуждестранни партньори, т.е. франчайзинг, договори за "хотелско управление" и др.;
- Повишаване на качеството на обслужването;
- Насърчаване на създаването на пазарна идентичност на дестинацията;
- Съхраняване на културно-историческото наследство;
- Популяризиране на богатото културно наследство на Дубровник;
- Подобряване на отношенията между местните общности и посетителите на града с цел постигане на взаимно уважение и повишаване на удовлетвореността на туристите;
- Развитие и популяризиране на културния туризъм;
- Изготвяне на стратегически маркетингов план на дестинацията;
- Националните политики трябва да бъдат насочени към разработването на стратегии за поддържане на отличното качество на туристическите услуги и разнообразяване на предлаганите туристически продукти;
- Улесняване на налагането на световни брандове в туристическата индустрия, в т.ч. Hilton, Marriott и др., чиито категоризирани туристически обекти предлагат на гостите си отлично обслужване и луксозно настаняване;
- Изграждане на модерна пътна инфраструктура, която да гарантира бърз и лесен достъп до популярните дестинации на територията на Хърватия.

## ИЗВОДИ

1. Дубровник с неговите атрактивни природни и културни забележителности притежава висок потенциал за развитие на туристическия продукт, повишаване на конкурентоспособността и гарантиране на уникалност и отличителност в сравнение с конкурентни дестинации. Международните тенденции показват, че най-обещаващи туристически дестинации са многостранните центрове, съчетаващи исторически и културни забележителности с природни ресурси, които предлагат на своите посетители голямо разнообразие от различни туристически дейности.

2. По отношение на наследството и въпреки факта, че Дубровник получава само малка част от общия европейски пазар на културен туризъм, той непрекъснато увеличава своя туристически потенциал, основавайки се на разнообразието и богатството на своите исторически, културни и монументални ресурси. Безспорен е фактът, че културата е важен сегмент от туристическото предлагане в района на Дубровник.

3. В заключение следва да се отбележи, че маркетинговите цели в бъдеще трябва да бъдат насочени към увеличаването на позицията на културата в туристическото предлагане на града. Това би допринесло не само за повишаване на стойността на историческото и културно наследство, но и ще помогне за ограничаването на негативните влияния от масовия туризъм. В условията на все по-активно наблюдаващи се глобализационни процеси Дубровник трябва да гарантира своята конкурентоспособност, като в това отношение културата е едно от основните конкурентни предимства на града.

4. Въпреки това не е достатъчно единствено наличието на обекти с историческа и културна значимост; необходимо да бъде приложена ясна визия по отношение на бъдещото развитие на културния туризъм в града.

## REFERENCES

- Petkov, I.*, 2016. Specific features of tourist destination competitiveness, D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov.
- Allcock, J.*, 2003. Dubrovnik: the historical and contemporary significance of the Old town, Research unit in South East European studies, University of Bradford.
- Beban, A., Ok, H.*, 2006. Contribution of tourism to the sustainable development of the local community: case studies of Alanya and Dubrovnik, Blekinge Institute of Technology.
- Crouch, G., & Ritchie, J.*, 2000. The competitiveness destination: A sustainability perspective. Tourism management.
- Middleton, W. T. C.*, 1989. Marketing Tourism and Travel, Heinemann Professional Publishing.
- Vellas, F., Becherel, L.*, 1995. International Tourism, Macmillan Business, London.

## Интернет източници

- <http://www2.unwto.org/> - World Tourism Organization.
- [https://www.dzs.hr/default\\_e.htm](https://www.dzs.hr/default_e.htm) - Croatian Bureau of Statistics.