



## BLACK SEA TOURISM FORUM

Проф. д-р Стоян Маринов, проф. д-р Светла Ракаджийска, проф. д-р Иван Марков, проф. д-р Слави Димитров, проф. д-р Георги Георгиев, ас. Веселин Петков, проф. д-р Милен Пенерлиев, проф. д-р Виктор Герасименко, доц. д-р Ирина Давыденко, доц. д-р Соня Алексиева, доц. д-р Борис Борисов, доц. д-р Илинка Терзийска, доц. д-р Пелю Михайлов, доц. д-р Даниела Попова, доц. д-р Огнян Къчев, доц. д-р Десислава Вараджакова, доц. д-р Вера Николова, доц. д-р Мариана Асенова, проф. д-р Васил Маринов, гл.ас. д-р Атанас Казаков, гл.ас. д-р Раденка Митова, доц. д-р Елена Петкова, докт. Стефка Христова, доц. д-р Милена Стоянова, гл.ас. д-р Теодора Ризова, гл.ас. Красимира Янчева, гл.ас. д-р Галина Илиева, докт. Константин Занков, гл.ас. д-р Десислава Алексова, д-р Христина Недалкова, докт. Христина Сантиана, докт. Йоана Огнянова, докт. Олга Белан, Мария Димчева

# МICE ТУРИЗМЪТ: ФЕСТИВАЛИ, ИНСЕНТИВИ, КОНФЕРЕНЦИИ, ИЗЛОЖЕНИЯ



ЧЕРНОМОРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ФОРУМ  
Варна 2019

# ЧЕРНОМОРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ФОРУМ

## Варна 2019

Проф. д-р Стоян Маринов, проф. д-р Светла Ракаджийска,  
проф. д-р Иван Марков, проф. д-р Слави Димитров, проф. д-р Георги Георгиев,  
ас. Веселин Петков, проф. д-р Милен Пенерлиев, проф. д-р Виктор Герасименко,  
доц. д-р Ирина Давыденко, доц. д-р Соня Алексиева, доц. д-р Борис Борисов,  
доц. д-р Илинка Терзийска, доц. д-р Пелю Михайлов, доц. д-р Даниела Попова,  
доц. д-р Огнян Къчев, доц. д-р Десислава Вараджакова, доц. д-р Вера Николова,  
доц. д-р Мариана Асенова, проф. д-р Васил Маринов, гл.ас. д-р Атанас Казаков,  
гл.ас. д-р Радена Митова, доц. д-р Елена Петкова, докт. Стефка Христова,  
доц. д-р Милена Стоянова, гл.ас. д-р Теодора Ризова, гл.ас. Красимира Янчева,  
гл.ас., д-р Галина Илиева, докт. Константин Занков, гл.ас. д-р Десислава Алексова,  
д-р Христина Недялкова, докт. Христина Сантиана, докт. Йоана Огнянова,  
докт. Олга Белан, Мария Димчева

# MICE ТУРИЗЪМЪТ: ФЕСТИВАЛИ, ИНСЕНТИВИ, КОНФЕРЕНЦИИ, ИЗЛОЖЕНИЯ

## ДВАНАДЕСЕТИ ЧЕРНОМОРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ ФОРУМ ВАРНА, 2019

дългогодишните традиции и ритуали на българския фолклор. Ако фолклорът е възможност за изразяване на същността на българската душа, то този фестивал е място за изразяване на същността на българския народ. Той е място за съвместен разговор между поколения, между поколение и поколение, между поколение и природата, между поколение и миналото, между поколение и бъдещето.

Същността на фестивала е възможност за съвместен разговор между поколения, между поколение и природата, между поколение и миналото, между поколение и бъдещето.

MINISTRY OF TOURISM OF THE REPUBLIC OF BULGARIA

1 Габровска улица, София, 1000 | Уебсайт: [www.mts.government.bg](http://www.mts.government.bg)

## MICE туризъмът: фестивали, инсентиви, конференции, изложения

Copyright ©

Проф. д-р Стоян Маринов, проф. д-р Светла Ракаджийска,  
проф. д-р Иван Марков, проф. д-р Слави Димитров, проф. д-р Георги Георгиев,  
ас. Веселин Петков, проф. д-р Милен Пенерлиев, проф. д-р Виктор Герасименко,  
доц. д-р Ирина Давыденко, доц. д-р Соня Алексиева, доц. д-р Борис Борисов,  
доц. д-р Илинка Терзийска, доц. д-р Пело Михайлов, доц. д-р Даниела Попова,  
доц. д-р Огнян Къчев, доц. д-р Десислава Вараджакова, доц. д-р Вера Николова,  
доц. д-р Мариана Асенова, проф. д-р Васил Маринов, гл.ас. д-р Атанас Казаков,  
гл.ас. д-р Раденка Митова, доц. д-р Елена Петкова, докт. Стефка Христова,  
доц. д-р Милена Стоянова, гл.ас. д-р Теодора Ризова, гл.ас. Красимира Янчева,  
гл.ас., д-р Галина Илиева, докт. Константин Занков, гл.ас. д-р Десислава Алексова,  
д-р Христина Недялкова, докт. Христина Сантиана, докт. Йоана Огнянова,  
докт. Олга Белан, Мария Димчева

© Славена, Варна, 2019

ISBN 978-619-190-149-4

## СЪДЪРЖАНИЕ

<b>Проф. д-р Стоян Marinov .....</b>	<b>11</b>
<i>Икономически университет – Варна</i>	
МАЙС туризъм: съвременни теоретико-практически аспекти	
<b>Проф. д-р Светла Ракаджийска.....</b>	<b>25</b>
<i>Икономически университет – Варна</i>	
За потенциала на специалните събития като нишови туристически продукти	
<b>Проф. д-р Иван Марков, проф. д-р Слави Димитров .....</b>	<b>42</b>
<i>Великотърновски университет „Св. Св. Кирил и Методий“</i>	
Делови туризъм: Възможности за развитие във Велико Търново	
<b>Проф. д-р Георги Георгиев .....</b>	<b>56</b>
<i>Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград</i>	
Класификация и характеристика на елементите на нематериалното културно наследство в страните от Югоизточна Европа и развитието на туризма	
<b>Ас. Веселин Петков, проф. д-р Милен Пенерлиев .....</b>	<b>80</b>
<i>Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“</i>	
Кулинарните фестивали – предпоставка за запазване на местната и национална идентичност в България	
<b>Проф. д-р Виктор Герасименко, доц. д-р Ирина Давыденко..</b>	<b>92</b>
<i>Одески национален икономически университет</i>	
Международный кинофестиваль как объект маркетинговых исследований	

<b>Доц. д-р Соня Алексиева .....</b>	<b>100</b>
<i>Нов български университет</i>	
„Панаирът на туризма и свободното време“ във Варна – ретроспекция на проблемите пред публичния и частния сектор в отрасъла	
<b>Доц. д-р Борис Борисов .....</b>	<b>118</b>
<i>Университет по библиотекознание и информационни технологии – София</i>	
Дигитални ресурси на туристическата индустрия	
<b>Доц. д-р Илинка Терзийска .....</b>	<b>126</b>
<i>Югозападен университет „Неофит Рилски“ – Благоевград</i>	
Винени фестивали и събития – типология и тенденции в България	
<b>Доц. д-р Пело Михайлов .....</b>	<b>137</b>
<i>Аграрен университет – Пловдив</i>	
MICE туризмът в концепцията за туристическо райониране на България от 2015 г.	
<b>Доц. д-р Даниела Попова .....</b>	<b>149</b>
<i>Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“</i>	
MICE туризмът и културното наследство в перспектива	
<b>Доц. д-р Огнян Къчев.....</b>	<b>161</b>
<i>Варненски свободен университет „Черноризец Храбър“</i>	
Спортните активности като основа за инсентив пътуване в туризма	
<b>Доц. д-р Десислава Вараджакова .....</b>	<b>170</b>
<i>Национален институт по геодезия, геофизика и география – БАН</i>	
MICE туризмът в ерата на дигиталната трансформация	

<b>Докт. д-р Вера Николова, доц. д-р Мариана Асенова, проф. д-р Васил Marinov, гл.ас. д-р Атанас Казаков, гл.ас. д-р Раденка Митова .....</b>	<b>183</b>
<i>Софийски университет „Св. Климент Охридски“ Кулинарните празници и фестивали в България като културно-туристически атракции</i>	
<b>Докт. Стефка Христова, доц. д-р Милена Стоянова .....</b>	<b>198</b>
<i>Икономически университет – Варна, Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“ Конкурентните предимства на Община Варна като дестинация за MICE туризъм</i>	
<b>Гл. ас. д-р Теодора Ризова .....</b>	<b>208</b>
<i>Нов български университет Събитийният туризъм в контекста на индустрията на свободното време</i>	
<b>Гл.ас. д-р Красимира Янчева .....</b>	<b>217</b>
<i>Икономически университет – Варна Възможности за развитие на MICE туризъм в град Варна (на примера на културно-развлекателен комплекс „Морско Казино“)</i>	
<b>Д-р Галина Илиева.....</b>	<b>231</b>
<i>Икономически университет – Варна Предимства и недостатъци на туристически комплекс „Златни пясъци“ като дестинация за MICE туризъм</i>	
<b>Докт. Константин Занков, гл.ас. д-р Десислава Алексова ....</b>	<b>245</b>
<i>Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Международно висше бизнес училище – Ботевград Фестивалният туризъм като стимул за повишаване конкурентоспособността на хотелите и дестинациите</i>	

<b>Д-р Христина Недялкова .....</b>	<b>258</b>
<i>Съюз на екскурзоводите в България</i>	
Екскурзоводска интерпретация в рамките на MICE туризма	
<b>Докт. Христина Сантиана.....</b>	<b>266</b>
<i>Икономически университет – Варна</i>	
Тенденции в развитието на дейността на туристическите агенции в условия на е-бизнес	
<b>Докт. Йоана Огнянова.....</b>	<b>281</b>
<i>Университет за национално и световно стопанство – София</i>	
Кулинарните събития като част от MICE туризма	
<b>Докт. Олга Белан.....</b>	<b>291</b>
<i>Икономически университет – Варна</i>	
Место и значение фестивалей для формирований бренда территории	
<b>Мария Димчева .....</b>	<b>307</b>
<i>Икономически университет – Варна</i>	
Състояние и перспективи за развитие на конгресен туризъм във веригата A Hotels на Северното Черноморие	

## КУЛИНАРНИТЕ ПРАЗНИЦИ И ФЕСТИВАЛИ В БЪЛГАРИЯ КАТО КУЛТУРНО-ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ<sup>1</sup>

*Доц. д-р Вера Николова, доц. д-р Мариана Асенова,  
проф. д-р Васил Маринов, гл. ас. д-р Атанас Казаков,  
гл. ас. д-р Раденка Митрова, доц. д-р Елена Петкова*

*Софийски университет „Св. Климент Охридски“,  
катедра „География на туризма“*

**Абстракт:** На картата на кулинарните дестинации в света България не се намира сред най-познатите страни. Страната обаче притежава интересни и автентични кулинарни традиции и практики, които могат да я направят потенциална кулинарна дестинация. Богатите кулинарни традиции в България и техните регионални особености са основа за създаване на специфични за страната кулинарни празници, фестивали и събори, които са важна туристическа атракция и привличат многобройни посетители. Целта на настоящото изследване е да се проучат кулинарните празници и фестивали като културно-туристически атракции, представляващи елемент на продукта на кулинарния туризъм в България и да се очертаят техните регионални специфики.

**Ключови думи:** кулинарни традиции, фестивали, културно-туристически атракции.

### **Въведение**

#### *Култура и културно наследство*

В последните години, в резултат на демократизацията на културата, нарастващото сближаване на културите и промененото ежедневие на хората, на културата се приписват допълнителни значения и функции (Richards<sup>2</sup>, 2001). По-специално в ЕС културата се

<sup>1</sup> Изследването е проведено през 2019 г. в изпълнение на ангажиментите на СУ „Св. Кл. Охридски“ като водещ партньор по изпълнение на Националната научна програма „Културноисторическо наследство, национална памет и обществено развитие“, финансирана от Министерството на образованието и науката.

<sup>2</sup> Richards, G. (2001) The Development of Cultural Tourism in Europe. In: Cultural Attractions and European Tourism. (Ed. G. Richards), CABI, 269 p.

разглежда като основен ресурс, който не само може да се използва за разкриване на нови работни места, но също така може да развие културната хармония между страните членки. Цитирайки Littrel<sup>3</sup> (1997), Richards (2001) посочва, че културата е широкообхватно понятие и включва какво мислят хората (нагласи, вярвания, идеи и ценности), какво правят хората (модели на поведение или начин на живот) и какво сътворяват хората (произведения на изкуството, артефакти, културни продукти).<sup>4</sup> Следователно културата се състои от процеси (идеи и начин на живот на хората) и продукти от тези процеси (стгради, артефакти, изкуство, обичаи, „атмосфера“).

Ruoss и Alfarè<sup>5</sup> (2013) очертават рамката на културното наследство, като посочват, че то е много повече от „камъни и кости“ от миналото. Това са всички аспекти на миналото и настоящето, които една общност счита за ценни и желае да предаде на бъдещите поколения. Те проследяват и трансформацията в разбирането за културното наследство във времето, като обобщават, че в миналото то е включвало само паметници и велики произведения на изкуството, т.е. културното значение е било функция на висока естетическа стойност или на връзката с важен човек или историческо събитие. Днес обаче, в допълнение към естетическите и историческите ценности, се вземат под внимание и социални ценности като традиционни практики или вярвания. По тази причина определението за културно наследство стана много по-широко и включва и нематериалното наследство, обхващайки всички творчески изяви от съществуването на хората в миналото, които са предадени на сегашното поколение. Според същите автори проявите на културното наследство могат да бъдат групирани в две широки категории:

<sup>3</sup> Littrell, M. A. (1997) Shopping experiences and marketing of culture to tourists. In Robinson, M., Evans, N. and Callaghan, P. (eds) *Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing*. Centre for Travel and Tourism, University of Northumbria, pp.107–120.

<sup>4</sup> Richards, G. (2001) *The Development of Cultural Tourism in Europe*. In: *Cultural Attractions and European Tourism*. (Ed. G. Richards), CABI, 269 p.

<sup>5</sup> Ruoss, E., L. Alfarè (Eds.) (2013) *Sustainable Tourism As Driving Force For Cultural Heritage Sites Development. Planning, Managing and Monitoring Cultural Heritage Sites in South East Europe*. CHERPLAN, 2013, 163 p. [www.cherplan.eu](http://www.cherplan.eu)

- *Материално наследство*: физическо проявление или символ на културни изяви или традиции на обществата, които живеят или са живели в района. Примери за материално наследство са паметници, традиционни сгради, археологически обекти, храмове, исторически градове и др. Материалното наследство може да бъде допълнително класифицирано като недвижимо или движимо, в зависимост от това дали обектите на културното наследство могат да бъдат премествани или не.

- *Нематериално наследство*: нефизическо проявление на културните изяви и традиции на обществото, което има своите корени в културните ценности и практики на предишните поколения. Примери за нематериално наследство са традиционни начини на живот, социални практики, фестивали, музика, занаятчийство и др.

Определението за културно наследство, дадено в Заключенията на Съвета на Европейския съюз от май 2014 г. (2014/C 183/08), гласи, че културното наследство се състои от ресурсите, наследени от миналото, във всички форми и аспекти – материални, нематериални и дигитални (създадени като цифрови и дигитализирани), включително паметници, обекти, пейзажи, умения, практики, знания и изяви на човешкото творчество, както и колекции, запазени и управлявани от публични и частни органи като музеи, библиотеки и архиви. Освен това се посочва, че културното наследство е невъзобновяем ресурс, който е уникален, незаменим или неразменим и понастоящем се сблъсква с важни предизвикателства, свързани с културните, екологичните, социалните, икономическите и технологичните трансформации, които засягат всички аспекти на съвременния живот<sup>6</sup>.

С приемането на Конвенцията за защита на световното културно и природно наследство<sup>7</sup> на ЮНЕСКО през 1972 г., световното

<sup>6</sup> Council conclusions of 21 May 2014 on cultural heritage as a strategic resource for a sustainable Europe (2014/C 183/08) Official Journal of the European Union, 14.6.2014. [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614\(08\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614(08)&from=EN)

<sup>7</sup> Конвенция за защита на световното културно и природно наследство, <https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2016/01/Convention-1972-BG.pdf>

наследство се разглежда в два аспекта – културен и природен. Според член 1 на същата конвенция „културното наследство“ включва: паметниците, ансамблите и забележителните места с изключително световно значение от гледна точка на историята, естетиката, етнологията или антропологията. През последните десетилетия терминът „културно наследство“ значително се разшири и то отчасти поради разработените нормативни документи от ЮНЕСКО. Културното наследство не се разглежда само като недвижими паметници и колекции от предмети, а се взема под внимание и неговият „жив“ аспект. През 2003 г. е приета Конвенцията за опазване на нематериалното културно наследство<sup>8</sup>, в която то се дефинира като „обичаите, формите на представяне и изразяване, знанията и уменията, а така също и свързаните с тях инструменти, предмети, артефакти и културни пространства, признати от общностите, групите, а в някои случаи и отделните лица като част от тяхното културно наследство“.

### *Културен туризъм*

Културният туризъм е замислен като дилема между културата и туризма (Richards<sup>9</sup>, 2001), като отвъд традиционното разбиране за него като посещение на обекти и паметници (културни продукти от миналото) посоченият автор включва и начина на живот на посещаваните райони (вкл. съвременната култура), подчертавайки, че и двете дейности водят до нови преживявания, събирали на нови знания и опит.

В продуктовото портфолио на България<sup>10</sup> културният туризъм е поставен непосредствено след морската рекреация и ски туризма и е сред стратегическите приоритети по отношение на продуктовото

<sup>8</sup> Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство, <https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2016/01/Convention-2003-BG.pdf>

<sup>9</sup> Richards, G. (2001) The Development of Cultural Tourism in Europe. In: Cultural Attractions and European Tourism. (Ed. G. Richards), CABI, 269 p.

<sup>10</sup> Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014–2030 г. Актуализирана версия 2017 г. [http://www.tourism.govtment.bg/sites/tourism.govtment.bg/files/documents/2018-01/nsurtb\\_2014–2030.pdf](http://www.tourism.govtment.bg/sites/tourism.govtment.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014–2030.pdf)

развитие, като се предвижда вниманието да се фокусира върху решаване на проблемите, свързани с развитието и управлението на атракциите и осигуряването на качествено туристическо преживяване.

#### *Културно-туристически атракции*

Swarbrooke (2002) разглежда атракциите като най-важния компонент в туристическа система, които представляват основните мотиватори за туристически пътувания и са ядрото на туристическия продукт. Edelheim (2015) анализира избрани дефиниции на термина „туристическа атракция“ и прави извода, че общото между тях е, че разглеждат атракциите като обекти, пространства, места или отличителни характеристики и събития, които представляват управляеми единици. Според Richards (2001) „културните атракции“ включват както атракциите, основани на наследството, така и атракциите, създадени на базата на изкуството или казано по друг начин могат да се оформят две големи групи културни атракции – атракции, основаващи се на продукти (като музеи, показващи материалната култура) и атракции, базирани на културата като процес (културни събития и фестивали).

Терминът „туристическа атракция“ се появява за първи път в туристическото законодателство на България през 2013 г. Законът за туризма от 2013 г.<sup>11</sup>, включително и актуалният към средата на 2019 г., съдържа в Допълнителните разпоредби дефиниция, според която „туристическа атракция е природен, културен или целенасочено създаден обект от туристически интерес, най-често свързан с природно, материално или нематериално културно наследство и/или историческо събитие, или изкуствено създаден обект с развлекателна цел, предоставящ услуги с познавателна или образователна цел и/или възможности за отдих или забавление.“

#### *Кулинарен туризъм*

В съвременната литература се използват различни термини за определяне на кулинарния туризъм (хранителен, гастрономичен или дегустационен туризъм). Независимо от наименованието основна туристическа атракция за кулинарните пътувания са храната,

<sup>11</sup> Закон за туризма. Обн., ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г., в сила от 26.03.2013 г., посл. изм. и доп., бр. 37 от 4.05.2018 г., в сила от 4.05.2018 г.

напитките, начинът на хранене и умението за приготвяне на храна, обичаите и обредите, свързани с хранителните навици и традиции на отделните общности, които са част от нематериалното културно наследство. Кулинарните фестивали, изложби, конкурси и дегустации допълват богатата гама от атракции и генерираят допълнителен туристически интерес не само за специализирани туристически пътувания, но и за по-широка аудитория от туристическа публика.

Според World Food Travel Association „Кулинарният туризъм днес включва пълната гама от преживявания – обучение или курсове по готвене, посещения на производители, наслаждаване на уличната храна, опознаване на традициите на местните жители, посещение на винарни или различни традиционни ресторант.“<sup>12</sup> Има по нещо за всеки в индустрията на кулинарния туризъм. Днес той добива много по-обхватно поле на дейност и задоволяване на различни вкусове и интереси. Кулинарният туризъм се е превърнал в „търсене и наслада от уникални и запомнящи се преживявания с хrани и напитки, както в далечни, така и в близки дестинации“.<sup>13</sup>

Кулинарният туризъм се възприема като част от пазара на културния туризъм. Водеща роля в този вид туризъм заемат кулинарните маршрути, фестивали и събития. Според Lee and Arcodia (2011) кулинарните фестивали са разрастващ се феномен и се превръщат в много интересна форма за отдих и туристическа атракция<sup>14</sup>. Същите автори посочват, че спрямо другите видове фестивали те се разглеждат като една от най-добрите алтернативни възможности за развитие на туризма на регионално ниво, тъй като водят до добавяне на стойност към вече съществуващи продукти, стимулирайки местната икономика и допринасяйки за нейната устойчивост. Не е без значение и фактът, че чрез тях се повишава осведомеността за дестинацията, гради се имидж, основан на местната идентичност и

<sup>12</sup> World Food Travel Association. What is Food Tourism? <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/>

<sup>13</sup> Wolf, E. (2002). Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. Portland: International Culinary Tourism Taskforce.

<sup>14</sup> Lee, I., C. Arcodia (2011) The role of regional food festivals for destination branding, International Journal of Tourism Research, vol. 13, no. 4, pp. 355–367.

много често е налице положителен ефект за дестинационния брандинг.

### *Регистър на туристическите фестивали и събития<sup>15</sup>*

През 2016 г. Министерството на туризма разработва онлайн регистър, достъпен през интернет сайта на министерството, който обединява всички фестивали и други събития, които генерират туристически интерес и надгражда онлайн регистъра на туристическите атракции. Информацията за фестивалите и събитията като цяло е налична, но е разпръсната между няколко институции и чрез регистъра е обединена и направена достъпна за всички. През август 2019 г. Министерският съвет одобри проект за изменения в Закона за туризма, отнасящи се до туристическите атракции, които предвиждат създаване на Национален регистър на туристическите забележителности, туристическите фестивали и събития, които имат висока степен на привлекателност за туристите, като вписването в него ще се осъществява по специален ред.

### **Методология**

Целта на настоящото изследване е да се проучат кулинарните празници и фестивали като културно-туристически атракции, представляващи елемент на продукта на кулинарния туризъм в България и да се очертаят техните регионални специфики. Основните задачи за постигане на целта са:

- Изясняване на основни понятия, свързани с кулинарния туризъм и разглеждането му като културно-туристическа атракция;
- Проучване на търсенето на културно-туристически атракции (по-специално на кулинарните елементи на туристическия продукт);
- Проучване на предлагането на културно-туристически атракции под формата на кулинарни празници и фестивали.

Проучването на търсенето на културно-туристически атракции е осъществено под формата на анкетно проучване с посетители на културно-исторически атракции. В периода 25.06-01.07.2019 г. са анкетирани 668 посетители на 30 обекта, определени като ту-

<sup>15</sup> Министерство на туризма. Регистър на туристическите фестивали и събития, <http://rta.tourism.govtment.bg/TFRegister.aspx>

ристически атракции, основани на културното наследство, които са разположени в четири ареала: Копривщица – Хисаря – Казанлък, Велико Търново – Габрово – Трявна, Русе и близки до него обекти и Плевен – Ловеч.

Проучването на предлагането на кулинарни празници и фестивали е извършено чрез преглед, класификация и анализ на събитията, подадени от общините в България и вписани в Регистъра на туристическите фестивали и събития (РТФС). Регистърът включва общо 1869 събития, но след подробен преглед беше установено, че повторно са вписани 120 събития, което намалява общия брой на 1749. Броят на регистрираните кулинарни фестивали и събития е 137 – 7,8% от всички вписани в Регистъра, подадени от 76 общини. Трябва да се отбележи, че част от общините в страната не са подали информация и не са регистрирани никакви техни събития. Това са 70 общини – 26,4% от всички, сред които се открояват някои от големите и активни културни и туристически дестинации в България, каквито са София, Сливен, Пазарджик, Хисаря, Котел, Сапарева баня, Батак, Гоце Делчев и др.

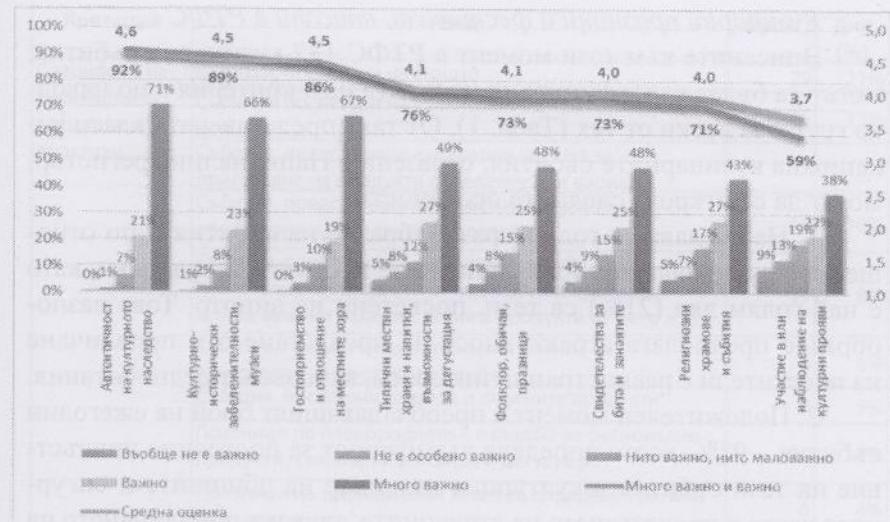
## Резултати

### *Търсене на културно-туристически атракции и кулинарните им елементи*

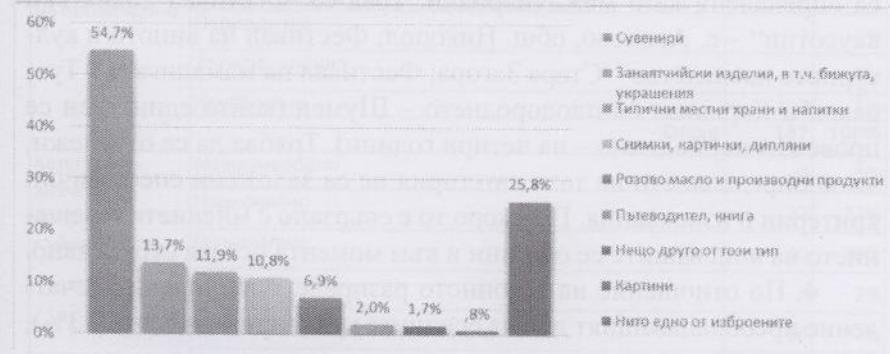
При проучването на туристическото търсене на респондентите е зададен въпрос за значението на различни елементи и характеристики на културното наследство при избора на дестинация за настоящето им пътуване (фиг. 1).

**Фиг. 1.** Важност на елементите на културното наследство при избора на дестинация

Te са оценявани по петстепенна скала. Местните хrани и напитки, както и фолклорът, обичаите и празниците са в групата характеристики, определени като много важни (фиг. 1), със средна оценка около 4 и дял на отговорите «много важно» и «важно» между 71% и 76%, съответно типични местни хrани и напитки и възможности за дегустация (4,1; 76%) и фолклор, обичаи и празници (4,1; 73%).



**Фиг. 2.** Дял на респондентите, купили продукти, свързани с културното наследство и посетената атракция



\* Сумата от отговорите надхвърля 100%, тъй като е възможен повече от един отговор

Три четвърти от респондентите (74,2%) са купили продукти, свързани с културното наследство или самата атракция (фиг. 2). Освен сувенири (54,7%) респондентите купуват също занаятчийски изделия (13,7%), но и типични местни храни и напитки (11,9%).

*Кулинарни празници и фестивали, вписани в РТФС*

Вписаните към този момент в РТФС 137 кулинарни събития, могат да бъдат класифицирани на базата на 4 критерия в по няколко групи за всеки от тях (Табл. 1). От така представената класификация на кулинарните събития, отразени в Националния регистър, могат да се откроят следните особености:

1. Наблюдава се голямо разнообразие на събитията по отношение на спецификата на кулинарните продукти и практики, като с най-голям дял (21%) са тези, посветени на виното. Това разнообразие предполага атрактивност на предлагането и привличане на посетители с разностранни интереси, вкусове и предпочитания.

2. Положителен момент е преобладаващият брой на ежегодни събития – 93%, което определя възможност за постоянно присъствие на тези събития в културния календар на общините и сигурност както в предлагането на атракциите, така и в привличането на посетители.

3. Към този момент само четири от кулинарните събития (3%) са определени като международни. Това са: Фестивал „Банатски вкусотии“ – с. Асеново, общ. Никопол; Фестивал на виното и културното наследство – Стара Загора; Фестивал на мамалигата – Тутракан и Карнавал на плодородието – Шумен (който единствен се провежда периодично – на четири години). Трябва да се отбележи, че за определянето на тази категория не са заложени специфични критерии и изисквания. По-скоро то е свързано с мнението и решението на вписващите се общини и към момента остава субективно.

4. По отношение на сезонното разпределение, прави впечатление преобладаващият дял на есенните кулинарни събития (43%), което е продиктувано от естествения стопански цикъл по нашите земи, зависим от сезоните – прибирането на реколтата, обредните традиции, свързани с храната и плодородието като част от фактите, които определят тази особеност. Особено активни са месеците септември – с 33 събития (24%) и октомври – с 21 събития (15%).

**Табл. 1** Класификация на кулинарните събития в България, вписани в РТФС (2019 г.)

Критерий	Вид	Брой	Дял (%)
Специфика на кулинарните продукти и практики	Събития, посветени на виното	29	21%
	Събития, посветени на житото, хляба и др. продукти от брашно	18	13%
	Събития, представящи кулинарни умения за приготвяне на продукти от зеленчуци и варила	17	12%
	Събития, представящи кулинарни умения за приготвяне на продукти от плодове	14	10%
	Събития, представящи кулинарни умения за приготвяне на продукти от животински произход – мяко, млечни изделия, ястия и продукти от месо и др.	11	8%
	Събития, представящи кулинарни умения за приготвяне на продукти от риба	8	6%
	Събития, посветени на меда и пчелните продукти	7	5%
	Празници на плодородието – изложби на регионални продукти, кулинарни изложби и дегустации	11	8%
	Празници на традиционни ястия за определен регион или селище	6	4%
	Други кулинарни фестивали и празници*	16	12%
	<b>Общо</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>
Периодичност на провеждане	Ежегодно	127	93%
	Периодично	1	1%
	За първа година	2	1%
	Неуточнени	7	5%
	<b>Общо</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>
Категория – значение и популярност на събитието	Международно	4	3%
	Национално	32	23%
	Регионално	40	29%
	Общинско	3	2%
	Местно	56	41%
	Друго	2	1%
	<b>Общо</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>
Сезон на провеждане	Пролетни	19	14%
	Летни	32	23%
	Есенни	59	43%
	Зимни	26	19%
	Неуточнени	1	1%
	<b>Общо</b>	<b>137</b>	<b>100%</b>

\* Такива са, например, някои празници и фестивали, посветени на традиционни хранителни продукти и напитки, като „Празник на сланината и гречаната ракия“ в гр. Априлци, „Фестивал на бирата в с. Колевча“ – община Каспичан, „Ракия магия“ в гр. Дряново, както и някои кулинарни фестивали с по-общ или с конкурсен характер, като Националният кулинарен фестивал „Пъстра трапеза на гости на с. Джулюница“ – общ. Лясковец, Регионален кулинарен и фолклорен фестивал „Празник на шарената сол“ – Панагюрище и др.

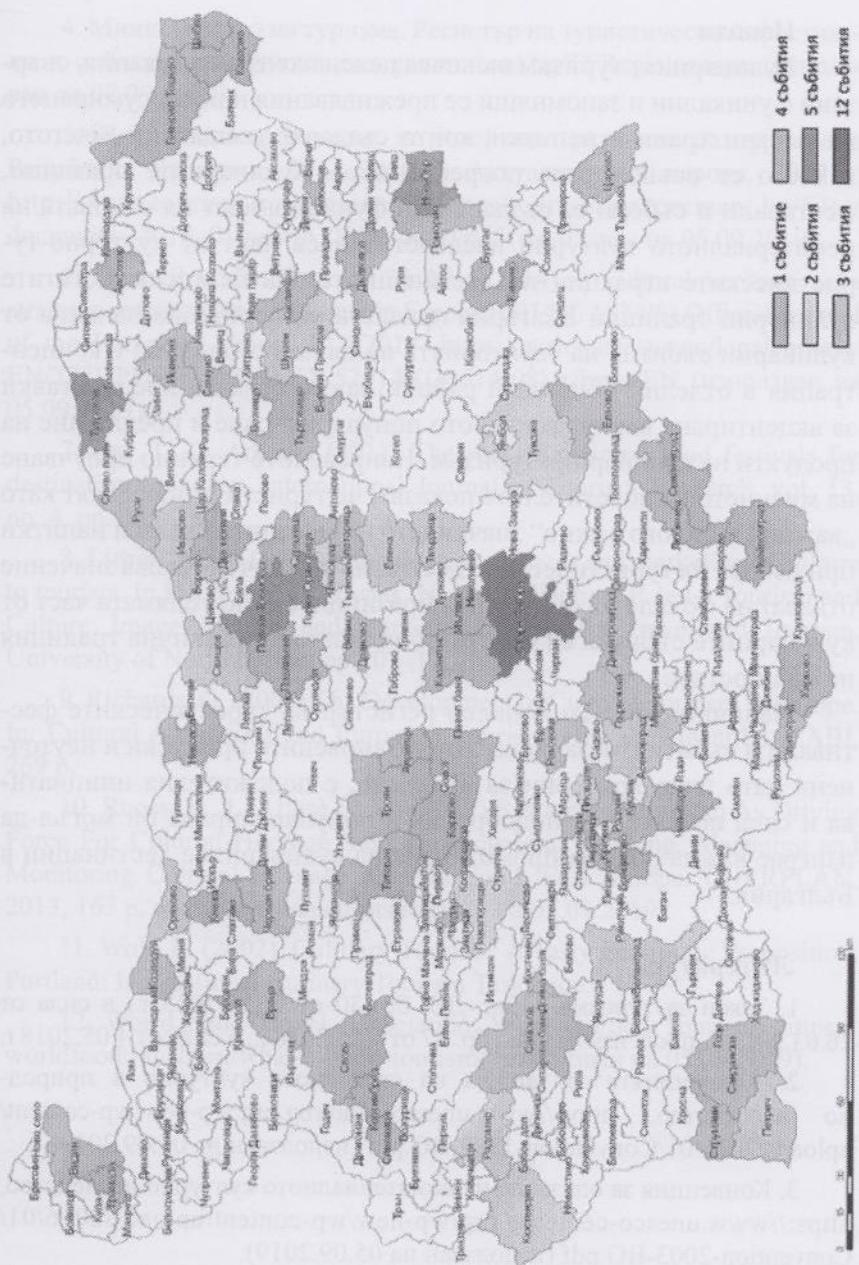
### *Териториално разпределение на кулинарните събития*

Териториалното разпределение на кулинарните празници в страната е продиктувано както от местните и регионални традиционни практики в приготвянето на храна и обредната празничност, така и от географската специфика на територията и зависещото от това наличие на определени продукти. По-голямата част от кулинарните събития (59%) са концентрирани в общините от равнинните, котловинни, хълмисти и платовидни райони на страната. Това се определя от наличието на по-богата ресурсна база за производство на хrани и кулинарни продукти и наложената в годините традиция в обредната празнична система на тези райони. Останалите събития се поделят почти поравно между планинските (22%) и крайбрежните (19%) – крайморски и крайдунавски общини (фиг. 3).

### **Фиг. 3. Териториално разпределение на кулинарните събития**

Повечето от 76-те общини, вписали кулинарни събития в регистъра, имат само по едно събитие. Това са 62% от общините. С най-много регистрирани кулинарни събития са: община Стара Загора – 12; общини Горна Оряховица, Полски Тръмбеш, Несебър и Тутракан – по 5; общини Златоград, Каспичан и Царево – по 4; общини Казанлък, Самоков, Раковски и Генерал Тошево – по 3.

Очертават се някои силни кулинарни дестинации, предлагачи атрактивни кулинарни събития – Тракийска, Североизточна, Среднодунавска равнина, Южно Черноморие и отделни кулинарни центрове в планински територии, в близост до големи курорти.



## **Изводи**

Кулинарният туризъм включва целенасочени пътувания, свързани с уникални и запомнящи се преживявания при консумирането на местни храни и напитки, които създават усещане за мястото, в което се съществува потреблението. Кулинарните празници, фестивали и събори са създадени и функционират на основата на нематериалното културно наследство и са част от културно-туристическите атракции на дестинациите. На базата на богатите кулинарни традиции България предлага разнообразна палитра от кулинарни събития на територията на цялата страна, но с концентрация в отделни общини и райони, което създава предпоставки за акцентиране върху засиленото популяризиране и предлагане на продукти на кулинарния туризъм. Направеното теренно проучване на мнението на посетителите показва, че туристите определят като „важно“ и „много важно“ значението на местните храни и напитки при избора на туристическите дестинации и почти такова значение отдават на фолклора, обичаите и празниците, а по-голямата част от кулинарните събития са част от обичайната и празнична традиция на общностите.

Наличието на Национален регистър на туристическите фестивали и събития, независимо от установените пропуски и неуточнени като цяло критерии за вписване, е положителна инициатива и след необходими подобрения и популяризиране би могъл да изиграе важна роля за промотиране на кулинарните дестинации в България.

## **Литература**

1. Закон за туризма. Обн., ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г., в сила от 26.03.2013 г., посл. изм. и доп., бр. 37 от 4.05.2018 г., в сила от 4.05.2018 г.
2. Конвенцията за защита на световното културно и природно наследство, <https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2016/01/Convention-1972-BG.pdf> (използван на 05.09.2019).
3. Конвенция за опазване на нематериалното културно наследство, <https://www.unesco-centerbg.org/wp-new/wp-content/uploads/2016/01/Convention-2003-BG.pdf> (използван на 05.09.2019).

4. Министерство на туризма. Регистър на туристическите фестивали и събития. <http://rta.tourism.govtment.bg/TFRegister.aspx> (използван на 07.09.2019).
5. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България, 2014–2030 г. Актуализирана версия, 2017 г. [http://www.tourism.govtment.bg/sites/tourism.govtment.bg/files/documents/2018-01/nsurtb\\_2014-2030.pdf](http://www.tourism.govtment.bg/sites/tourism.govtment.bg/files/documents/2018-01/nsurtb_2014-2030.pdf) (използван на 05.09.2019).
6. Council conclusions of 21 May 2014 on cultural heritage as a strategic resource for a sustainable Europe (2014/C 183/08) Official Journal of the European Union, 14.6.2014. [https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614\(08\)&from=EN](https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52014XG0614(08)&from=EN) (използван на 05.09.2019).
7. Lee, I., C. Arcodia (2011) The role of regional food festivals for destination branding, International Journal of Tourism Research, vol. 13, no. 4, pp. 355–367.
8. Littrell, M. A. (1997) Shopping experiences and marketing of culture to tourists. In Robinson, M., Evans, N. and Callaghan, P. (eds) Tourism and Culture: Image, Identity and Marketing. Centre for Travel and Tourism, University of Northumbria, pp.107–120.
9. Richards, G. (2001) The Development of Cultural Tourism in Europe. In: Cultural Attractions and European Tourism. (Ed. G. Richards), CABI, 269 p.
10. Ruoss, E., L. Alfarè (Eds.) (2013) Sustainable Tourism As Driving Force For Cultural Heritage Sites Development. Planning, Managing and Monitoring Cultural Heritage Sites in South East Europe. CHERPLAN, 2013, 163 p. [www.cherplan.eu](http://www.cherplan.eu) (използван на 05.09.2019).
11. Wolf, E. (2002). Culinary Tourism: A Tasty Economic Proposition. Portland: International Culinary Tourism Taskforce.
12. World Food Travel Association. What is Food Tourism? <https://worldfoodtravel.org/what-is-food-tourism/> (използван на 05.09.2019).