



# **ДИПЛОМНА РАБОТА**

**НА ТЕМА:**

## **ФАКТОРИ В КУЛТУРНАТА СРЕДА, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ**

Изготвил:

Научен ръководител:

*Варна, 2014*

## **СЪДЪРЖАНИЕ:**

### **ГЛАВА 1 РОЛЯ И ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КУЛТУРАТА И ТУРИЗМА ВЪРХУ ПРИВЛЕКАТЕЛНОСТТА НА ДЕСТИНАЦИИТЕ**

**1.1. Взаимодействие между културата и туризма**

**1.2. Културата и туризмът като движеща сила за регионалната привлекателност и конкурентоспособност**

### **ГЛАВА 2 КОНЦЕПЦИИ В ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛИТЕ В ТУРИЗМА. МОТИВАТОРИ.**

**2.1. Общи модели.**

**2.2. Модели в туризма**

**2.3. Факторите, влияещи на процеса на покупка на туристически продукт.**

**2.4. Мотиватори**

### **ГЛАВА 3 ФАКТОРИ В КУЛТУРНАТА СРЕДА, ВЛИЯЕЩИ ВЪРХУ ПОВЕДЕНИЕТО НА ПОТРЕБИТЕЛЯ НА МЕЖДУНАРОДНИТЕ ПАЗАРИ**

**3.1. Методика, обхват, цели и задачи на анкетното проучване.**

**3.2. Анализ и интерпретация на резултатите от анкетните карти.**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

**ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА**

**ПРИЛОЖЕНИЕ 1**

## **ВЪВЕДЕНИЕ**

Културата и туризмът имат взаимно изгодни отношения, които могат да спомогнат за засилване привлекателността и конкурентоспособността на регионите и страните. Културата е все по-важен елемент на туристическия продукт, който също създава отличителен характер в един претъпкан глобалния пазар. В същото време, туризмът е важно средство за повишаване на културата и създаване на доход, който може да поддържа и засили културното наследство, културното производство и креативност. Създаването на силна връзка между туризма и културата може да помогне на дестинациите да станат по-привлекателни и конкурентоспособни като места, които да посещаваме, в които да се живее, работи и инвестира.

Целта на дипломната работа е да се изследва влиянието на културните фактори върху поведението на туристите.

За постигането на тази цели са дефинирани следните задачи:

1) В първа глава да се анализира връзката между туризма, култура и привлекателността и конкурентоспособността на туристическите дестинации посредством:

- Преглед на национален и регионален опит и практики на дестинации, където културните ресурси са мотиватори на цялостната привлекателност;

- Изследване развитието на туристическото производство и процесът на разпределение във връзка с културните ресурси;

- Идентифициране на факторите за успеха или провала на инициативи за повишаване на привлекателността на дестинации за посетители, жители или инвеститори.

В тази глава на дипломната работа ще се акцентира върху нарастващата връзка между туризма и културата, както и начина, по който те заедно са се превърнали в основните двигатели на регионалната привлекателност и конкурентоспособност.

Въз основа на редица казуси, събрана от ОИСР, както и от външни материали, анализът идентифицира най-добрите практики и най-ефективните политики за повишаване на привлекателността на туристическите дестинации, с акцент върху културните ресурси.

2) Във втора глава ще се разгледат моделите за вземане на решение за покупка, както и факторите, които влияят на туристите да закупят конкретен туристически продукт. Голямата част от моделите за поведението на потребителите в туризма са линейни и доста опростени в сравнение с общите модели на поведение на потребителите. И въпреки това, предвид разнообразните характеристики на туризма означава, че поведението на потребителите в областта на туризма, неизбежно ще бъде много сложно.

3) Формиране на профила на туристите.

Наличните данни за връзката между културата, туризма и регионално развитие са донякъде ограничени. Въпреки, че културата е основен мотиватор за туризма, относително малко на брой страни или региони събират конкретни данни за обема или модели на потребление на туризма, свързани с културата. Единственото конкретно международно проучване на културния туризъм е ATLAS Survey Културен туризъм<sup>1</sup>, което се провежда от 1992 г.<sup>2</sup> ATLAS Survey има ограничено покритие на страни и региони, но осигурява проучвания на туристите в дестинации, което позволява мотивацията и поведението на туристите по отношение на културата, да бъдат сравнени на местно и регионално ниво. Тези

---

<sup>1</sup> [www.tram-research.com/atlas](http://www.tram-research.com/atlas)

<sup>2</sup> Richards, G. (ed.) (2007), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Haworth Press, New York.

изследвания обаче не могат да идентифицират делът от всички туристи, които участват в културни дейности, или които са привлечени от културата. За това е необходимо да се използва общо проучване на домакинствата, каквото е Преглед на европейския туризъм (European Tourism Monitor). И двата информационни източника са били използвани от UNWTO / ETC за изучаване на градския туризъм и култура през 2004 г., като някои от резултатите са актуализирани тук.

Авторът също така счита, че развитието на връзката между туризма и културата предоставя още по-широки ползи като: по-добър имидж, социално сближаване, подкрепа за културния сектор, увеличаване на иновациите и творчеството.

Туризмът е поел жизнено важна роля в развитието на дестинациите по целия свят. В повечето случаи, култура е основен актив за развитието на туризма, както и един от най-големите бенефициенти на това развитие.

Културата е основен фактор за привлекателността на повечето дестинации, а не само по отношение на туризма, но и в привличането на жителите и вътрешни инвестиции.

# ГЛАВА 1 РОЛЯ И ВЪЗДЕЙСТВИЕ НА КУЛТУРАТА И ТУРИЗМА ВЪРХУ ПРИВЛЕКАТЕЛНОСТТА НА ДЕСТИНАЦИИТЕ

## 1.1. Взаимодействие между културата и туризма

През по-голямата част на 20-ти век, туризъм и култура са били гледани като до голяма степен като отделни аспекти на дестинациите. Културните ресурси се възприемат като част от културното наследство на дестинациите, до голяма степен, свързани с образованието на местното население и основа на местните или националните културни идентичности. Туризмът, от друга страна, до голяма степен се разглежда като дейност, свързана с отдиха, различна от ежедневието и културата на местното население. Това постепенно се променя към края на века, като ролята на културните ресурси в привличането на туристи и отличаването на туристическите дестинации една от друга, става още по-очевидна. По-специално, от 1980 г. насам „културният туризъм” започва да се разглежда като основен източник на икономическо развитие за много дестинации.

Нарастващата артикулация между културата и туризма е стимулирана от редица фактори:

### ❖ Търсене:

- Нарастващ интерес към културата, най-вече като източник на идентичност и диференциация в лицето на глобализацията;
- Нарастващи нива на културен капитал, стимулирани от подобряване на нивото на образование;
- Застаряването на населението в развитите региони;
- Постмодерни стилове на потребление, като се набляга на личностното развитие, отколкото на материализма;
- Желание за директни форми за придобиване на опит (по-скоро „разглеждане на живота”, отколкото „разглеждане на забележителности”);