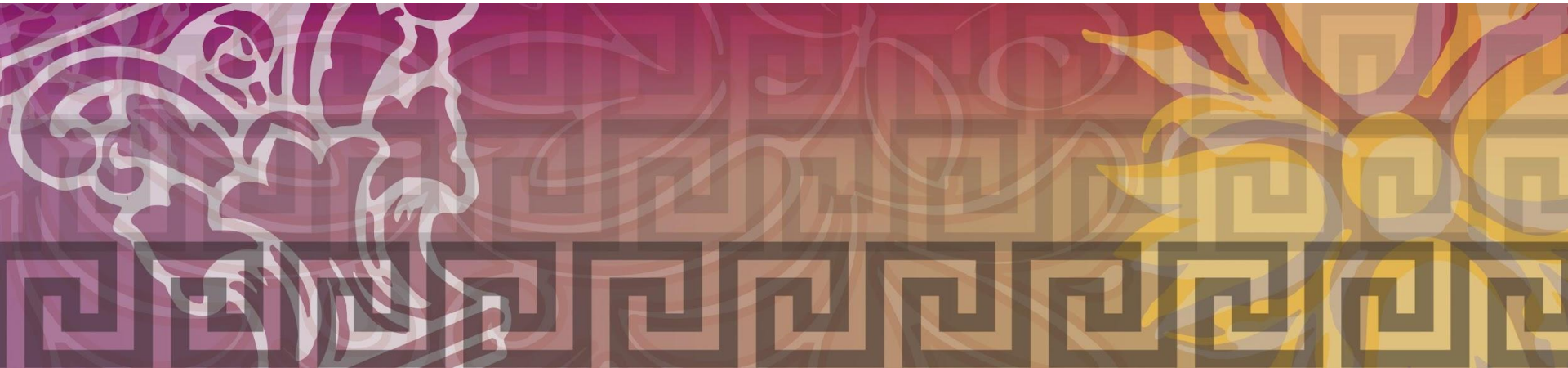


Културен туризъм: международен маркетинг

Бележки към кръглата маса организирана от ПП ГЕРБ

Асеновград, 23.06.09



културен туризъм: определение

Определение на Ричардс, деривация от определенията на АТЛАС, Световната Организация по Туризма към Обединените Нации и Фладмарк:

Културният туризъм може да бъде дефиниран като тази **ДЕЙНОСТ** на хората, извършвана по време на посещение на туристическата дестинация и по време на тяхното пътуване извън тяхното местоживееене, която им позволява да изследват или да изпитат различния **начин на живот на другите хора**, който отразява **обичаите, религиозните традиции, интелектуалните идеи и културното наследство** по такъв начин, че (туристите) да задоволят своите нужди, възжеления и желаниа.

маркетинг: определение



културен туризъм: формиране на продукта

Културен Туризъм

Формиране на дейността



COPYRIGHT 2008 VIZANTIA ENTERPRISES INC.

културен туризъм: състояние в момента

<p>Въпрос</p> <p>Източник</p>	<p>45.92%</p> <p>Интернет: 21.81%</p> <p>: 4.08% (ДАТ, Посолства, Представителства)</p> <p>Приятелите, колеги: 15.45%</p>	<p>Посетили</p> <p>: 22.56%</p> <p>Интернет: 29.22 %</p> <p>: 13.34% (ДАТ, Посолства, Представителства)</p> <p>Приятелите, колеги: 17.95%</p>
<p>Източник</p> <p>- Интернет</p>	<p>Социални мрежи: 43.1%</p> <p>сайтове: 33.81</p> <p>ДАТ: 8.45%</p>	<p>Социални мрежи: 50.83%</p> <p>сайтове: 51.18</p> <p>ДАТ: 13.95</p>
<p>Въпрос</p> <p>Мотивацията за посети България</p>	<p>18.56%</p> <p>във страната: 30.54 (6.59 % като част от)</p> <p>Бизнес: 29.94 %</p> <p>при приятелите: 7.19%</p>	<p>Посетили България</p> <p>: 26.67%</p> <p>във страната: 20% (4.44 % като част от)</p> <p>Бизнес: 28.88%</p> <p>при приятелите: 21.11%</p>

културен туризъм: състояние в момента

продължение

Въпрос		Посетили
	Културен туризъм: 35.95%	Културен туризъм: 38.97
	Винен туризъм: 8.71%	Винен туризъм: 8.92%
	Религиозен туризъм: 0.56	Религиозен туризъм: 0
	туризъм: 6.73%	туризъм: 5.64%
	забавления: 9.83%	забавления: 10.80%
	Бизнес: 11.80%	Бизнес: 10.33%
	Срещи с , , : 5.62	Срещи с , , : 9.39%

географско положение: периферно, липса на директни авио-връзки с най-големите пазари, лоция имидж на Балканите

културни ресурси: исторически и археологически паметници в разруха, незначителна инфраструктура (пътна, туристическа), несъществуваща политика и практика за маркетинг на културата

човешки ресурси: необразовани, нехаещи

туристически продукт: има дестинации, атракции, но няма продукт.

туристически стратегии: Базиран на пожелания а не на научни и практически изследвания. Несвързани с други стратегии - с финансови, данъчни, еко, културни. несъобразени със световния туристически пазар и неговите тенденции

какво се прави в света: най-добри практики



The Mediterranean
As It Once Was

CENTRAL PORTAL | Please choose your language
Hrvatski English Deutsch



flickr
Home The Tour Sign Up Explore

Yes Hotels Greece's photostream
Sets Tags Archives Favorites Profile

REPRESENTATIVE OFFICES ABROAD | Please choose:

Representative offices


- Belgique
- Česká republika
- Danmark
- Deutschland
- España
- France
- Italia
- Magyarország
- Nederland
- Österreich
- Russia
- Polska
- Schweiz
- Slovenija
- Slovensko
- Sverige
- UK & Ireland
- United States & Canada
- 日本

YouTube Broadcast Yourself™ Worldwide | English

Sign Up | QuickList (0) | Help | Sign In

Home Videos Channels Community


Paradores of Spain



Paradores of Spain
Luxury Parador hotels in Castles & Palaces
Promotions & special offers
www.paradores-spain.com/

Advertisement Ads by Google


Periscope Hotel Junior Suite



The junior suites maximize your experience by offering a sitting room with spectacular view...

All rights reserved
Uploaded on Feb 24, 2009
0 comments


Periscope Hotel Exterior View



Periscope, member of Yes!Hotels, is situated on Haritos street at the Kolonaki district of...

All rights reserved
Uploaded on Feb 24, 2009
0 comments

Periscope Hotel Entrance



Periscope Hotel Meeting Room



Periscope Hotel
19 photos

Kefalari Suites Hotel and...
41 photos

facebook Начало Профил Приятели Съобщения 1

Koi Restaurant Станете почитател

Stena Информация Снимки Кутии

Албумите на Koi Restaurant 2 фотоалбума | Покажи коментарите

- Food** 13 снимки
- Ambience** 5 снимки
- Снимка на профила** 1 снимка

какво може да се направи: перспективи на държавата

- Културния туризъм трябва да бъде **приоритет номер едно** във всички стратегии, планове и в законодателството на България
- Обвързване всички останали стратегии със стратегията за развитие на културния туризъм: тази за културата (липсваща), регионалното развитие, образованието, екологията, селското стопанство, външната политика, екологията, търговията и т.н.
- Трябва да се прави **постоянно наблюдение за ефективността на стратегиите**
- Трябва възможно най-скоро да се пренесе целият **брандинг, позициониране и реклама в глобален мащаб**: Интернет, представителства в най-силните пазари за туризъм
- силно **брандингово присъствие на продуктите на българския културен туризъм.**
- **Координация между всички заинтересувани и тези които участвуват в образуването на туристическия продукт на културния туризъм**
- районирането и рекламата на регионите да бъде **логично и силно**

какво може да се направи: перспективи на частния бизнес

- Трябва да разбере, че **печалбите в културния туризъм зависят от състоянието на останалите дейности** на участниците в образуването на туристическия продукт: културна промишленост (в това число музеи, галерии, фестивали, недвижими паметници на културата, и т.н.), леката промишленост и търговията (сувенири, козметика, хранително-вкусова, вино, и т. н.), занаятите и традициите, транспорта, и т.н.
- Трябва да увеличи **сътрудничеството си с научни и образователни институти**, тъй като от това зависи качеството на кадрите не само в хотелиерството и ресторантьорството, но и в обслужването в музеи, екскурзоводско обслужване, дегустации във винарни, и т.н.
- Трябва да използва **браншовите си организации** не само за лобиране на интересите на хотелиерския, туристическия и ресторантьорските браншове, но и за повишаване качеството на всички услуги и координация с останалите заинтересувани в образуването на продукта на културния туризъм.
- Най-накрая трябва да наложи **пълно прилагане на електронната търговия в реално време и директно към крайния потребител**
- Да започне да рекламира във Уеб 2.0.- социални мрежи, блогове, туитеринг, и т.н.

пак ще се срещнем след 10 години

- Асеновград ще бъде познат по целия свят като “Столицата на Мавруда”
- ТИЦ и туристическите представителства в България и чужбина ще имат свои ТВ продукции, излъчвани безплатно по Интернет
- Туристическите региони “Тракия”, “Родопи”, и т.н. ще имат свое брендиране познато по света , както са познати дестинации като Тирол, Тоскана, Анадола и Сибир.
- 80% от приходите от туризма ще идват от културния, еко, здравния и селския туризъм
- 60% от хотелите в България ще бъдат построени във вътрешността на страната, а голяма част от хотелите в Слънчев Бряг, Банско, Боровец ще бъдат разорени и откупени от държавата, а на тяхно място ще се възстановят горите и природата, унищожена от неразумното строителство.
- От уебстраниците на музеите ще може да се резервира хотел директно, а от уебстраниците на хотелите и на рецепция - да се закупи билет за музей, тур на винарните в региона, тур с бране на билки, или фестивал на липите, да се закупят сувенири от местните занаятчии и т.н..
- България наистина ще си възвърне автентичността, магията и културата на празненство, оставена през поколенията от древните Траки.