



UNIUNEA EUROPEANĂ

FONDUL EUROPEAN PENTRU DEZVOLTARE REGIONALĂ

INVESTIM ÎN VIITORUL TĂU!



GUVERNUL ROMÂNIEI



PARTENER LIDER

Proiectul „Servicii și inițiative comune pentru angajare durabilă și mobilitate a forței de muncă în aria transfrontalieră din districtul Dobrich și județul Constanța” este cofinanțat de către Uniunea Europeană prin Fondul European pentru Dezvoltare Regională în cadrul programului Interreg V-A România - Bulgaria

Bugetul proiectului: 711 301,33 EUR
Contribuția UE: 604 606,13 EUR din FEDR

PARTEA I

ABILITĂȚI DE BAZĂ PENTRU ANTREPRENORIAL ÎN TURISM

PARTEA A II A

ANTREPRENORIAL INOVATIV PENTRU TURISMUL SPORTIV ȘI TURISMUL DE AVENTURĂ ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ „DOBRICH-CONSTANȚA”



PARTEA I
ABILITĂȚI DE BAZĂ PENTRU
ANTREPRENORIAL ÎN TURISM

PARTEA A II A
ANTREPRENORIAL INOVATIV
PENTRU TURISMUL SPORTIV
ȘI TURISMUL DE AVENTURĂ ÎN REGIUNEA
TRANSFRONTALIERĂ „DOBRICH-CONSTANȚA“

Cuprins

Introducere

PARTEA I- ABILITĂȚI DE BAZĂ PENTRU ANTREPRENORIAT ÎN TURISM

Tema 1. Esența antreprenoriatului	1
1.1. Dezvoltarea istorică a antreprenoriatului	1
1.2. Abordări către antreprenoriat.....	2
1.3. Caracteristicile antreprenoriatului	4
Tema 2. Managementul antreprenorial în turism.....	4
2.1. Esența managementului antreprenorial	4
2.2. Inovațiile - conținutul managementului antreprenorial.....	6
2.3. Principiile managementului antreprenorial în turism	7
Tema 3. Procesul antreprenorial în turism	8
3.1. Esența procesului antreprenorial	8
3.2. Caracteristicile procesului antreprenorial în turism.....	8
3.3. Factorii care influențează procesul antreprenorial în turism	12
Tema 4. Ideea antreprenorială. Managementul activității antreprenoriale în turism	13
4.1. Formarea ideii antreprenoriale	13
4.2. Mediul antreprenorului.....	14
4.3. Gestionarea ideii antreprenoriale în domeniul turismului.....	16

PARTEA II-ANTREPRENORIAT INOVATIV PENTRU TURISMUL SPORTIV ȘI TURISMUL DE AVENTURĂ ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ “DOBRICH-CONSTANȚA”

Tema 5. Caracteristici, particularități și tipuri de turism sportiv și de aventură	24
5.1. Natura, caracteristicile și tipurile de turism sportiv	24
5.2. Caracteristicile și particularitățile turismului de aventură.....	37
5.3. Caracteristicile turiștilor, iubitori de turism sportiv și turism de aventură	42
5.4. Tendințe în dezvoltarea turismului sportiv și de aventură.....	46
Tema 6. Resurse pentru turismul sportiv și de aventură	47
6.1. Caracteristicile generale ale resurselor pentru turismul sportiv și de aventură	47
6.2. Resursele districtelor Dobrich, Silistra și Ruse pentru turismul sportiv și de aventură	48
6.3. Resursele județelor Constanța, Călărași și Giurgiu pentru turismul sportiv și de aventură ..	55
Tema 7. Produse pentru turismul sportiv și de aventură	59
7.1. Proces de formare a produselor pentru turism sportiv și de aventură.....	59
7.2. Produse existente pentru turism sportiv și de aventură	63
7.3. Sugestii pentru produse noi pentru turismul sportiv și de aventură	80
Tema 8. Practici bune pentru pentru turismul sportiv și de aventură în Europa	87
8.1. Wing Suit: o noua provocare.....	87
8.2. Sportul ecvestru: tradiții și modernitate	89
8.3. Turism de aventură și sportiv - de recuperare în ținuturile Orfeului.....	90
8.4. Alte exemple din Europa	91
Bibliografie	93

Introducere

Turismul ocupă un loc important în dezvoltarea serviciilor, în programele de gestionare a regiunilor și statelor. Turismul este un sector care include multe domenii de activitate cu impact economic și social asupra societăților, cum ar fi sportul, aventura, transportul, cultura, mediul natural, etc.

Turismul sportiv și cel de aventură îmbogățesc paleta de oferte turistice. Acestea contribuie la o distribuție mai uniformă a turiștilor, atât în aspect teritorial, cât și în cel temporal. Oferirea de activități sportive și de aventură sporește în mare măsură atractivitatea și competitivitatea destinației turistice. În plus, turismul sportiv și de aventură contribuie la dezvoltarea pe termen lung a destinațiilor, în conformitate cu principiile dezvoltării durabile.

Turismul sportiv și turismul de aventură reprezintă tipuri alternative de turism. Acestea reprezintă o direcție prioritară în dezvoltarea durabilă a industriei turistice. Aceste forme de turism urmează a contribui la dezvoltarea regiunilor și a țărilor, precum și a influența bunăstarea și prosperitatea populației locale. Pentru a atinge aceste obiective este nevoie de o misiune clară și de un program pe termen lung pentru dezvoltarea turismului sportiv și cel de aventură, care să includă cooperarea transfrontalieră și sprijinul în domeniul turismului. În acest context, dezvoltarea relațiilor transfrontaliere, în special în regiunea transfrontalieră „Dobrich - Constanța“ va contribui la diversificarea produselor pentru turismul sportiv și de aventură, la îmbunătățirea beneficiilor din turism, precum și la realizarea contribuțiilor sociale și economice pentru comunitățile locale.

Această lucrare își propune să prezinte într-o formă sintetizată natura și tipurile de turism sportiv și de aventură. Lucrarea ilustrează particularitățile resurselor pentru aceste forme alternative, unele dintre produsele turistice existente, propunerile pentru produse noi și practicile europene de succes pentru turismul sportiv și de aventură.

Lectură plăcută!

Tema 1.

Esența antreprenoriatului

Când studiem acest subiect, noi:

- Vom cunoaște evoluția istorică a antreprenoriatului.
- Vom caracteriza diferitele abordări clasice și moderne către antreprenoriat.
- Vom evidenția diferențele dintre antreprenori și manageri.
- Vom cunoaște aspectele esențiale ale antreprenoriatului ca teorie și practică.

1.1. Dezvoltarea istorică a antreprenoriatului

Foarte rar în istoria omenirii, o anumită sferă socială a exercitat o influență atât de profundă, cum este în cazul antreprenoriatului. Fenomenul a schimbat realitățile sociale și economice pentru mai multe secole: a creat o economie globală, o economie a cunoașterii, face calea pentru economia intelctului.

Din punct de vedere istoric, antreprenoriatul provoacă gândirea umană timp de secole. Originea termenilor “antreprenoriat” și “antreprenor” este de la cuvântul francez “entrepreneur”, ceea ce înseamnă intermediar sau descoperitor de oportunități. În secolul al XVIII-lea, termenul “antreprenor” a fost folosit ca o referire la oamenii care au condus proiecte mari - castele și catedrale.

Prima analiză sistematică și științifică a antreprenoriatului au fost făcute de economistul francez Richard Cantillon numit nu prin coincidență și „tată” a antreprenoriatului. El a fost primul care a introdus asumarea de riscuri ca o caracteristică esențială a antreprenorilor. În secolul al 19-lea, Jean-Baptiste Say a accentuat pe caracteristicile intrinseci ale antreprenorului, altele decât cele ale unui economist obișnuit. La începutul Revoluției Industriale, Say a fost primul om de știință care a determinat posesia de abilități de management ca premise cheie pentru succesul antreprenorial. Ca urmare, economistul francez este considerat fondatorul așa-numitei direcții de management în teoria antreprenorială.

Fără îndoială, contribuția faimosului savant austriac, economistul Josef Schumpeter, în special la înțelegerea contemporană a managementului antreprenorial, este remarcabilă. Potrivit lui, antreprenorul este un motor major al dezvoltării economice. Schumpeter observă că, la sfârșitul secolului al XIX-lea, antreprenoriatul face parte integrantă din activitățile de rutină ale marilor corporații.

Într-un plan contemporan, omul de știință american Peter Drucker este considerat principalul cercetător în domeniul antreprenoriatului. Cartea sa “Inovații și antreprenoriat” este definită ca “biblia antreprenorului” (Drucker, 2002). Autorul subliniază o înțelegere largă a antreprenoriatului, aplicabilă în sfera civilă și publică. Analizează în detaliu managementul antreprenorial, antreprenoriatul intern și antreprenoriatul social ca cele mai moderne provocări pentru știință și practică.

1.2. Abordări către antreprenoriat

În ultimele decenii, oamenii de știință și cercetătorii s-au străduit să dezvolte un sistem complex (teorie) pentru a explica complexitatea antreprenoriatului. Cu toate acestea, o astfel de teorie complexă nu este construită și autorii individuali se împrumută de la diferite științe, cum ar fi economie, management, sociologie, psihologie și altele. Toate acestea sunt sfere sociale și sunt fondatorii abordărilor antreprenoriale clasice și contemporane, școli și realizări. Diversitatea lor și, mai ales, opoziția reciprocă dintre ele - îngreunează interpretarea și înțelegerea fără echivoc a antreprenoriatului (vezi Figura 1.1.).

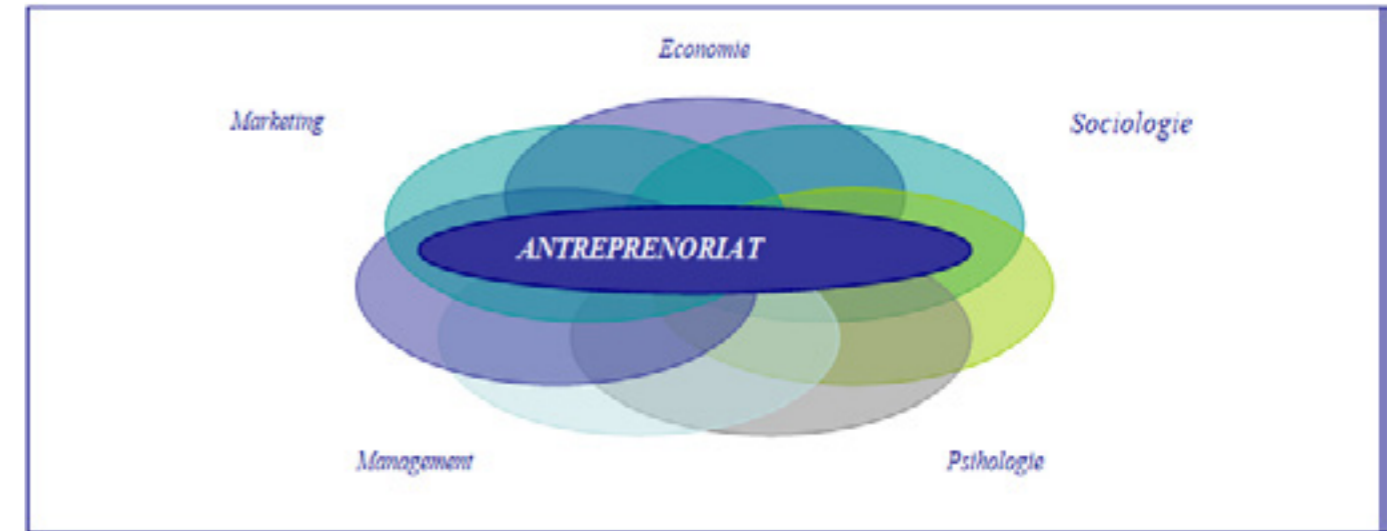


Figura 1.1. Abordări către antreprenoriat

Sursă: Narleva. C. *Antreprenoriatul social*, Matador, Varna, 2011.

Abordările antreprenoriale separă în mod tradițional științele sociale, în general vorbind, în “două tabere”, fiecare cu subdiviziunile și avangardele sale. Pe de o parte, sune economiștii care consideră că antreprenoriatul este o variabilă care depinde în principal de factorii economici și în mare măsură independentă de mediul social. A doua “tabără” sunt oamenii de știință - reprezentanți ai altor discipline. Ei tind să considere antreprenoriatul drept o variabilă, adânc înrădăcinată în mediul social creat de acest mediu și, în același timp, dezvoltând-o.

În ciuda acestei diviziuni, cercetarea științifică de ultimă generație privind natura antreprenoriatului implică aplicarea unei noi abordări integrate a cercetărilor. Această abordare recunoaște imensa importanță a factorilor sociali, psihologici și culturali în antreprenoriat, dar și impactul antreprenoriatului asupra formării și dezvoltării mediului social. Această abordare interdisciplinară în natură ar trebui să contribuie la o interpretare corectă și înțelegere a naturii multilaterale a antreprenoriatului (Narleva, 2012).

În timpurile contemporane, adică de la mijlocul secolului al XX-lea, antreprenoriatul se bazează pe diferite școli “moderne” în domeniul cunoașterii sociale, inclusiv în ceea ce privește personalitatea și comportamentul. Opoziția lor - fie că antreprenorul sau întreprinderea este obiectul principal sau cel mai important al analizei - predetermină o nouă linie dichotomică, care împiedică interpretarea fără echivoc a conceptelor noastre de interes. O abordare personală a antreprenoriatului explorează antreprenorul - caracteristicile, abilitățile, abilitățile și competențele ca obiect principal al analizei (vezi Tabelul 1.1). Abordarea comportamentală, pe de altă parte, privește întreprinderea ca cel mai important aspect al cunoașterii antreprenoriale. Fără îndoială, antreprenorial ar putea fi înțeles cel mai bine prin cunoașterea fiecărei componente sau abordări. Motivul este că nu există o abordare “cea mai corectă”. Fiecare are atât puteri cât și limitări (Koev et al., 2014).

Tabelul 1.1.
Diferențe între „un manager tradițional“ și „antreprenor“

Indicatori	Manager tradițional	Antreprenor
Motive principale	Motivat de putere, vrea premii tradiționale, corporative	Dorește libertate; orientat cu scop; se bazează pe el însuși; auto-motivat.
Orientare în timp	Responsabil de cote și de buget; proiectarea orizonturilor planului săptămânal, lunar, trimestrial și anual; până la următoarea promovare sau transfer.	Planifică creșterea afacerilor pe o perioadă de 5 până la 10 ani înainte; acum merge la pasul următor de-a lungul căii.
Predilecție la acțiune	Deleagă acțiuni; monitorizarea și raportarea absorb cea mai mare parte a energiei.	Provoacă angajații executând munca lor.
Abilități	Management profesional; adesea instruiți într-o școală de afaceri; utilizează instrumente de analiză abstractă, managementul resurselor umane și abilități politice.	Cunoștințe impresionante ale afacerilor; adesea tehnic instruit într-o afacere tehnică; poate avea o răspundere formală pentru profit / pierderi în companie.
Privință pentru curaj și destin	Consideră că alții sunt responsabili pentru soarta sa; poate fi autoritar și ambițios.	Are încredere în sine, optimist, curajos.
Centrul atenției	În principal pentru evenimente interne pentru corporație.	În principal pentru tehnologii și piață.
Atitudinea față de risc	Atent.	Îi place să fie un moderator al riscului; investește mult, dar se așteaptă să reușească.
Utilizarea cercetărilor pieței	Are cercetări de piață gata pentru a identifica nevoilor de conducere a conceptualizării produsului.	Creează nevoi; creează produse care nu pot fi adeseori testate prin cercetare de piață; clienții potențiali încă nu le înțeleg; discută cu clienții și formează opinii proprii.
Atitudine față de statut	Îngrijorați de simbolurile statutului/ oficiu de unghi, etc.	“ El este bucuros să stea pe o cutie de mere dacă lucrarea este terminată. ”
Atitudine față de eșec și greșeli	El face tot posibilul pentru a evita greșelile și surprizele; evită recunoașterea eșecurilor.	Privește victoriile și eșecurile ca la o experiență valoroasă.
Stil de luare a deciziilor	Sunt de acord cu cei mai puternici.	Își urmează propria viziune; decisiv, orientat spre acțiune.
Pentru cine lucrează	Pentru ceilalți	Pentru sine și pentru clienți
Atitudine față de sistem	Acceptă sistemul ca educativ și defensiv, căutând locul său în el	Este capabil să avanseze rapid în sistem; atunci cu probleme emergente își poate forma propria companie
Stil de soluționare a problemelor	Rezolvă probleme în sistem.	El evită problemele în structurile mari și formale, lăsând organizația și pornind singur o companie proprie
Relații cu părinții	Independent de mama lui, o relație bună cu tatăl, dar o dependență slabă.	Tată „absent“ sau relație proastă cu tatăl
Trecut socio-economic	Clasa mijlocie.	Nivel scăzut în unele studii timpurii; clasa mijlocie în cercetări mai recente.
Nivel de educație	Nivel de educație înalt.	Mai puțin educat în cercetarea timpurie; în cercetări mai noi, accent pe specializări.
Relații cu ceilalți	El percepe ierarhia ca pe o atitudine de bază.	Acceptă activitățile de afaceri ca relații de bază.

Sursă: Kuratko D., R. Hodgetts. (2005). *Entrepreneurship. A Contemporary Approach.* The Dryden Press, Houghton Mifflin Company, Fourth Edition, p. 76-77.

În anii 80 ai secolului 20, cercetarile privind antreprenoriatul se concentrează inițial pe dezvoltator - scopul său social, misiunea, educația, motivele, caracteristicile, etc. Mai târziu, compania și inovațiile sale devin subiect mai important al intereselor științifice și aplicate. Acest interes tot mai mare de la începutul secolului 21, pune în centrul atenției nu întrebarea „Cine este un antreprenor?“ ci „Care este contribuția antreprenoriatului în societate și modul în care acesta ar putea fi realizat?“. Ca urmare, într-o perspectivă istorică mai largă se observă mutarea atenției de la o funcție primară a antreprenoriatului la alta. Acest proces istoric reflectă schimbările în disciplina „Antreprenorat“, ca urmare a transformărilor dinamice ale economiilor și societăților. Prin urmare, în ciuda multor perspective, este cert că evoluția antreprenoriatului ar putea fi înțeleasă în plinătatea ei numai prin cunoașterea diferitelor abordări științifice, direcții și școli. Unirea lor într-un singur cadru științific ilustrează evoluția istorică a subiectului.

1.3. Caracteristicile antreprenoriatului

Factorii care afectează antreprenoriatul includ inovarea, tehnologia, capitalul, marketingul, informarea, personalul și dorința oamenilor de a lucra împreună. Dar toți acești și mulți alți factori considerați singuri sunt doar fapte, elemente care nu contribuie la prosperitatea oamenilor și a organizațiilor. *Procesul antreprenorial* este această bază care leagă factorii într-un întreg indisolubil, numit sistem, dezvăluie potențialul lor și creează noi.

Deciziile antreprenorului sunt implementate în practică sub formă de obiective, strategii, politici, structuri, instrucțiuni, etc. Acestea reprezintă o expresie a *impactului managerial*. Cu interferențele sale active, antreprenorul creează și schimbă cursul evenimentelor și proceselor în funcție de propriile sale înțelegere și criterii în mediul extern și intern respectiv.

Interferența activă a antreprenorului este *conștientă și deliberată*. Impactul antreprenorial în această privință este alegerea uneia dintre multele variante de impact care vizează obținerea unui anumit rezultat sau rezultate - *eficiență, productivitate, calitate, inovație, satisfacție* etc. Aceste rezultate duc la o schimbare în organizații, economii și societăți. În concluzie, antreprenoriatul este una dintre cele mai complexe, responsabile și creative activități ale oamenilor. **Antreprenoriatul este un fel de artă.**

Tema 2.

Managementul antreprenorial în turism

Când studiem acest subiect, noi:

- Vom înțelege de ce este important să știm ce este managementul antreprenorial în turism.
- Vom primi o idee despre inovare și rolul său în managementul antreprenorial.
- Vom lua cunoștință de regulile de bază în implementarea managementului antreprenorial în organizația turistică.

2.1. Esența managementului antreprenorial

În evoluția sa, omenirea se străduiește pentru bunăstarea materială și spirituală, numită pe scurt progres. El este inseparabil de natura noastră umană și consecința a legii



universale de creștere, dezvoltare și transformare a lumii materiale și socium uman. La baza progresului uman este inovarea. Aceasta este factorul cheie fără care procesul evolutiv al oamenilor, al managementului organizațiilor și societăților nu pot fi înțeles complet. Datorită inovației, ca o invenție umană, „se nasc” produse, servicii; cele vechi se transformă, iar în locul lor apar noi - adaptate și modificate.

“Inovare” și “antreprenariat” devin cuvinte moderne, populare în anii optzeci ai secolului trecut. De atunci, următoarea decadă urmărește și va necesita tot mai multe inovații. Pentru că este sigur că trăim într-o perioadă de schimbări cuprinzătoare care afectează toate sferile vieții economice și în special cele a turismului. În vremuri de astfel de transformări supuse concurenței sporite, durata scurtă a bunurilor și serviciilor, schimbările globale naturale, schimbările demografice, economice, tehnologice, etc, etc. factorii, cel mai bun, nu de puține ori, singura modalitate a organizației turismului pentru a supraviețui și a se dezvolta, este de a se crea inovații (Narlev, 2016).

Știința care explică cum se creează inovații și cum ele sunt puse în aplicare pe piață este antreprenariatul. Și pentru a nu ne păcălim când credem că inovarea este înțelegerea, norocul începătorului sau șansa marelui jucător, este necesară o cunoaștere a modului în care aceste inovații trebuie gestionate într-un mod eficient, adică este necesară o cunoaștere ulterioară pentru managementul modern. Acesta este exact subiectul acestei teme - managementul antreprenorial.

Managementul antreprenorial ca o teorie și practică de management se bazează pe integrarea reciprocă a managementului și antreprenariatului într-un întreg inseparabil. Și, mai precis - pe teoria managementului organizațiilor și profilul lor practic, antreprenorial - cel mai important și cel mai neglijat element pentru a explica natura și limitele organizației. Ca urmare, managementul transformă antreprenariatul, antreprenariatul transformă managementul: se creează un domeniu integrat de cunoștințe și practici, care îmbogățește cele două teorii fondatoare. (A se vedea Figura 2.1.).

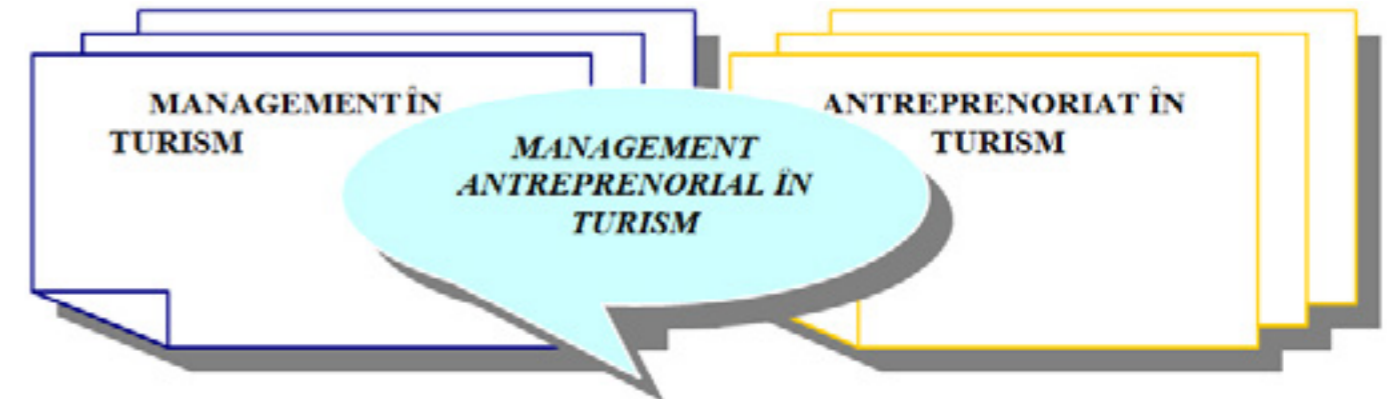


Figura 2.1. Management antreprenorial în turism

2.2. Inovațiile - conținutul managementului antreprenorial

Primul economist, care, privit din punct de vedere istoric, oferă mai mult sau mai puțin un model complet de antreprenariat, este Joseph Schumpeter. (Narleva, 2011.) La baza teoriei sale este folosirea termenului “combinații noi”, și anume:

- Crearea unui nou bun - bun, care nu este încă cunoscut de consumatori, sau exprimerea unei noi calități a unui bun existent.

- Un exemplu de utilizare durabilă a resurselor turistice. “Bunul” poate fi atât un produs, cât și un serviciu; atât în sfera economică, cât și socială.
- Parcul “Dancing Bears Park”, înființat în Belitsa, Bulgaria, în 2000, este un bun nou pentru conservarea resurselor naturale, precum și pentru rezolvarea unei probleme sociale reale.

- Utilizarea unei noi surse de materii prime sau semifabricate pentru producția de bunuri, indiferent dacă această sursă a existat anterior; dacă a fost considerată inaccesibilă; sau a fost în fază de creare.

Exemplu. Astăzi, preocupările multor oameni sunt legate de epuizarea resurselor naturale, în special cele în cantități limitate - petrol, cărbune, gaze naturale. Pe această bază, unii experți prevăd doar câteva decenii existența omenirii. Dar exemplele recente din istorie care se repetă, precum și practicile moderne de dezvoltare a cunoștințelor, permit descoperirea și / sau producerea de combustibili noi și mai eficienți, pentru a asigura un impact real asupra mediului și / sau financiar asupra turismului și serviciului turistic în viitor.

- Implementarea unei noi metode necunoscute de a produce un bun, care nu este neapărat o nouă descoperire sau tehnologie științifică. Această metodă poate exista și sub forma unui nou mod de comercializare a unui bun dat.

- Introducerea (mastering) a unei noi piețe, indiferent dacă piața a existat sau nu
- Realizarea unei reorganizări într-o anumită industrie, cum ar fi crearea unei poziții de monopol (de exemplu, prin crearea unui sindicat) sau ruperea unei poziții de monopol.

Nu există nicio îndoială că inovația are multe fețe. În plus, Peter Drucker, numit „părintele managementului modern“, dezvăluie alte, fundamentale pentru înțelegerea modernă a inovației, aspecte interdependente:

- Inovația este mai mult un termen social decât unul tehnic. Acest lucru înseamnă că inovarea în turism în lumea modernă sunt din ce în ce mai importante, spre deosebire de inovările de producție.

- Managementul în sine ar trebui să se bazeze pe inovare. Managementul turismului ar trebui să caute și să exploateze noile oportunități pentru a răspunde noilor dorințe și nevoi umane.

- Managementul antreprenorial inovația de management modernă. Nu se bazează pe inovația accidentală ci pe gestionarea inovațiilor planificate, organizate și controlate.

Pe scurt, putem defini inovarea într-un sens larg, ca crearea de produse, servicii, organizații și societăți noi și modificarea celor existente. Inovația se află în centrul filosofiei moderne de management - managementul antreprenorial - legătura de conectare și în același timp de separare dintre management și antreprenoriat; noua tehnologie de management pentru dezvoltarea organizațiilor turistice.

2.3. Principiile managementului antreprenorial în turism

Managementul antreprenorial este o tehnologie de management pentru creșterea și dezvoltarea organizației moderne în turism. Ea modifică ideile și practicile managementului: necesită gestionarea riscurilor, necesită regândirea obiectivelor, conduce la schimbarea atitudinii față de personal și cultura organizațională. Principiile principale ale managementului antreprenorial sunt:

- Numirea de persoane motivate;
- Ajutor tuturor pentru a avea succes;
- Transparența în organizație
- Schimbul de valori și filosofii comune;
- Sistem de atribuire adecvat;
- Instruire;
- Sărbătoarea victoriilor.

Transformarea inovațiilor într-un proces intenționat, planificat, organizat și controlat necesită cunoștințe, timp, eforturi și resurse de management. În acest sens, merită atenție următoarele reguli (Narlev, 2016):

- Managementul antreprenorial necesită pregătirea pentru schimbare de către managerul din industria turismului. El ar trebui să aibă atitudinea și oportunitatea de a schimba ierarhiile stabilite, status quo-ul și unele practici tradiționale de management care blochează inovația. Trebuie să fie pregătit să-și asume un risc calculat, trebuie să fie gata și să piardă (eșecul este uneori cealaltă parte a succesului în turism).

- Inovarea merită o atenție deosebită. Antreprenoriatul trebuie planificat, organizat, condus și controlat separat de situația existentă din organizația turistică. Această abordare este o condiție prealabilă pentru succesul inovativ.

- Premiile din managementul antreprenorial foarte rar vin imediat, iar succesele nu sunt instantanee. Pentru ca inovațiile sistemice să aibă loc, managerul unei organizații din domeniul turismului trebuie să construiască, în primul rând, un mediu și o cultură care să sprijine antreprenoriatul.

Tema 3. Procesul antreprenorial în turism

Când studiem acest subiect, noi:

- Vom înțelege care este procesul antreprenorial.
- Vom primi o idee despre principalele elemente ale procesului antreprenorial în turism.
- Vom cunoaște principalii factori care influențează formarea și realizarea analizelor antreprenoriale în turism.

3.1. Esența procesului antreprenorial

Procesele antreprenoriale ilustrează succesiunea pașilor care, în alte condiții egale determină succesul inițiativei antreprenoriale. Acestea evocă factorii de mediu care afectează lansarea și dezvoltarea organizațiilor. Apoi, cunoașterea proceselor antreprenoriale este utilă, deoarece ilustrează, de asemenea, contribuțiile antreprenorilor și inovațiile lor.

Nu ar fi corect să pretindem că un proces aplicat teoretic ar putea fi “repetat” în realitatea socială. Dimpotrivă. Toate întreprinderile, inclusiv în sfera turismului, sunt forme unice de relații și priorități, cu o rețea complexă de obiective, impacturi și rezultate organizaționale. Prin urmare, procesele antreprenoriale prezentate în acest subiect ar trebui să fie văzute ca o diagramă explicativă a ceea ce se întâmplă în industria turismului, aplicarea cărora, în realitate, ar trebui să se conformeze circumstanțelor și oportunităților specifice contextuale, cum ar fi specificul organizației de turism, interpretarea turistică a resurselor, baza turistică, pachetele turistice din industria hotelieră și restaurantelor și alți factorii de impact ai mediului - intern și extern (a se vedea Mihaylov, M., 2013, Stefanov, 2015).

3.2. Caracteristicile procesului antreprenorial în turism

În literatura antreprenorială, mulți autori se axează pe atitudinile antreprenoriale și rolul lor în procesul antreprenorial. De exemplu, modelul integrat de savantul american - economist W. Bigreyf ilustrează o serie de evenimente interdependente, care definesc, conduc și controlează alegerea antreprenorială a antreprenorilor din industria turismului, și anume: inovare, un eveniment de declanșare, performanță și creștere. Modelul analizează o combinație de factori - istorie, experiență, context social și altele, influențând separat sau în

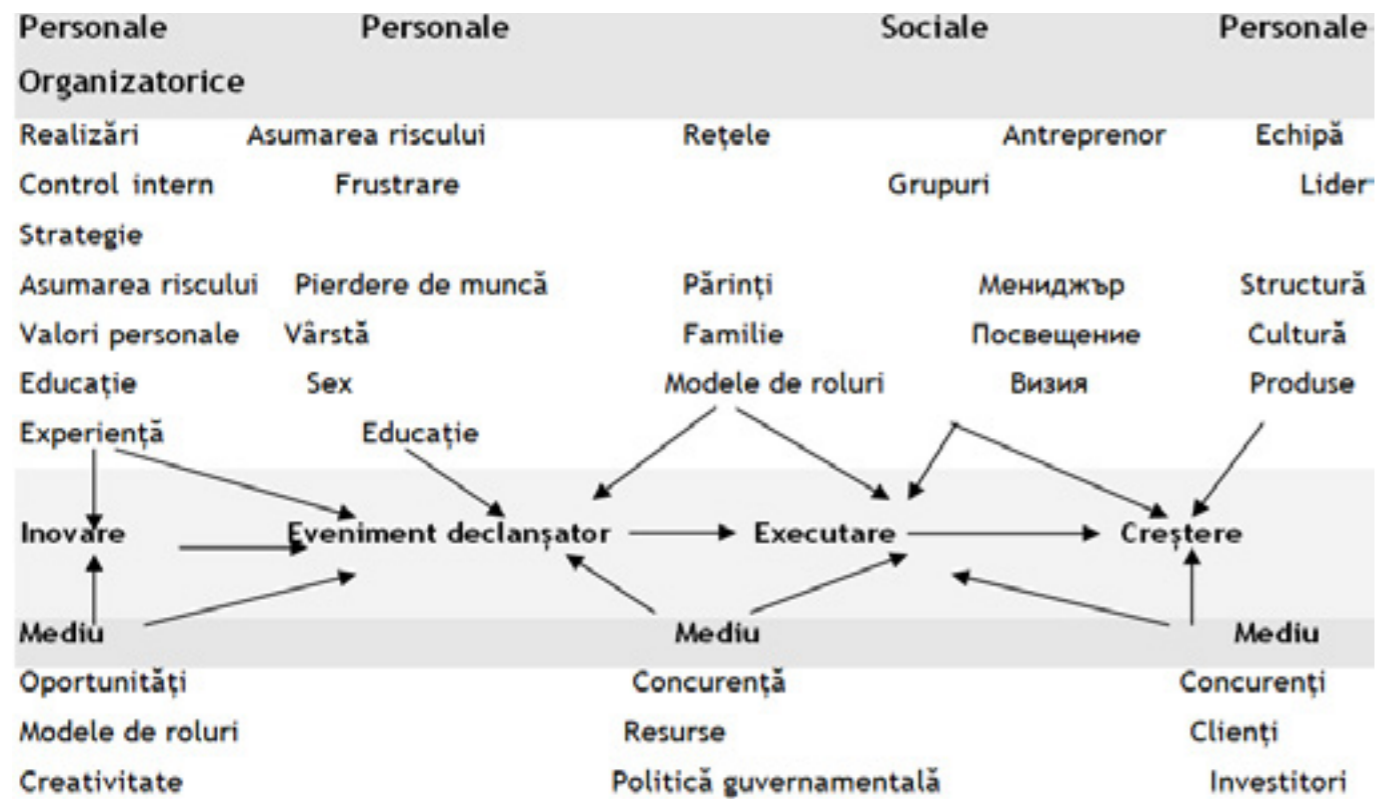


Figura 3.1. Proces de formare a intențiilor antreprenoriale

Sursă: Bygrave, W. *The Entrepreneurship Paradigm: A Philosophical Look at Its Research Mythologies. Entrepreneurship: Theory and Practice. The Dryden Press, 2009.*

ansamblu pe fiecare eveniment, și, astfel, la formarea și realizarea intențiilor antreprenorului în cadrul procesului antreprenorial (vezi Figura 3.1.).

Obiectivele antreprenoriale sunt, de asemenea, obiectul unui studiu teoretic al lui F. Krueger. În opinia autorului, acțiunile antreprenoriale se formează pe baza potențialului care rezultă din intențiile personale ale antreprenorului, precum și din acceptarea publică a antreprenoriatului. Aceste două elemente, potrivit lui Krueger, sunt insuficiente pentru a decide cu privire la inițiativele antreprenoriale. Din acest motiv, autorul introduce în model un eveniment declanșator, catalizator (a se vedea figura 3.2.)

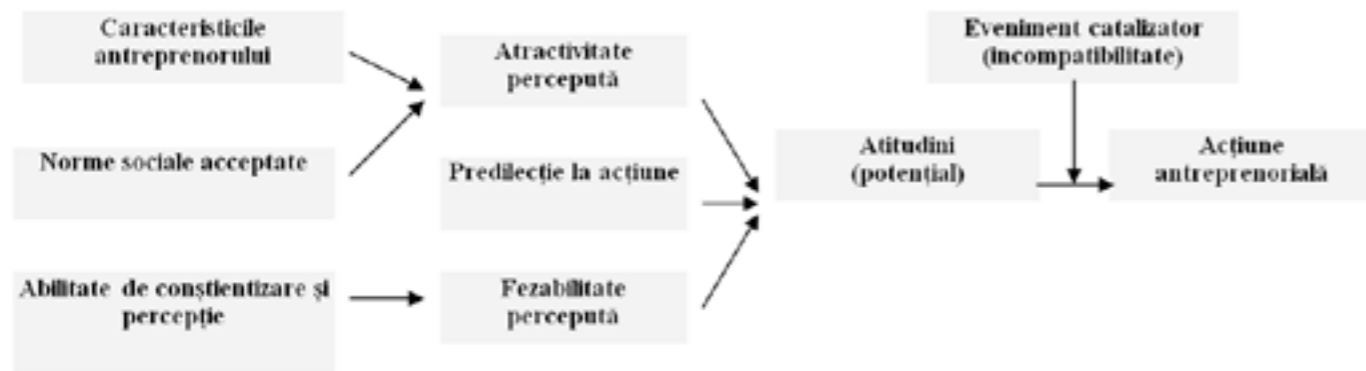


Figura 3.2. Procesul potențialului antreprenorial

Sursă: Todorov, C. *Management strategic în societățile mici și mijlocii. Siela, Sofia.*

Intr-un studiu al procesului de formare și dezvoltare a atitudinii față de comportamentul antreprenorial, J. Meer, a prezentat modelul de cercetare cu „două fluxuri de analiză.” Cercetătoarea concentrează studiul ei pe organizarea corporativă ca primul nivel de analiză și descoperă impactul contextului organizațional asupra managementului antreprenorial. Factorii care determină contextul intern sunt un fel de structuri multidimensionale, inclusiv: libertatea de a acționa a managerului, accesul la informație, accesul la resurse și sprijin socio-politic. (A se vedea figura 3.3.)

O întrebare discutabilă a cercetării este de ce unii antreprenori sunt mai buni decât alții în același context organizațional de sprijin. La răspunsul întrebării se pune un al doilea flux numit „focus pe antreprenor”: responsabilitatea sa emoțională, gândirea pozitivă, perspectiva de management strategică, etc. Aceste fluxuri formează nucleul modelului conceptual și influențează convingerile antreprenoriale ale managerilor precum și comportamentul antreprenorial a acestora. Conceptele teoretice autorului prezintă o multitudine de ipoteze de cercetare, confirmate de rezultatele empirice, în special:

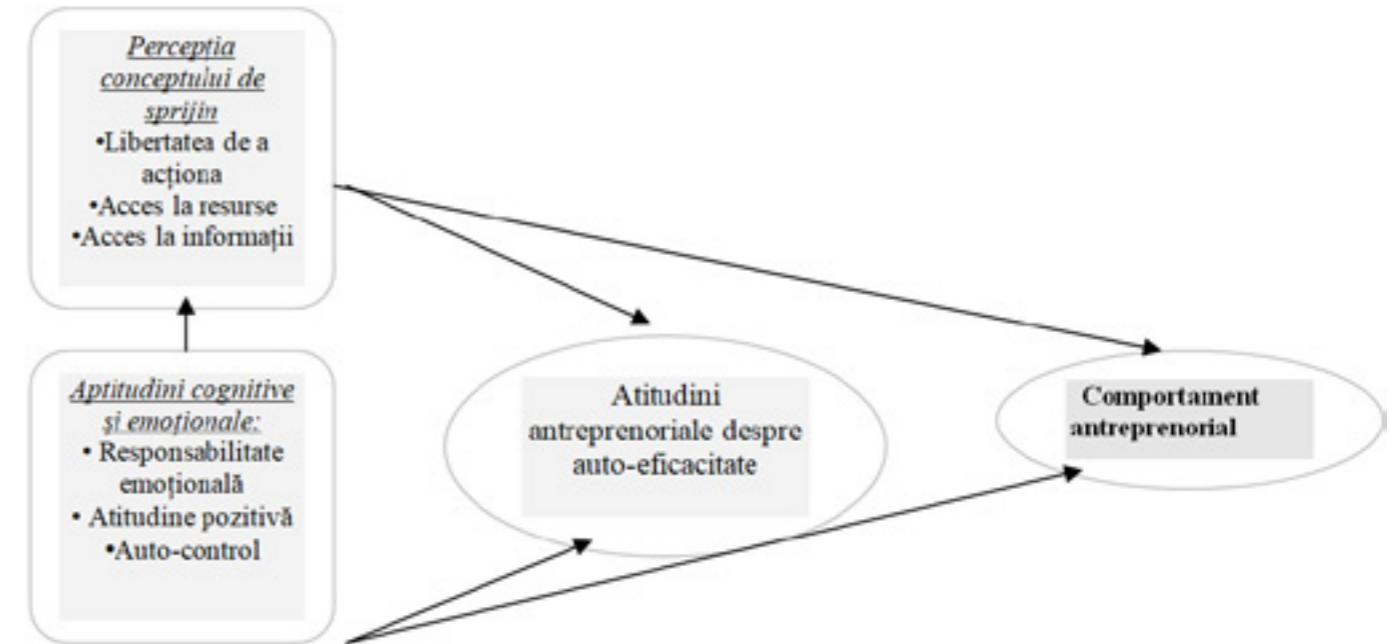


Figura 3.3. Etape antreprenoriale - factorii mediului

Sursă: Mair, J. *Entrepreneurial Behavior in a Large Traditional Firms: Exploring Key Drivers. IESE Business School, University of Navarra. Research Paper 466, 2002.*

- Atitudinile antreprenorilor cu privire la contextul de sprijin din cadrul organizației au un efect pozitiv asupra comportamentului lor antreprenorial;
- Atitudinile antreprenorilor de a-și gestiona gândurile și sentimentele au un efect pozitiv asupra comportamentului lor antreprenorial;
- Atitudinile antreprenoriale față de auto-eficacitate au un efect pozitiv direct asupra comportamentului antreprenorial;
- Percepția contextului de susținere are un efect pozitiv asupra atitudinii antreprenoriale față de auto-eficacitate și asupra comportamentului antreprenorial.

O contribuție semnificativă a modelului este, pe de o parte, identificarea factorilor de inițiere a activității antreprenoriale și, pe de altă parte, accentul pe lumea cognitivă și emoțională a personalității antreprenorului ca o direcție populară și modernă în teoria organizațională de management.

Bazându-se pe cunoștințele de modele teoretice recente, și în special pe modelul de-al treilea de autor Meer și Navoya - reprezentanți ai Departamentului economic al Universității din Navarra, determină crearea unei noi întreprinderi ca un moment culminant în procesul antreprenorial. Spre deosebire de studiile anterioare, fără a minimaliza importanța contextului social, ei explorează o serie de variabile personale care au influențat dorința de exprimare și de pregătire pentru realizarea unui proiect antreprenorial. Acești doi factori determinanți de bază, determinate de valorile personale, în funcție de rezultatele studiului sunt atitudini definitorii pentru antreprenoriat (A se vedea figura 3.4.).

Prin efectuarea cercetării s-a demonstrat empiric că, spre deosebire de modelele de afaceri prezentate mai devreme, calitățile personale - judecată morală, credința în auto-eficacitate și empatia, în funcție de caracteristicile contextului de sprijin, determină intențiile antreprenoriatului.

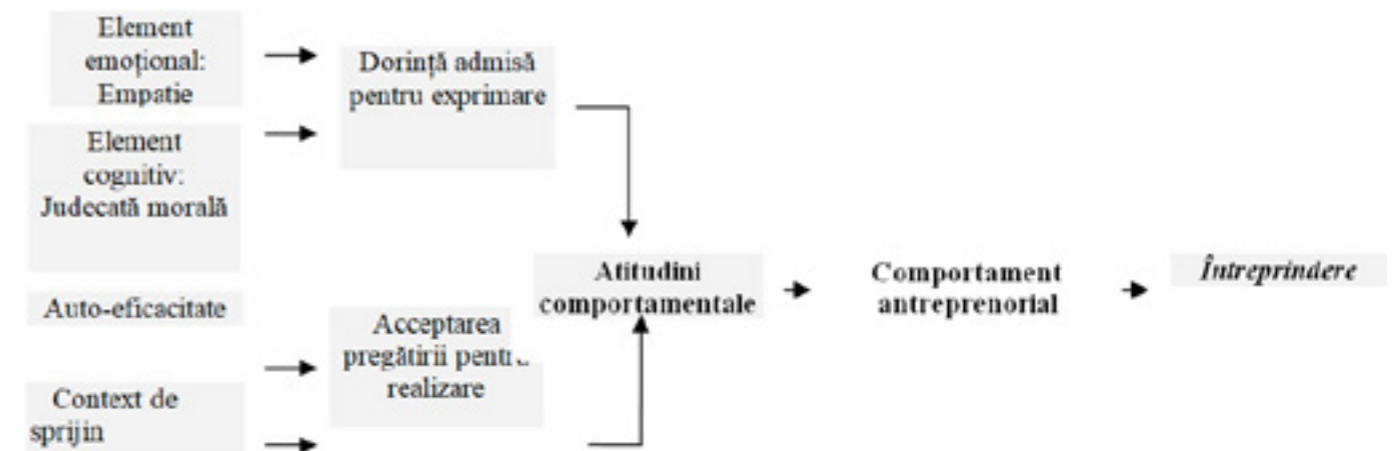


Figura 3.4. Proces de formare a atitudinilor pentru antreprenoriat.

Sursă: Mair, J., E. Noboa. *Entrepreneurship: How Intentions to Create a Enterprise get Formed. Working Paper. IESE Business School, University of Navarra, 2003.*

Potrivit Koev J. și colab., decizia de a începe propria afacere include luarea în considerare și rezolvarea multor probleme complexe și adesea controversate. Atunci când sunt privite și rezolvate în timp, ele pot fi unite de noțiunea de antreprenoriat ca un proces. Întreprinzătorul în domeniul turismului, nu numai că trebuie să găsească ideea lui, să vadă ca un anumit element (produs sau serviciu), să caute locul lui pe o anumită piață, să asigure resurse pentru dezvoltarea și producția sa, să dezvolte un plan de acțiune detaliat să ia în considerare forma juridică, care va lua afacerea, să caute cea mai bună locație pentru afacerile sale, să angajeze muncitori, să selecteze structura cea mai adecvată structură pentru gestionarea sa, etc.

Diferitele activități și etape care se disting în procesul antreprenorial nu intră întotdeauna în ordinea dorită sau descrisă de teorie. În practică, unele dintre activitățile fie se desfășoară simultan, fie funcționează simultan, ceea ce împiedică grav activitatea antreprenorială, crește volumul de muncă și reduce timpul necesar realizării ideii. Considerat ca mijloc de descriere și explicare a eforturilor antreprenorialilor, procesul antreprenorial poate fi împărțit în 12 pași. Aceștia sunt:

- (1) Alegerea unui obiect de activitate;
- (2) Decizia de a înființa propria afacere;
- (3) Descoperirea noii idei (produsului);
- (4) Evaluarea capacităților și constrângerilor noului produs;
- (5) Crearea noului produs;
- (6) Analiza mediului extern;
- (7) Analiza antreprenorială a resurselor;
- (8) Localizarea activității antreprenoriale;
- (9) Instituționalizarea activității;
- (10) Crearea unui plan antreprenorial;
- (11) Managementul afacerilor;
- (12) Închiderea activității antreprenoriale.

3.3. Factorii care influențează procesul antreprenorial în turism

Decizia de a începe procesul antreprenorial, așa cum se arată în studiul de aici, este o consecință a mai multor factori care pot fi rezumați în trei grupe principale:

Primul grup este factorii de declanșare. Aceștia includ factori genetici, mediul familial, educația antreprenorială, localizarea sa geografică, exemplele de succes ale mediului social, caracteristicile culturale și tradițiile antreprenorialului. Pentru antreprenorul de succes în turism acești factori sunt importanți, deoarece tocmai acești factori includ așa-numitele resurse turistice - culturale, de mediu, rurale, de aventură, etc. (Parcheva, M. 2014).

Al doilea grup sunt factorii personali. Printre ei importantă este empatia, adică, dintre capacităților antreprenorului în industria turismului de a recunoaște intelectual și de a împărtăși conștient emoțiile și sentimentele altora. Credința în eficiența proprie, pe locul următor, este un indicator cognitiv, conectat direct la fenomenul întreprinderii. Această categorie reflectă capacitatea antreprenorului de a mobiliza resurse și direcția de acțiune necesare pentru a controla evenimentelor antreprenoriale.

Al treilea grup îl vom numi factori de organizare. Ei fac parte din mijlocul antreprenorului și includ situația economică a țării, concurența, furnizorii, legile, gradul de activitate de inovare în industria turismului, protecția drepturilor de autor, brevetele, dezvoltarea socio-demografică a țării. Alți factori ai acestui grup sunt condițiile bancare, oportunități de includere a organizațiilor de turism în cadrul programelor care sprijină consolidarea activității antreprenoriale, activitatea de investiții, etc.

Ca urmare a rezumatului prezentat pe trei procese antreprenoriale pot fi trase concluzii importante pentru antreprenorii din sectorul turismului, și anume:

- Mediul social cu caracteristicile sale - acces la informație, acces la resurse, atitudini față de libertate, normele acceptate în societate, etc., este un factor determinant al comportamentului antreprenorial. Mediul social influențează motivația antreprenorială a antreprenorului și, prin urmare, comportamentul său în organizația turistică;

- Pentru un antreprenoriat de succes în turism, în afară de mediul social o importanță esențială o au particularitățile individuale ale antreprenorului - judecata sa morală, empatia, credința în sine, responsabilitate emoțională, gândire pozitivă, gândire în perspectivă și o serie de alte caracteristici ale antreprenorului;

- Pentru formarea judecăților morale ale antreprenorilor, normelor, practicilor, modelelor de antreprenoriat și altor elemente o importanță mare o au mecanismele instituționale, și anume: politicile guvernamentale pentru a sprijini turismul, politica de inovare în acest sector, strategiile de investiții pentru dezvoltarea produsului turistic, etc. Prin urmare, tendința spre un comportament antreprenorial în toate domeniile, în special în domeniul turismului, se formează cu ajutorul instituțiilor din mediul social iar antreprenoriatul ca proces individual este stabilit și dezvoltat prin intermediul acestora.

Tema 4. Ideea antreprenorială. Managementul activității antreprenoriale în turism

Când studiem acest subiect, noi:

- Vom înțelege cum se formează ideea antreprenorială.
- Vom determina factorii de mediu care afectează antreprenoriatul.
- Vom lua cunoștință de principalele funcții de management în turism.
- Vom analiza componentele mixului de marketing utilizate în domeniul turismului.

4.1. Formarea ideii antreprenoriale

Există multe modalități de planificare și dezvoltare a unei afaceri. Există o varietate de opinii în literatura economică cu privire la formarea unei idei antreprenoriale. Rezumatul pe această temă se concentrează pe identificarea oportunităților economice care există pe piață.

Tabelul 4.1.
Componente în analiza de mediu

Factor de afaceri	Întrebări de evaluare
<i>Produs și, sau serviciu</i>	Care sunt parametrii, obiectivele și nevoile pe care le satisface; Care este ciclul de viață al produsului sau al serviciului? Este sezonabilitate? Ce avantaje competitive are produsul/serviciul? Va putea organizația turistică să furnizeze servicii de garanție pentru produs/serviciu?
<i>Oportunități de piață</i>	Unde este piața produselor / serviciilor? Care este piața țintă? Caracteristicile industriei turistice. Care ar putea fi cota reală de piață pe care produsul / serviciul o va ocupa în acest moment? Și după 2, 5 sau 10 ani? Durata ferestrei de oportunitate? Ce concurență are pe piață? Înlocuitori de produse? Rezultatele concurenței? Cât de fiabil este canalul de distribuție?
<i>Finanțare</i>	Cât va costa începerea noii producție? Unde se vor ridica resursele financiare necesare? Care este prețul și costul, sunt ele competitive cu alți producători? Cum vor fi asigurate materialele și resursele de muncă necesare? Cât de mult capital / active, costuri de producție / sunt necesare pentru a începe afacerea? Cât de mult din capitalul necesar are compania și va avea nevoie de capital suplimentar? Ce garanție are compania în caz de nevoie de credit?
<i>Risc antreprenorial</i>	Ce risc (real sau potențial) este inerent în produsul / serviciul? Care este riscul cel mai comun al industriei respective? Care sunt previziunile realiste, dar și cele nerealiste pentru industria turismului?

Ca surse principale de idei pentru afaceri în sfera turismului, cel mai des servesc munca anterioară a antreprenorului; nevoia personală nesatisfăcută; interesele personale sau hobby-urile întreprinzătorului; idei sugerate de la alți utilizatori, produsele de succes de pe piață sau serviciile oferite de companiile de turism deja existente; oportunitățile de afaceri anunțate de inițiative guvernamentale, cum ar fi proiectele finanțate de UE, cercetări și descoperiri științifice. Există și alte surse obiective în practică care ajută antreprenorii din industria turismului să-și descopere ideea. Aceste surse includ, de exemplu, produsele turistice eșuate și călătoriile în alte țări și regiuni.

4.2. Mediul antreprenorului

La începutul activității antreprenoriale, antreprenorul din turism se confruntă cu probleme de natură diferită. Aceste probleme se datorează faptului că toate organizațiile depind într-o oarecare măsură de mediul înconjurător. Prin el găsesc resurse, contragenți, clienți, concurenți, furnizori, etc. Specialiștii definesc mediul ca fiind direct și indirect. Motivele pentru aceasta sunt că unii factori lucrează mai mult, iar alții - nu atât de mult. Alți autori definesc mediul ca mediu global, național și intern pentru organizație.

În analiza mediului, trebuie să se demonstreze dacă un produs sau un serviciu are rentabilitatea necesară pentru a justifica investiția, timpul și riscul unui antreprenor în domeniul turismului. În acest scop, este necesar să se răspundă la o serie de întrebări legate de caracteristicile produsului sau serviciului de turism oferit, piețele de realizare, politica de prețuri, capitalul, etc. Aceste întrebări sunt prezentate în tabelul anterior.



4.3. Gestionarea activității antreprenoriale în domeniul turismului

Managementul în domeniul turismului se efectuează prin implementarea a numeroase activități specializate - funcții de management. Realizarea unei revizui a surselor literare și analizarea a “ceea ce fac antreprenorii de fapt” face posibilă compilarea următoarei liste (Davidkov, Narleva, 2013):

Tabelul 4.2.
Funcțiile de management cheie ale antreprenorului în turism

Ei formulează obiective și atribuie sarcini	Descoperă și exploatează noi oportunități - creează și realizează inovații	Creează echipe eficiente de lucru
Informează	Motivează colaboratorii pentru o muncă bună	Разпределят организационните роли
Reglează relațiile	Reprezintă în fața altora departamentul (unitatea)	Iau decizii (organizează procesul decizional)
“Desenează viitorul” organizației	Aplicați / eliberați persoane	Organizează executarea deciziilor
Coordonează activitatea unității cu activitatea altor unități	Deleagă puteri manageriale	Perfecționează sistemul de management
Identifică probleme - rezolvă probleme	Construiesc și dezvoltă cultura organizației	Structurează activitățile în organizație, etc.

După cum s-a menționat mai sus, înțelegerea a ceea ce fac (și ce trebuie să facă) managerii în sectorul turismului diferă de multe ori, deși, în diferite puncte de vedere să găsim multe asemănări. Un motiv important al diferențelor este că atunci când răspund la întrebarea “Ce fac antreprenorii?”, autorii răspund de fapt la două întrebări diferite. Primii înregistrează activitatea factuală, iar ceilalți indică funcțiile pe care, potrivit lor, trebuie să le îndeplinească întreprinzătorii. Există multe activități în organizație. Întrebarea este care dintre ele vor fi atribuite antreprenorilor și care nu. De asemenea, este important să subliniem faptul că motivația managerilor în turism deseori redistribuie aceste puteri.

Exemplu.

Observăm șefii departamentelor de resurse umane în două organizații turistice diferite. Primul manager este în fața unei pensii, iar motivația sa pentru o muncă bună este epuizată de așteptarea neîntreruptă a vârstei de pensionare. El a transferat toată munca deputatului său. Cel de-al doilea este relativ tânăr, relativ ambițios și crede că atunci când o persoană vine cu ceva, trebuie să o facă într-un mod inovativ, antreprenorial. Formal, cei trei trebuie să îndeplinească aceleași funcții de gestionare. De fapt, ei îndeplinesc diferite funcții.

Potrivit locul lor în ierarhia organizației de turism, de obicei managerii sunt clasificați ca *superiori, de nivel mijlociu și inferiori. Distribuția funcțiilor de management de bază între liderii de diferite ranguri nu este uniformă.* De exemplu, managementul superior definește subiectul activităților, obiectivele, strategiile, politicile organizației. Planificarea este, prin urmare, o funcție prioritară a conducerii superioare. Rolul său scade treptat, la managerii de rang mijlociu și cel mai mult la managerii inferiori în detrimentul creșterii rolului de organizare și de control (din cauza naturii operaționale a muncii lor).

Conținutul funcțiilor de conducere poate fi specificat prin examinarea rolurile jucate de manager în turism. Rolurile manageriale în acest sens, se realizează printr-un set de comportamente asociate cu poziția specifică de management, cu puterea oficială și statutul. Specificitatea fiecărui rol de management „întruchipează” punerea în aplicare managerului de funcții foarte specifice și concrete de management, responsabilități,

priorități - informare, interpersonale și roluri în procesul de luare a deciziilor.

Performanța funcțiilor de conducere depinde în mare măsură de calitățile managerului, de abilitățile și capacitățile pe care le posedă pentru a îndeplini cerințele postului. Managerul din turism ar trebui să învețe și să dezvolte trei seturi de competențe: *conceptuale, umanitare și tehnice*:

- Abilitățile manageriale *profesionale* sunt cele legate de capacitatea de a lucra cu procesele fizice și obiectele din domeniul turismului. De la manager se așteaptă să utilizeze și să dezvolte cunoștințe în profesia sa, precum și să cunoască metodele, procesele, echipamentele și tehnologiile specifice fiecărei profesii.

- Competențele *umanitare* sunt, mai presus de toate, abilitățile de a lucra cu oamenii. Managerul trebuie să cunoască nevoile, interesele, motivele, obiectivele oamenilor cu care lucrează pentru a evalua reacțiile lor posibile, rezultatele așteptate și să încurajeze persoanele care contribuie la punerea în aplicare a obiectivelor organizaționale.

- Abilitățile *conceptuale* sunt exprimate în capacitatea managerului de a face sens de modul în care diferite funcții ale organizației depind unele de altele, cum schimbările într-un departament (unitate) vor afecta sistemul în ansamblul său; acoperă de asemenea capacitatea managerului de a proiecta locația organizației în industrie, în mediul public, etc.

Într-o formă sintetizată, caracteristicile esențiale ale principalelor funcții de management, aplicate de un manager în punerea în aplicare a activităților de antreprenariat sunt:

Planificarea este o activitate orientată spre viitor. Este un mijloc de a face față incertitudinii și dinamicii mediului. Planificarea este o activitate specializată care are ca scop determinarea a ceea ce trebuie făcut pentru a atinge obiectivele organizației.

Organizarea este o combinație de două grupe de activități: activități legate de separarea și repartizarea muncii între diferiții participanți din organizația socială, precum și activitățile care vizează integrarea eforturilor individuale: formarea unui sistem de obiective comune, strategii și politici; coordonarea eforturilor individuale și de grup bazate pe cerințele, principiile și regulile comune ale tehnologiei; stabilind canale de comunicare și reguli de interacțiune.

Controlul este o activitate care monitorizează dacă activitatea și comportamentul subsistemului gestionat sunt în concordanță cu obiectivele subsistemului de control. Funcția de control include toate acțiunile prin care conducerea încearcă să asigure potrivirea dintre rezultatele planificate și cele reale. Funcționarea fiecărei organizații se bazează pe un sistem de reguli care sunt obligatorii pentru toți membrii săi.

Leadershipul este o categorie majoră în psihologia socială, care se ocupă de relațiile interpersonale de leadership dintre oameni. Leadershipul este, de asemenea, o relație prin care o persoană influențează comportamentul altora. Datorită faptului că leadership-ul este un fenomen complex, abordări diferite și rețele conceptuale pot fi folosite atunci când se identifică, descrie și explică. Nu există o opinie unanimă în rândul autorilor cu privire la modul în care ar trebui organizate diferitele teorii ale leadershipului.

Motivația poate fi definită ca direcția și durată acțiunii. Această definiție se referă la întrebarea de ce oamenii aleg un anumit curs de acțiune și îl preferă față de altul și de ce ei continuă cu acțiunea selectată, de multe ori pentru destul de mult timp, chiar și în vremuri de dificultăți și probleme.

Cultura antreprenorială priviște de valori a colaboratorilor față de realitate. Este rezultatul eforturilor depuse de toți angajații companiei (astăzi) și de toate generațiile de angajați ai companiei (ieri). Cultura influențează funcționarea și dezvoltarea organizației în primul rând pe termen lung, deoarece determină orientările de muncă durabile ale colaboratorilor; reglementează relațiile printr-un sistem de legi, norme și reguli scrise și nescrise.

Responsabilitatea socială a antreprenorului ca o funcție de management constă în, a asista publicul în atingerea obiectivelor, cum ar fi dezvoltarea durabilă, reducerea sărăciei, rezolvarea problemelor de mediu, dezvoltarea așa-numitului al treilea sector, sponsorizarea, controlul calității, sănătatea oamenilor, siguranța la locul de muncă, etc.

Managementul resurselor umane este o funcție majoră a organizației turistice. Este vorba despre gestionarea oamenilor în procesul de muncă pentru a atinge obiectivele stabilite pentru organizație. Sistemul de conducere a Resurselor umane include un set de activități care managerul în sectorul turismului trebuie să pună în aplicare - planificarea, recrutarea, selecția și motivarea, etc.

Marketingul este o funcție cheie de management în domeniul turismului. Prin "marketing" se înțelege un sistem de patru elemente principale - produs, prețuri, plasări și comunicări de marketing - elemente dezvoltate nu separate unele de altele, ci într-un complex.

Comunicările de marketing reprezintă o formă de comunicare cu piața țintă și cu publicul, care se supune regulilor generale ale fiecărui proces de comunicare. Sistemul complex de comunicații de marketing este construit și gestionat folosind instrumente interconectate, denumite în mod colectiv -mixul de comunicare (vezi Figura 4.1.).



- Publicitate: orice formă plătită de prezentare nonpersonală a unei promoții și idei, bunuri sau servicii de către un sponsor.
- Marketing direct: utilizarea de poștă, telefon sau alte mijloace pentru contact nonpersonal cu scopul de a comunica sau solicita un răspuns de la clienți specifici actuali sau potențiali.
- Stimularea vânzărilor: Acțiuni pe termen scurt pentru a stimula achizițiile sau vânzările unui produs sau serviciu.

Publicitate	Stimularea vânzărilor	Relații publice	Vânzări personale	Marketing direct
Publicitate tipărită și difuzată	Competiții, jocuri, premii	Conferințe de presă	Prezentări de vânzări	Cataloge
Ambalaje de publicitate	Premii și cadouri	Discursuri	Întâlniri de vânzări	Materiale poștale
Filme de publicitate	Mostre	Seminarii	Programe de încurajare	Marketing prin telefon
Broșuri și pliante	Târguri comerciale	Rapoarte anuale	Mostre	Cumpărături electronice
Postere și afișe	Expoziții	Caritate	Târguri comerciale	Cumpărături prin TV

Tabelul 4.3. Instrumente generale de comunicare și promovare



- **Relații publice și publicitate:** o varietate de programe destinate să reprezinte și / sau să protejeze imaginea companiei sau a produselor sale individuale.

- **Vânzări personale:** Prezentare orală în conversație cu cel puțin unul sau mai mulți potențiali cumpărători cu scopul de a afecta o vânzare.

Fiecare dintre aceste instrumente include un sistem de instrumente specifice, detaliate în tabelul anterior.

Pentru a asigura implementarea eficientă a funcțiilor de management cheie, antreprenorul din domeniul turismului ar putea avea încredere în intuiția sa. Această soluție nu este întotdeauna cea mai bună, deci ar putea folosi și o varietate de metode de analiză antreprenorială, cum ar fi:

- **Brainstormingul** este o metodă care se bazează pe principiul că oamenii pot fi stimulați pentru o mai mare creativitate prin reunirea acestora într-un grup și prin crearea de condiții pentru schimbul liber de opinii. Scopul este de a formula mai multe soluții la o problemă. Metoda nu permite critica altor puncte de vedere, deoarece sugerează că și cea mai mare idee non-traditională poate duce la rezolvarea problemei antreprenoriatului în turism.

- **Metoda "Delphi"** a fost dezvoltată în scopul planificării pe termen lung. Acesta permite unui grup de experți să-și specifice punctele de vedere pe baza interacțiunii cu alți experți. Fiecare dintre participanți trimite avizul prin poștă pentru a evalua subiectul, avizele sunt anonime și evaluările personale ale fiecărui expert nu sunt dezvăluite.

- **Analiza SWOT** este o metodă, nu în ultimul rând, prin care sunt luate în considerare diferitele strategii de gestionare a combinațiilor de factori interni și externi ai organizației turistice. Analiza SWOT este un instrument extrem de util pentru înțelegerea diferitelor

situații de afaceri și luarea deciziilor. Acesta oferă cadrul necesar pentru revizuirea strategiei organizaționale și direcției de dezvoltare a unei organizații turistice (a se vedea Figura 4.2.).

Analiza SWOT		Mediul intern	
		Pro: Puncte forte (S)	Contra: Puncte slabe (W)
Mediul extern	Oportunitati (O)	S-O-Strategii: Utilizarea posibilităților de realizare a avantajelor	W-O-Strategii: Distrugearea punctelor slabe pentru a crea noi oportunități
	Amenințari (T)	S-T-Strategii: Utilizarea avantajelor pentru a elimina pericolele	W-T-Strategii: Elaborarea de strategii pentru a preveni deficiențele să fie activate de amenințări

Fig. 4.2. Analiza SWOT -vizualizare

PARTEA A II A

ANTREPRENORIAL INOVATIV PENTRU TURISM CULTURAL ÎN REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ „DOBRICH-CONSTANȚA“

Tema 5. Caracteristici, particularități și tipuri de turism sportiv și de aventură

În această temă:

- Vom cunoaște ideea apariției turismului sportiv.
- Vom analiza importanța și tipurile de turism sportiv.
- Vom dezvălui particularitățile și formele turismului de aventură.
- Vom cunoaște caracteristicile turiștilor iubitori de sport și de aventură.

5.1. Natura, caracteristicile și tipurile de turism sportiv Originea și esența turismului sportiv

Excursiile de observare și de participare la evenimente sportive au apărut din încă cele mai vechi timpuri. Date despre acest fapt au fost găsite în Egiptul Antic în jurul anului 2,650 î. Hr., iar în China înainte cu 4000 de ani. Jocurile Olimpice din Grecia antică datează din anul 776 î.Hr. În ultimul timp, turismul sportiv a fost asociat și cu turismul de schi din Alpi de la mijlocul secolului al XIX-lea (Dinev, Tomova, 2006).

După anul 1960, turismul sportiv devine un fenomen internațional semnificativ, care se bucură de sprijin public global, de încasări de bani și chiar de interes politic. Combinația dintre sport și turism devine o combinație tot mai profitabilă, cu un impact economic semnificativ și o influență asupra oamenilor și societăților din lumea modernă.

Motivele pentru interesul către turismul sportiv rezultă din numeroasele oportunități pe care le oferă. Sportul oferă activitate motorie, emoții puternice, stare de sănătate bună. Prin urmare, în ultimele decenii, sportul mondial a devenit o parte integrantă a motivației călătoriilor turistice, iar turismul - într-un mediu natural pentru practicarea sa.

În aspect definitiv, termenul „sport“ provine din cuvântul francez „desporter“, care înseamnă „mă distrez“ (Vasileva, 2007). Cu toate acestea, mai bine cunoscut este cuvântul englez „sport“, care înseamnă exerciții fizice și jocuri cu caracter competitiv și aspirație spre excelență.

Turismul sportiv este legat de satisfacerea nevoilor de agrement ale persoanei aflate în regimul motor activ. (Mihaylov, 2013). În termeni mai generali, turismul sportiv poate fi definit ca un fenomen social, economic și cultural, determinat de combinația unică de activități, oameni și loc (Hinch, Higbam, 2004). Potrivit altor autori, turismul sportiv este un tip de turism specializat care satisface nevoile turiștilor din sport, recreere și relaxare activă prin participarea lor la diverse evenimente sportive (Stamov, Aleksieva, 2003). Prin urmare, pentru a fi definită o călătorie turistică ca turism sportiv, ea trebuie să îndeplinească următoarele cerințe de bază:

- Practicarea activităților sportive este un obiectiv al călătoriei turistice;
- Turiștii sunt participanți activi la activitățile sportive.

Pe baza definițiilor și a percepțiilor problemei, turismul sportiv poate fi definit ca un tip specializat de turism în care scopul călătoriei este practica activă a unui anumit sport. Deși scopul călătoriei este, de obicei, un tip de sport, participanții pot practica o varietate de activități sportive pentru a realiza un efect de agrement, de întărire sau de distracție. Aceasta este o viziune care trebuie actualizată în legătură cu evoluția și schimbările dinamice care apar cu sportul și turismul în lumea modernă. În sensul mai larg, și evenimentele sportive majore pot fi considerate turism sportiv. Datorită caracterului pasiv al participării la



activități sportive, aceste excursii nu pot fi definite ca un adevărat turism sportiv.

Sportul include toate formele de activitate fizică, în principal de natură competitivă, și jocurile care, prin participările organizate sau ocazionale, urmăresc utilizarea, întreținerea sau îmbunătățirea capacităților fizice, oferind în același timp participanților divertisment și, în unele cazuri, divertisment pentru spectatori. În același timp, unele activități competitive, deși non-fizice, sunt recunoscute ca sport pentru minte (șah, bridge). Activitățile sportive pot fi practicate atât individual, cât și în cadrul unui grup. Unele definiții ale sportului menționează că pe lângă activitatea fizică, acesta se bazează pe o anumită structură și reguli (Hinch, T. și Higham, J., 2011). Elementele principale ale sportului sunt cele prezentate în Figura 1.

<i>Sport</i>		
<i>un test simbolic al abilităților fizice și psihomotorii</i>	<i>caracter competitiv care impune anumite reguli specifice</i>	<i>durata în timp, având la baza tradițiile și practicile din trecut</i>

Fig. 1. Elemente de definire a sportului ca activitate

De asemenea, deși noțiunea de concurență este specifică sportivilor profesioniști, activitățile sportive sunt, de asemenea, considerate activități de agrement.

După cum am menționat deja, turismul sportiv implică deplasarea persoanelor din afara zonei de reședință pentru a participa la activități sportive. Turistul poate participa la această activitate atât ca participant cât și ca spectator.

După cum am menționat deja, turismul sportiv implică mutarea persoanelor din afara zonei de reședință pentru a participa la activități sportive. Turistul poate participa la această activitate atât ca participant cât și ca spectator. Prin urmare, un participant în turismul sportiv este considerat ca o persoană care călătorește pentru a juca fotbal, de exemplu, și o persoană care călătorește doar pentru a viziona un meci de fotbal.

Există două clasificări ale turismului sportiv, ilustrate în figura următoare.

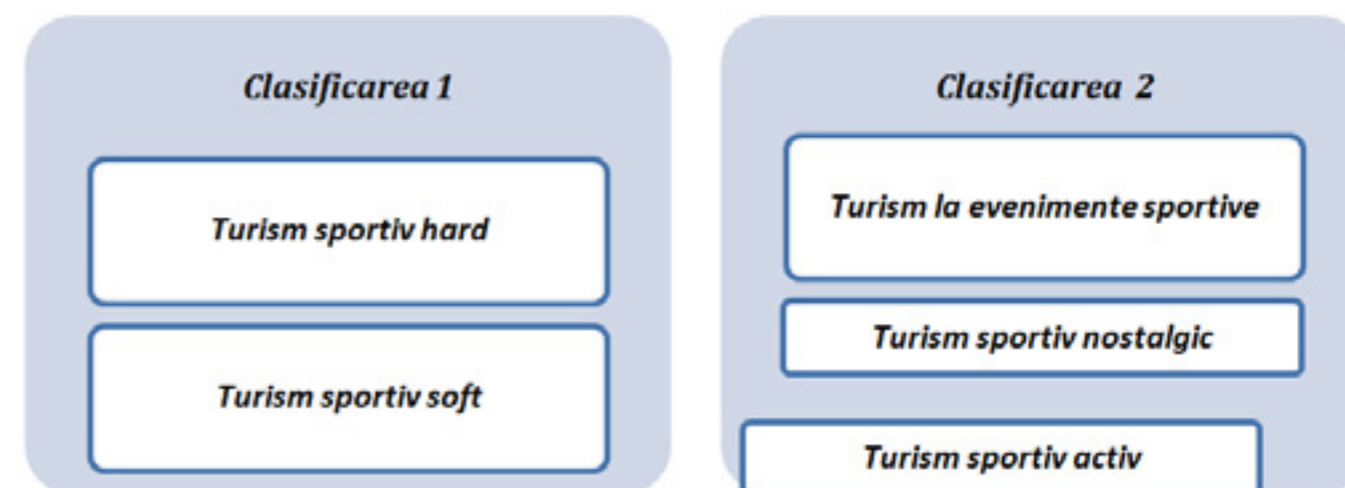


Fig. 2. Clasificările turismului sportiv

Sursa: Gammon, S., Robinson, T., 2003, p. 33.

Conform primei clasificări, turismul sportiv poate fi împărțit în două tipuri: „hard” și „soft” (Gammon, S., Robinson, T., 2003).

Turismul sportiv hard implică participarea unui număr semnificativ de persoane la un eveniment sportiv competitiv. De obicei, astfel de evenimente sunt principalul motiv care

atrage telespectatorii într-o anumită locație. Exemple sunt Jocurile Olimpice, Campionatul Mondial de fotbal sau cursele Formulei 1.

Turismul sportiv soft. Turismul sportiv soft implică participarea turiștilor la activități de recreere sau de agrement. Această categorie include, de exemplu, drumeți, alergare, canotaj sau scufundări.

A doua clasificare împarte turismul sportiv în: turismul evenimentelor sportive, turism sportiv nostalgic și turism de sport activ.

Turismul evenimentelor sportive se referă la cazurile în care turiștii vizitează un anumit loc pentru a viziona evenimente sportive. Această categorie include evenimente care atrag un număr mare de turiști, cum ar fi Jocurile Olimpice, Campionatul mondial de fotbal, finalele Ligii campionilor iar pe de altă parte și evenimentele sportive care reprezintă doar una dintre multele atracții dintr-un anumit loc. De exemplu, în plus față de participarea la alte atracții turistice din Barcelona, turistul poate alege, de asemenea, să vizioneze un meci al echipei locale de fotbal.

Turismul sportiv nostalgic implică participarea la muzee sportive sau întâlnirea cu celebrități sportive în timpul unei vacanțe. De exemplu, o vacanță în Londra poate include o vizită la Muzeul de turnee de tenis "Wimbledon", împreună cu alte atracții tradiționale. De asemenea, prezența unui sportiv pe o croazieră poate fi un aspect atrăgător.

Turismul activ turistic implică călătoria turiștilor pentru a participa ei înșiși în activități sportive. De exemplu, un turist poate vizita un anumit loc pentru o scufundare sau pentru a alerga într-un maraton. Pentru o mai bună înțelegere a turismului sportiv, în segmentul ofertei pot fi identificate cinci categorii, după cum se arată în Figura 3 (Hudson, S., 2003).

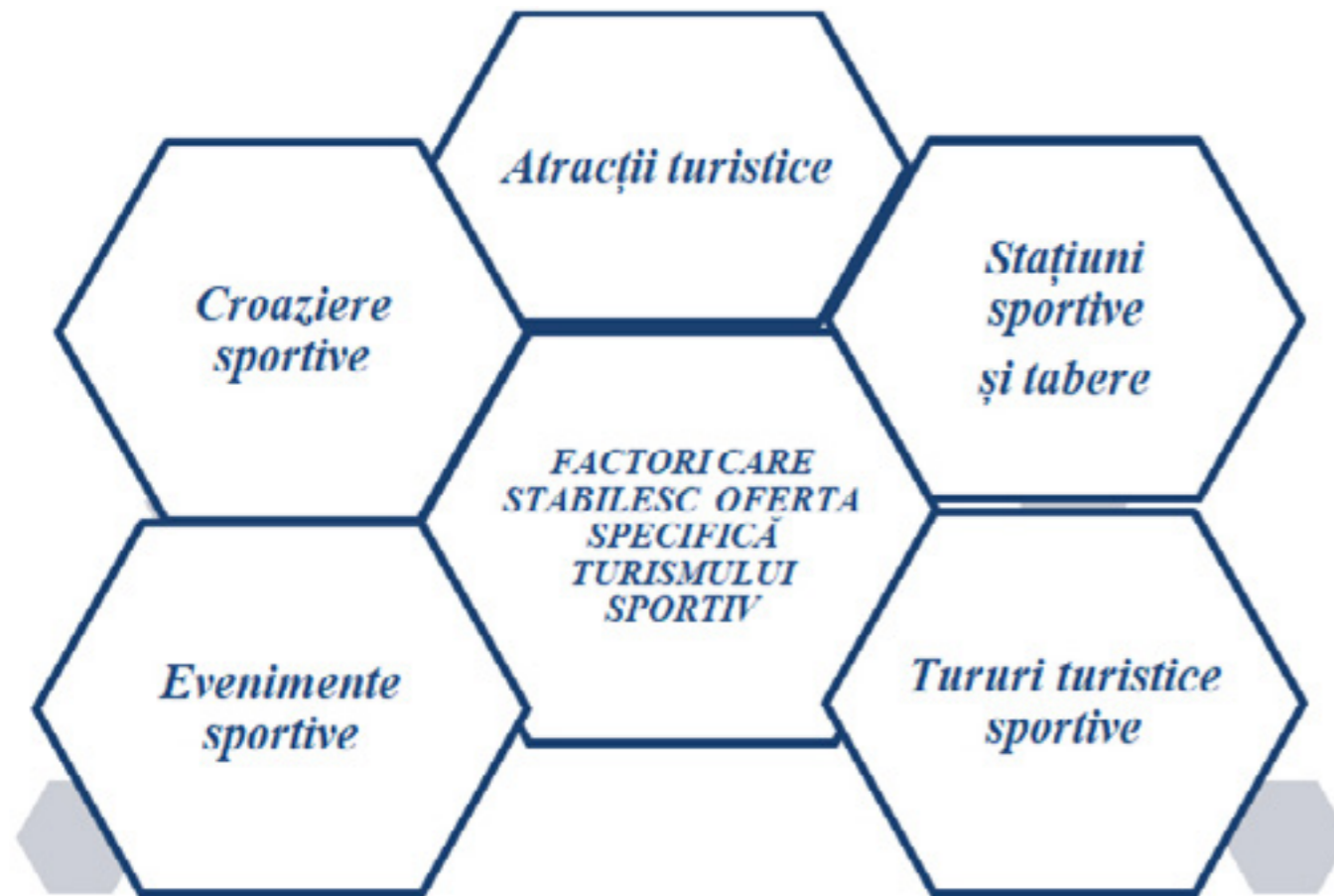


Fig. 3. Elemente de turism sportiv

Atracțiile în turismul sportiv sunt destinații care oferă turistilor posibilitatea de a practica sau de a viziona activitățile sportive. Atracțiile pot fi naturale (peisaje, parcuri, păduri, animale sălbatice) sau antropice/create de om (stadioane, săli, muzee, magazine). Atracțiile care pot fi vizitate de către turiștii sportivi sunt reprezentate de:

- Facilități sportive moderne care gazduiesc de obicei evenimente sportive, cum ar fi: stadioane, arene, săli de sport;
- Muzee sportive sau galerii de celebrități care sunt dedicate trecutului sportului sau care cinstesc celebrități din lumea sportivă;
- Parcuri tematice și facilități pentru practicarea diferitelor sporturi extreme în aer liber. Acestea includ, de exemplu, parcuri de apă și facilități de sărituri de tip bungee sau de schi nautic;
- Rute turistice sau traseele naturale pentru explorarea naturii cu un anumit nivel de dificultate;
- Magazine cu profil sportiv.

Stațiunile sportive sunt reprezentate de complexe sportive, concentrându-se pe activități sportive sau activități destinate sănătății. În majoritatea cazurilor, astfel de centre de vacanță oferă servicii și facilități de înaltă calitate turiștilor sportivi. Această categorie include:

- Centre SPA;
- Cluburi cu terenuri de tenis sau de golf;
- Complexe sportive de apă sau de sporturi de iarnă;
- Facilități în natură care se concentrează pe activități exploratorii sau aventuri în aer liber.

În general, aceste stațiuni sunt echipate cu echipamente și dotări de ultima generație. De asemenea, oferă vizitatorilor o gamă largă de activități educaționale și programe organizate de instructori specializați. Cu toate acestea, în această categorie, reprezentată de stațiuni, poate exista o mare varietate. Pot exista numeroase stațiuni specializate cu standarde internaționale înalte destinate turiștilor care își îmbunătățesc abilitățile, care oricum sunt la un nivel ridicat, precum și facilități care deservește tabere concentrate pe furnizarea de servicii sportive de agrement.

Stațiunile reprezintă o soluție excelentă pentru organizarea de întâlniri de afaceri, conferințe sau teambuildinguri. Activitățile sportive au devenit un aspect important al programului atunci când se întâlnesc cu mai multe grupuri, deoarece contribuie la construirea prieteniei și a spiritului de echipă și oferă, de asemenea, oportunități de networking. Un alt avantaj al stațiunilor este că atmosfera relaxată are rolul de a menține participanții în bună dispoziție, mai deschisi către idei și schimbări noi și să evite acumularea celor care pot provoca un sentiment de iritare. De asemenea, diversele activități sportive într-o stațiune oferă organizatorilor mai multe oportunități de a planifica timpul liber al participanților sau al familiilor acestora.

O completare la categoria complexelor sunt taberele sportive. Acestea sunt organizate în stațiuni sportive, universități sau în aer liber și oferă sesiuni de training organizate pentru o gamă largă de sporturi. Se organizează tabere atât pentru sporturile tradiționale (fotbal, tenis, volei, handbal, baschet, golf, înot, navigație, canotaj etc.), precum și sporturi extreme (alpinism, rafting etc.). Deși taberele sportive sunt considerate a fi destinate tinerilor, în ultimii ani numărul taberelor sportive destinate adulților și familiilor a crescut. O categorie de tabere sportive de succes în rândul adulților sunt taberele sportive din tipa fantasy. Aceste tabere oferă turiștilor oportunitatea de a lucra cu un atlet faimos sau de a fi instruiți de un renumit antrenor. Datorită prezenței unei celebrități, acest tip de tabere are o mare atracție în rândul turiștilor, iar în aceste condiții, organizatorii ar putea dori un preț mai mare.

Tururile turistice sportive atrag vizitatori la evenimente, destinații sau facilități sportive din întreaga lume. Aceste tururi pot fi organizate de un profesionist în domeniu sau pot fi planificate de turist. De exemplu, unele pachete de tururi de schi turistice oferă bilete de avion, cazare, transport local și schiuri fără a oferi cursuri sau alte facilități speciale. Pe de altă parte, unele companii de turism oferă pachete specializate de călătorie, printre

care: transportarea fanilor echipei la meci, cazarea lor pentru mai multe nopți, obținerea de bilete pentru meciuri, evenimente pentru fani înainte și după meci, precum și pentru timpul petrecut de suporteri în timpul sejurului. Tururile sportive pot include vizite la muzee și stadioane sportive în mai multe locuri. Tot în această categorie funcționează și activitatea firmelor implicate în organizarea deplasării echipelor profesionale de sport.

Croazierele sportive turistice includ toate excursiile cu barca care includ activități sportive ca o strategie de piață majoră. Multe bărci arată ca hoteluri sau stațiuni și au facilități sportive excelente. De asemenea, pot folosi ca instrument de marketing prezența la bord a unei personalități din lumea sportului. Pentru a satisface cerințele turiștilor, navele de croazieră își conduc adesea clienții către destinații excelente de apă pentru practicarea diferitelor sporturi într-un cadru unic. Aceste sporturi pot fi practicate în apă, cum ar fi schi nautic sau scufundări, și pe teren (tenis, golf). Pentru un turist, jocul de tenis pe mare poate fi o experiență unică. Alte activități care pot fi efectuate pe nave de croazieră sunt concursuri sportive sau discursuri de celebrități din lumea sportului. În categoria croazierelor pot fi incluse închirierea de bărci de către turist pentru călătorii de relaxare sau participare la concursuri.

Evenimentele sportive reprezintă categoria turismului sportiv care atrage un număr mare de participanți (sportivi) și/sau spectatori într-o anumită locație. Tipurile de turiști atrasi variază în funcție de evenimentul sportiv organizat. În acest fel, o competiție amatoare de fotbal pe plajă va atrage mai mulți turiști decât spectatori. Cu toate acestea, un eveniment important de competiție, cum ar fi Jocurile Olimpice sau Campionatul European de Fotbal, atrage mai mulți turiști-specatori decât participanți. De asemenea, astfel de evenimente sportive au potențialul de a atrage jurnaliști sau personal tehnic, cum ar fi antrenori, medici sau alți reprezentanți ai sportului. Din punct de vedere al impactului economic, categoria evenimentelor sportive este cea mai importantă în turismul sportiv. Evenimentele sportive destinate atragerii unui număr mare de spectatori pot aduce milioane de euro economiilor locale. Cu toate acestea, evenimentele sportive mai mici care vizează participanții, cum ar fi turneele de amatori sau maratoanele, pot aduce, de asemenea, beneficii, în special pentru localitățile mici sau zonele slab populate. Întrucât evenimentele axate pe participanți utilizează infrastructura existentă și adesea munca voluntară, acestea sunt relativ ieftine pentru organizare și implică un raport costuri-profit redus. De asemenea, evenimentele sportive concentrate asupra participanților au arătat că acestea reprezintă o modalitate eficientă de a atrage noi turiști într-o anumită zonă, turiștii care tind să se întoarcă. Acest lucru se datorează în principal faptului că evenimentele sportive concentrate pe participanți, precum și pe stațiuni sunt destinate turiștilor care caută oportunități de a-și petrece vacanțele cu alte persoane care au același interes într-un anumit sport.

Importanța și caracteristicile turismului sportiv

Prima funcție a turismului sportiv este stilul de viață recreațional și sănătos al oamenilor. Din punct de vedere al turiștilor care iubesc turismul sportiv, acesta este legat de recuperarea forțelor fizice și ajută la activarea modului lor de viață. Această funcție este legată de efectul pozitiv dovedit al activităților fizice asupra stării generale a organismului uman. Aceste activități ajută la reducerea stresului și la incidenței bolilor, pentru a spori speranța de viață. Exercițiile fizice din creier produc endorfine, care contribuie, de asemenea, la bună dispoziție. S-a demonstrat că practicarea sportului reduce riscul diferitelor boli (de exemplu cardiovasculare etc.) și multe alte boli cunoscute sub denumirea de “boli ale civilizației”. Sportul face parte din stilul de viață sănătos spre care tot mai mulți oameni se orientează în timpurile noastre.

Din punct de vedere al turismului, turismul sportiv îmbogățește paleta de oferte turistice. Acest lucru contribuie la o distribuție mai uniformă a turiștilor atât în aspect teritorial, cât și temporal. Din punct de vedere al destinației turistice, turismul sportiv

contribuie, de asemenea, la atragerea unui contingent turistic suplimentar, precum și la creșterea șederii turiștilor. Oferirea de activități sportive mărește considerabil atractivitatea și competitivitatea destinației respective. În plus, turismul sportiv contribuie la dezvoltarea destinației în conformitate cu principiile dezvoltării durabile.

În turismul sportiv, împreună cu funcția de recreere dominantă, se realizează funcția cognitivă și divertistică a turismului. O parte din serviciile sportive și turistice sunt combinate cu formarea specializată a personalului și cu forme organizatorice specifice - cluburi, școli, festivaluri. Funcția de divertisment este realizată prin diverse animații sportive.

Funcția de divertisment este realizată prin diverse animații sportive.

În concluzie, putem sintetiza importanța crescândă a turismului sportiv în felul următor:

- extinderea participanților în domeniul sportului;
- interes crescut pentru sănătatea umană;
- creșterea activităților active în timpul vacanței;
- sporirea interesului pentru jocuri sportive și evenimente sportive;
- sporirea oportunităților materiale și financiare ale unei mari părți din populația mondială;
- creșterea timpului petrecut pentru sport și relaxare;
- sporirea oportunităților turistice.

În timpurile moderne, turismul sportiv are o serie de caracteristici specifice. În primul rând, turismul sportiv corespunde conceptului de turism alternativ, adică este în conformitate cu particularitățile mediului natural și a populației locale. Prin urmare, în această formă de turism, se caută noi situri și resurse turistice, care sunt utilizate în conformitate cu principiile dezvoltării durabile.

A doua caracteristică se referă la baza materială a turismului sportiv - o structură și o infrastructură specializată. Baza este organizată în complexe sportive, facilități, cluburi și școli cu echipament și ajutoare adecvate. Astfel, în stațiuni și complexe se construiesc jocuri diverse, facilități sportive și de divertisment - terenuri de golf, parcuri de distracții, piste de schi și facilități, piscine, terenuri de tenis, săli de fitness, facilități pentru surfing, scufundări ș.a.m.d. Din cauza specificului bazei materiale și a altor factori obiectivi și subiectivi, o mare parte din serviciile oferite în turismul sportiv sunt relativ costisitoare.

A treia caracteristică se referă la faptul că relieful și clima sunt resurse esențiale pentru turismul sportiv. Aceste resurse, în cele mai multe cazuri, determină tipul și natura produselor turistice, strategiile de produse și oportunitățile viitoare de ofertare și dezvoltare a turismului.

Tipuri de turism sportiv

Există diferite clasificări ale turismului sportiv, în funcție de criteriile adoptate atunci când sunt diferențiate. Este acceptată pe scară largă divizarea turismului sportiv în patru tipuri: sportiv- de agrement și sportiv-recreațional, sportiv- recuperator și sportiv-distractiv, în funcție de funcțiile predominante pentru turiștii amatori (Dinev, Tomova, 2006).

• *Sportiv-recreațional*. Iată tipurile de sport care nu necesită eforturi fizice mari. Scopul lor principal este relaxarea prin activitatea fizică. Ca astfel de sport pot fi acceptate călăria, trekkingul etc.

• *Sportiv - de agrement*. Diferite tipuri de sport sunt practicate cu scopul principal de a distra și de a avea senzații puternice. Prin urmare, aceste sporturi pot fi considerate, de asemenea, ca un element al turismului de agrement.

• *Sportiv- recuperator*. Practic fiecare sport are un efect de recuperare, deoarece practica sa este legată de consolidarea fizică și mentală. Nu trebuie uitat, totuși, că multe sporturi, în special sporturile extreme, reprezintă pericole pentru sănătate din cauza accidentărilor și a rănilor. Ca și tipuri de sporturi de recuperare pot fi menționate gimnastica





recuperatorie, fitness și aerobic. Datorită motivației specifice a practicanților, legată de recuperarea și întărirea sănătății, turismul sportiv de recuperare poate fi atribuit turismului de tratament.

- *Sportiv-distractiv*. Asigurarea unor activități suplimentare pentru turiști este o sarcină pentru animatori. Aceste activități nu sunt scopul unei călătorii turistice, ci sunt destinate pentru diversificarea șederii. Prin urmare, nu poate fi vorba despre un turism sportiv tipic, ci pentru o ofertă suplimentară, cel mai adesea în cadrul turismului în masă.

Printre tipurile de turism alternativ, turismul sportiv are cea mai largă varietate de forme, gama de activități posibile fiind îmbogățită continuu cu cele mai noi și mai neobișnuite activități. Este posibilă diferențierea mai multor grupuri de sporturi pentru a introduce o anumită ordine în aceasta varietate. Această diferențiere este legată de natura activităților care se practică și de mediul specific care necesită o practicare a acestora. O mare parte din sporturile și jocurile clasice și de apă fac parte din ofertele suplimentare oferite de stațiune. Acestea includ volei, tenis, jet, hidrobiciclete și altele. Alții, totuși, datorită popularității crescânde, au devenit chiar tipuri de turism separate. Exemple tipice în acest sens sunt turismul de golf, navigația, iahturile etc.

Turismul sportiv este diferențiat, conform altor criterii, la următoarele tipuri: (Mihaylov, 2013)

Turismul legat de tipurile de sporturi terestre

Sporturile de iarnă, în special sporturile de schi, se referă la acest grup de turism sportiv. Printre grupul mare și variat de sporturi de iarnă, totuși, există unele care stau la baza dezvoltării și a turismului alternativ. Acestea sunt discipline relativ noi și neobișnuite de iarnă, cum ar fi snowboardingul, snowshoes, schiatul pe terenuri neamenajate și altele. Acestea nu sunt încă practicate pe scară largă și reprezintă o alternativă la sporturile de iarnă clasice. Un exemplu de sporturi de iarnă este alpinismul. Acesta se practică prin urcare și cucerire de vârfuri în zonele greu accesibile.

Sporturile extreme ("Extremus- din lat. "extrem, ultim") au început să devină din ce în ce mai populare la sfârșitul anilor 1980 și începutul anilor 90 ai secolului al XX-lea. Acest grup reunește sporturi unde riscul este crescut. În mod obișnuit, ele sunt practicate de oameni cu gândire și comportament neconvențional, pentru care senzațiile puternice sunt o provocare irezistibilă. Sporturile extreme pot fi considerate turism de aventură, deși turismul de aventură nu se limitează la acestea.

Ciclismul este un tip de turism legat de sporturile la sol. În cazul acestuia călătoria se realizează cu bicicleta. O varietate a sa este mountainbiking - o bicicletă montană. Ca serviciu de turism, acesta poate fi inclus în produsele integrate și combinat cu turismul cultural, ecologic și rural. Organizarea acestuia include trasee diferite conform criteriilor de complexitate, ușurință, viteză și altele.

Turismul auto este un tip de turism în funcție de criteriul transportului turistic. Deplasarea turistică se realizează prin transport organizat sau ocazional. Rallycross-ul poate fi considerat, de asemenea, un tip de formă extremă a turismului auto. Acesta include drumeții și rute cu vehicule speciale pentru a depăși terenul cu un grad ridicat de dificultate.

Turismul ecvestru se realizează prin intermediul a două structuri de produs. Una din formele existente este cea pasivă iar acolo turiștii sunt mai degrabă un spectator. Sunt prezenți la atracțiile turistice, unde la baza se află și sportul ecvestru. O formă tot mai populară este connetul activ al turismului, unde turiștii fac plimbări cu cai și excursii. În acest scop, turiștii sunt adăpostiți într-o bază care se numește o bază de cai hippie cu un hotel cu manege și instructori calificați ecvestre. Turismul de cal poate fi combinat cu succes cu turismul de vânătoare și rural. O formă tot mai populară este turismul de călărie activă, unde turiștii efectuează plimbări cu cai și excursii. În acest scop, turiștii sunt adăpostiți într-o bază care se numește hippel - o bază de cai cu un hotel cu manege și instructori calificați în

sporturi ecvestre. Turismul ecvestru poate fi combinat cu succes cu turismul de vânătoare și turismul rural.

Golful este o formă de turism sportiv. În ultimii ani, Bulgaria s-a afirmat ca o destinație excelentă de golf. În țară funcționează terenuri de golf moderne proiectate de experți de renume mondial. Acestea sunt situate în mai multe zone - 3 pe Coasta de nord a Mării Negre, 3 în regiunea din jurul capitalei, una în stațiunea montană Bansko și una lângă orașul Sliven.

Turismul asociat cu sporturile nautice

Sporturile nautice din turismul sportiv se bazează pe apă ca resursă naturală, în timp ce sporturile nautice și atracțiile determină structurile sale de produse - yachting, scufundări, pescuit subacvatic, surfing, windsurfing, navigație, canotaj, wakeboarding, caiac, hidrobiciclete, banana, etc.

Formele de turism organizate pe baza sporturilor nautice pot fi clasificate în mai multe grupe:

- Canotaj - cu caiac, canoe și alte ambarcațiuni;
- Navigație - yachting și "navigare sub pânze";
- Sport subacvatic - scufundări, scuba diving;
- Utilizarea facilităților de agrement.

În funcție de gradul de dificultate, sporturile acvatice pot fi destinate amatorilor și profesioniștilor, iar în funcție de participanți - individuali și de grup.

Yachtingul sau turismul yachting este un tip de turism popular și de prestigiu bazat pe sportul nautic navigație cu vele. O varietate de el este și navigarea cu iahturi marine. În plus față de nave, componentele sale sunt: porturi de iahturi, caracteristicile acvatorului - vânturi, valuri, curenți, peisaje de coastă, insule. Printre cele mai cunoscute produse de yachting se numără croaziere, participări la competiții sportive, regate, picnicuri pe plaje și țărături salvatice, precum și produse combinate -yachting, pescuit, observarea florei și faunei marine.

Schi-nautic este o formă sportivă populară de recreere activă. Este un sport olimpic și tipurile sale sunt: teleschiul nautic și patinaj artistic pe apă, incluzând figurine de apă, rotiri și tumbe. Schi nautic este unul dintre cele mai vechi sporturi de apă, care pot fi practicate. Pentru a practica acest sport, placa de surf se atașează unei ambarcațiuni mici, cu un motor foarte puternic, care trage în spate său pe sportiv. Există trei variante ale acestui sport: schiurile de mare (în care sportivul se află pe schiuri), wakeboarding-ul (în care sportivul se află pe o placă) și schi nautic fără schiuri /cu picioarele goale (în care sportivul nu folosește nici schiuri, și nici placă)

Surfingul este un tip de sport nautic și o formă de turism sportiv, precum și un sport olimpic, sub numele de boardsailing. În acest sport există, de asemenea, unele variații, cum ar fi formele universale sau extreme pentru avansați și începători, windsurfing și kitesurfing.

Windsurfing-ul este un sport nautic practicat folosindu-se o placă (bord) cu o lungime de 2-5 metri condusă de o pânză atașată de placă, cu o articulație flexibilă, pivotantă. Fiind un sport al mișcării și al echilibrului, practicantii trebuie să aibă o bună pregătire fizică și o susținabilitate fizică. Pentru practicarea windsurfing-ul, condițiile meteorologice sunt foarte importante.

Rafting-ul este un sport extrem, care include coborâre cu canoe, bărci pneumatice sau o plută specializată pe râuri repezi și abrupte. Este, de asemenea, cunoscut sub numele de "sportul apelor repezi". În funcție de puterea curentului, destinațiile sunt estimate de la 1 la 6. Echipamentul include bărci speciale, padele, căști, veste de salvare, protectori etc. Raftingul este o formă de "team building" ca element modern pentru team building.

Caiacul este un tip de sport extrem și o formă de turism sportiv. Necesită abilități și echipamente speciale - barcă, cască, veste de salvare, prelată, copertine, dopuri crestate și vâslă. Principalele caracteristici ale caiacelor sunt stabilitatea, manevrabilitatea, viteza și

alte. Pentru scopuri turistice sunt potrivite și caiacele gonflabile, datorită prețului mai mic și transportul mai ușor.

Diving-ul este o formă de turism sportiv. Acesta include diferite forme de scufundări, înot subacvatic și activități subacvatice. Variațiile de diving sunt diving-ul, scufundări într-un spațiu vertical, scufundări în ape de peșteră, explorări de nave scufundate și altele. O experiență extremă la acest tip de sport este și scufundarea cu rechini.

Scufundarea subacvatică reprezintă o activitate de penetrare sau de intrare a unei persoane sub apă. În funcție de adâncime, scop, echipament etc., există mai multe metode de scufundări: scufundări individuale (scufundări libere), scufundări cu aparate de respirație subacvatice autonome și scufundări profesionale. Scufundările în apă și expunerea la presiune atmosferică ridicată au efecte fiziologice care limitează adâncimea și durata scufundărilor. Oamenii nu sunt bine adaptați fizic și anatomic condițiilor de mediu de sub suprafața apei și astfel au fost dezvoltate o serie de echipamente pentru a crește adâncimea și durata scufundărilor umane. Una dintre cele mai populare metode de scufundări este scuba diving.

Scuba diving este un mod de scufundare, în care scafandrul folosește pentru a respira un aparat subacvatic autonom subacvatic de respirație (aqualung), complet independent de sursa de la suprafață. Scafandrii poartă o sursă proprie de oxigen pentru respirație, de obicei aer comprimat, ceea ce le permite o mai mare independență și libertate de mișcare decât scafandrilor cărora le este oferit aerul de la suprafață, și o perioadă de scufundări mai lungă decât cea a scafandrilor care se scufundă liber.

Sistemele de scufundare cu ciclu deschis eliberează gazul expirat în mediul înconjurător, în timp ce acesta este expirat, și constau în una sau mai multe sticle pentru scufundări care conțin un gaz de respirație de înaltă presiune care alimentează scafandrul printr-un regulator. Aceste sisteme pot include cilindri suplimentari pentru a crește durata scufundării, a gazului diluat sau a gazului de respirație în caz de urgență

În timpul scufundărilor, scafandrul se mișcă sub apă folosind în principal labe de înot atașate la picioare. Alte echipamente includ o mască de îmbunătățire a vizibilității submarinelor, un costum de protecție, un echipament de control al flotorului și echipamente legate de circumstanțele specifice și scopul scufundărilor.

Scafandrii sunt instruiți de instructori implicați în organizațiile de certificare a scafandrilor. Aceste cursuri includ proceduri standard de operare pentru utilizarea echipamentului și abordarea pericolelor generale ale mediului subacvatic. De asemenea, în programul de instruire sunt incluse proceduri urgente de auto-ajutorare și asistență a echipajului echipat similar cu probleme. Pentru practicarea acestui sport este necesar un nivel minim de stare fizică bună.

Turismul asociat cu sporturile aeriene

Sporturile aeriene determină structurile de produse ale turismului sportiv - *parașutism, bungee jumping, deltaplanorism, zbor cu parapantă și baloane cu aer.*

Parașutismul este un sport extrem și o formă de turism sportiv. Tipurile sale sunt parașutism clasic, acrobație de grup - construire de figuri de un grup de parașutiști și acrobații (de cupolă) - construire de figuri din cupolele parașutiștilor. Se mai practică și stilul liber, sky surfing și zbor liber.

Deltaplanorismul este un tip de sport - zbor fără motor. În cazul deltaplanorismului se efectuează zboruri cu aripi și baloane cu aer. Sunt necesare formare specială, instruire și echipament. Piloții efectuează figuri care reprezintă pilotaj superior - spirale, looping, windsurfers și altele.

Bungee este un sport extrem care începe pentru prima dată în Noua Zeelandă, iar în Bulgaria primul bungee jumping se face din podul Asparuhovo din Varna. În prezent, în Bulgaria au fost create câteva cluburi de bungee care să dezvolte acest sport și prezentarea sa publică în societate.

5.2. Caracteristicile și particularitățile turismului de aventură

Aventură însoțește în mod inerent fiecare călătorie turistică. Unii văd acest tip de turism ca turism independent, alții îl atribuie turismului de agrement sau sportiv. Este extrem de important pentru el "să comunice" cu natura în combinație cu o anumită activitate sau sport. Turismul de aventură include diverse activități și sport: yachting, pescuit subacvatic, coborâre cu barcă gonflabilă în ape repezi, biciclistism de aventură, de munte și pe șosea, diferite tipuri de drumeții montane și altele.

Turismul de aventură este o colecție de noi practici turistice care domină comunicarea cu natura și participarea activă a turiștilor într-o anumită implicare fizică. Principalele sale funcții sunt aventurile și distracțiile. Astăzi, acest turism devine din ce în ce mai popular, în special în SUA, Europa și Australia.

Stilul modern de viață reprezintă mari provocări pentru om ca și ființă socială și biologică. În timpul liber, el caută forme pentru perfecțiunea sa spirituală și fizică, experiențe emoționale, contactul direct cu natura, practicarea activităților de hobby-urile și sporturile preferate. Satisfacerea acestor nevoi este provocată de necesitatea de a aborda fenomenele negative ale modului modern de viață și de stresul cauzat de urbanizare și poluarea mediului.

Turismul de aventură este o alternativă la efectele negative ale activității umane de zi cu zi. Acesta reunește mijloacele de menținere a sănătății bune, realizării excelenței fizice prin sport, recreare rațională și mâncare, exprimarea activă a personalității și a naturii umane. Turismul de aventură deschide oportunități pentru expresii creative ale personalității, gândirii, intuiției, inspirației, imaginației și voinței omului la stilul de viață individual și exercitarea de activități motorii.

Turismul de aventură este un tip de turism de nișă care implică explorarea sau călătoria la un anumit nivel de risc (real sau pur și simplu perceput ca atare) și care poate necesita anumite abilități speciale și eforturi fizice. Turismul de aventură se definește ca un tip de turism care include cel puțin două dintre următoarele trei elemente:

- activitate fizică;
- mediu înconjurător;
- imersiune culturală.

Turiștii de aventură încearcă să iasă din propria zonă de confort pentru a obține satisfacție mentală. Acest lucru poate fi rezultatul unui șoc cultural (explorarea unei alte culturi diferite de cea proprie) sau desfășurarea unor activități care necesită eforturi considerabile sau implică asumarea unui anumit nivel de risc.

La fel ca turismul sportiv, există două tipuri majore de aventură: "hard" și "soft". Există în continuare o dezbatere despre activitățile care aparțin fiecărei categorii, iar cel mai simplu mod de a determina dacă o călătorie de aventură este hard sau soft este să vezi care este activitatea principală. În plus față de cele două tipuri principale menționate mai sus, există și alte tipuri de activități de turism de aventură. În această a treia categorie sunt clasificate, de exemplu, activitățile turiștilor care călătoresc în diferite locații pentru a monitoriza comportamentul diferitelor specii de păsări, sau care aspiră să devină mai bine pregătiți în activități sportive sau în aer liber. Turiștii care practică astfel de turism sunt descriși ca turiști care au o pasiune pentru un anumit sport sau activitate și sunt dispuși să urmeze aceeași activitate călătorie după călătorie, căutând destinații noi și interesante în acest proces (Adventure Travel Trade Association, iulie 2014).

Atât activitățile de tip hard, cât și cele de tip soft sunt considerate segmente extrem de profitabile ale sectorului turismului de aventură. De exemplu, numai prețul pentru permisiunea de a urca pe Muntele Everest, activitate de tip hard, a fost estimat în 2015 la aproximativ 11.000 de dolari pe persoană. (Nepal Tourism Board, 2012, online, available at: <http://welcomenepal.com/promotional/faq>). În cazul în care se ține seama de alte costuri, cum ar fi formarea, biletele de avion, echipamentul, șoferul etc., costul mediu total al urcării

vârfului Everest ajunge la 48 000 USD de persoană (Arnette, A., 2014). Cu toate acestea, acest exemplu, este un caz extrem de turism de aventură referitor la costuri. Prețul mediu al unei vacanțe de aventură este mult mai mic, dar totuși mai mare decât al unei vacanțe normale. În 2012, prețul mediu zilnic al unei vacanțe de aventură cu activități de tipul soft a fost de 308 dolari americani pe persoană. Având în vedere că o astfel de vacanță are o durată medie de 8,8 zile, costul mediu al unei astfel de vacanțe este de aproximativ 2,710 dolari americani pe persoană, fără a fi incluse cheltuielile pentru biletele de avion (Adventure Travel Trade Association, 2013).

În general, turiștii de aventură dau mai mulți bani pentru echipamente și unelte, deoarece aceștia apreciază brandurile care corespund nevoilor lor foarte specifice. Ei caută de asemenea locuri greu accesibile sau care nu sunt încă populare. Pe de altă parte, practicienii turismului extreme de aventură, cum ar fi cei care traversează Groenlanda sau cei care parcurg distanțe de 100 de kilometri, cheltuiesc mai puțini bani deoarece au propriul lor echipament, merg la locurile greu accesibile și mai ales pentru că se mută împreună cu taberele lor.

Oamenii se ocupă de călătorii aventuroase de sute de ani, principalele motive fiind mai ales științifice, geografice sau coloniale. Printre cercetătorii celebri îi putem enumăra pe Cristofor Columb, Marco Polo sau James Cook. Turismul de aventură ca și comerț, totuși, este un fenomen relativ nou, în care turiștii se îndreaptă către servicii specializate pentru oferire de suport tehnic și echipament, precum și pentru a facilita înțelegerea culturii sau a elementelor naturale.

Majoritatea programelor de aventură nu necesită instruire fizică și tehnică specială din partea participanților. Cei care doresc se pot alătura, de asemenea, la participarea în programe speciale pentru team building. Acestea sunt ținute în condiții naturale și conțin jocuri logice și psihologice combinate cu elemente de orientare, drumeții, alpinism, speologie. Prin urmare, acest tip de turism este cel mai adesea implementat într-un pachet de alte servicii care sunt caracteristice turismului sportiv, ecologic și recreativ.

Nu în ultimul rând, turismul de aventură este o formă majoră de turism durabil. Dezvoltarea turismului de aventură depinde de resursele locale, evitând degradarea naturii și mediul antropoc. Prin urmare, în realizarea turismului de aventură este necesar să se realizeze un echilibru între natura și mediul local.

Tipuri de turism de aventură

Forme de turism de aventură sunt excursiile, călătoriile și expedițiile în destinații exotice - turism polar, excursii cu baloane, precum și în zone greu accesibile - deserturi, păduri ecuatoriale, cratere vulcanice, excursii pe urmele călătorilor faimoși și altele.

Turismul polar este un tip exotic de turism în regiunile polare. Destinațiile sale sunt Polul Nordic și Sud, Alaska, Groenlanda, Siberia, Kamchatka, Strâmtoarea Bering și Țara de foc. Se realizează și prin croaziere pe rute greu accesibile. În Alaska și Siberia există și plimbări cu sanii trase de câini.

Excursiile turistice în deșert sunt un fel de turism de distracție și aventură. Ambientul neobișnuit, formațiunile specifice, fluxurile temporare de apă, vegetația limitată, lumea animală specifică și peisajul din deșert sunt o condiție prealabilă pentru acest tip de turism.

Tururile de deșert sunt organizate cu vehicule de teren și ghiduri calificate, iar distracțiile - cu navele deșertului - cămilele. Destinațiile turismului de deșert sunt Sahara, deserturile din Australia, deșertul nubian în jurul Nilului și altele.

Turismul turistic este cel mai scump, exotic și extravagant tip de turism de aventură. Primul turist din Cosmos este americanul Dennis Tito, a cărui ședere în Stația Spațială este în valoare de 12 milioane de dolari. Odată cu dezvoltarea cercetărilor spațiale, acest tip de turism are un viitor. Se planifică construirea unor hoteluri spațiale și stații orbitale în jurul pământului.





5.3. Caracteristicile turiștilor, iubitori ai sportului și turismului de aventură

Turismul sportiv și turismul de aventură nu sunt forme de masă ale turismului - grupurile sunt limitate, iar participanții sunt adesea oameni care respectă natura. Prin urmare, aceste tipuri alternative se opun așa-numitului turism de masă, a cărui bază materială este standardizată și al cărei turist este anonim. În acest sens, turismul de sport și de aventură reprezintă încercări de a avansa spre o dezvoltare mai durabilă a industriei turismului. Acestea reprezintă o provocare actuală de a reconsidera valorile și tradițiile lumii civilizației moderne.

Printre principalii admiratori ai turismului sportiv și de aventură sunt tinerii și persoanele de vârstă mijlocie cu afinitate pentru activități fizice și aventuri. Un fapt interesant este că bărbații sunt mai interesați de aceste activități. Femeile care practică turismul sportiv sunt doar aproximativ o treime din toți participanții.

O caracteristică distinctivă a sportivilor și aventuriștilor este că aceștia sunt de obicei persoane cu venituri medii sau cu venituri mari. Un motiv pentru asta este că majoritatea sporturilor și aventurilor necesită echipamente și facilități scumpe specializate. Din acest motiv, costurile turismului de sport și de aventură sunt semnificativ mai mari decât cele medii. Deși cu venituri mari, turiștii, admiratorii turismului de sportiv și de aventură, nu sunt orientați, de obicei, spre pachete de consum scumpe sau luxoase în hoteluri, ci preferă o recreare activă non-standard în armonie cu natura și mediul natural extraurban. În plus față de caracteristicile menționate mai sus, conform studiilor naționale și internaționale, caracteristicile de bază ale turiștilor amatori pot fi sintetizate după cum urmează:

- Turismul sportiv și de aventură se organizează pe bază individuală sau pentru grupuri mici de participant - entuziaști
- Participanții săi au un nivel intelectual și educațional relativ ridicat.
- Turiștii explorează în prealabil și cu atenție oportunitățile de a-și petrece vacanța și, prin urmare, sunt numiți adesea “turiști informați”.
- Amatorii cheltuiesc mai mulți bani și timp pentru a-și satisface propriile ambiții, interese sau hobby-uri.
- Motivația principală a turiștilor este determinată de atașamentul lor puternic față de un anumit tip de sport sau de dorința lor de divertisment și aventură.
- Iubitorii de turism sportiv și de aventură sunt persoane comunicative și se bucură de comunicarea cu oamenii locali, de mediul înconjurător și cultura destinației turistice.
- Ele sunt selective pentru consumul de produse media, agenții de marketing și publicitate;
- Prețuiesc foarte mult serviciul personal și ofertele netradiționale pentru petrecerea timpului liber.

În plus față de caracteristicile menționate mai sus, putem concretiza profilurile turiștilor-iubitori după cum urmează:

Profilul turistului sportiv

Piața turismului sportiv activ constă în persoane care caută să se angajeze în activități sportive competitive sau necompetitive în timp ce călătoresc. Termenul “iubitor de sport” este adesea folosit pentru a descrie un segment al pieței turistice alcătuit din persoane care sunt active din punct de vedere fizic și preferă să fie astfel și în timpul călătoriei de muncă sau de vacanță (Yiannakis, A. & Gibson, H. , 1992).

Mai reprezentativi pentru acest segment sunt cei care călătoresc în anumite destinații pentru a se angaja în activitățile sportive pentru care au o pasiune. Acești participanți activi se străduiesc să-și dezvolte abilitățile sportive, să participe la competiții, să experimenteze locuri unice sau faimoase în lumea sportului sau să obțină o poziție într-o vacanță de



subcultura sportivă (Higham, J., Hinch, T., 2009). De exemplu, pentru un om cu o pasiune pentru alpinism, ajungerea la vârful Kilimanjaro poate fi o etapă importantă în activitatea sa sportivă.

Piața turismului sportiv poate fi împărțită în diferite categorii pe criterii geografice, socio-economice sau demografice. **Există o legătură între naționalitate și tipul de participare la activități sportive.** De exemplu, există diferențe semnificative între turiștii din Germania, Olanda și Franța în ceea ce privește participarea lor la călătorii în străinătate pentru practicarea sportului. În Germania și Olanda aproximativ 50% din toate călătoriile în afara țării sunt legate de activități sportive, în timp ce în Franța acest procentaj este de numai 23%.

Segmentarea social-economică se bazează pe variații precum ocuparea forței de muncă și veniturile. În acest fel, **excursii pentru practicarea sportului, cum ar fi golf, tenis, navigație sau schi, sunt realizate de persoane cu venituri mai mari.** Conform segmentării demografice, se observă de exemplu, că participarea activă la diferite sporturi variază odată cu vârsta.

Într-un sondaj realizat în Statele Unite, 57,8% dintre bărbați și 44,8% dintre femeile care au participat la studiu au declarat că preferă să rămână activi și să practice sport în timpul unei vacanțe (Gibson, H., 1998).

O treime din turiștii sportivi din studiu amintit au raportat venituri anuale de cel puțin 70.000 de dolari americani, peste media pentru partea din populația respectivă (58.300 de dolari americani). Aproximativ 76% dintre aceștia au studii postsecundare, iar 23,5% au studii superioare. În acest fel, se poate distinge **profilul turistului sportiv**, cu caracteristicile sale principale prezentate în tabelul următor.

Nr. criteriu	Criteriu	Caracterizare
1	Nivel de studii	Învățământul de bază superior
2	Nivel de trai	Peste medie
3	Posibilități financiare	Peste medie, ridicate
4	Durata șederii	Ședere lungă, cu tendință de prelungirea duratei acesteia, dar și datorită tendinței de deplasare la distanțe lungi până la destinația finală
5	Vârstă	30-70 de ani
6	Sex	În principal masculin

Tabel 1. Definirea elementelor pentru profilul turistului sportiv

Profilul turistului aventurier

Conform studiilor de piață privind turismul de aventură realizat în 2013, 57% dintre turiști erau bărbați, iar 43% erau femei. Cu toate acestea, un alt studiu privind călătoriile făcute prin intermediul agenților de turism arată că 53% dintre turiștii aventurieri erau femei și 47% bărbați (Adventure Travel Trade Association, 2013). În același timp, sondajul efectuat în 2013 a arătat că venitul mediu individual al unui turist aventurier este de 46.800 de dolari americani pe an (Weed, M. and Bull, C., 2004., online, available at: <http://files.adventuretravel.biz/docs/research/adventure-tourism-market-study-2013-web.pdf>).

Turiștii aventurieri încearcă de obicei să călătorească în afara de propria țară, dintre care 71% au un pașaport valabil, 37% dintre turiști călătoresc cu soțul/soția sau partenerul lor, 30% călătoresc cu familia, inclusiv copiii, 21% călătoresc cu prietenii și numai un număr mic de turiști aventurieri călătoresc singuri.

Turiștii aventurieri consideră că cel mai important factor în alegerea destinației este frumusețea naturală a locurilor, urmată de activitățile disponibile și de climă. Cei care nu practică turismul de aventură consideră că cel mai important lucru când decid dacă sunt cu

prietenii sau familia la destinație, urmat de frumusețea naturală a locurilor și a climei.

Motivele pentru care oamenii merg la călătorii de aventură sunt variate, dintre care cele mai importante sunt relaxarea, explorarea de noi locuri, petrecerea timpului împreună cu familia și explorarea diferitelor culturi. În comparație cu alte tipuri de turiști, în cazul aventurierilor, există o probabilitate mai mare de a utiliza servicii profesionale, cum ar fi ghiduri sau operatori de turism. Cu toate acestea, aproximativ 56% din turiștii aventurieri își fac propriile lor activități, ocupându-se de toate aspectele călătoriei.

În concluzie, aceste caracteristici sunt esențiale pentru dezvoltarea turismului sportiv și de aventură, precum și pentru poziționarea produselor și serviciilor sale turistice.

5.4. Tendințe în dezvoltarea turismului sportiv și de aventură

O mare parte din tendințele în turismul sportiv și de aventură au fost influențate de provocările care afectează turismul în ansamblul său, după cum se arată în figura următoare.



Fig. 4. Provocări care determină tendințele în turismul sportiv și de aventură

Îmbătrânirea populației în țările occidentale dezvoltate duce la o schimbare în modul în care se practică turismul sportiv și de aventură. Participanții mai în vârstă se străduiesc să se angajeze în activități sportive care necesită mai puțin efort fizic. De exemplu, ei pot merge de la schi nautic la plimbări cu barcă, golf sau jogging, deoarece pentru persoanele în vârstă menținerea sănătății devine mai importantă decât adrenalina generată de sporturile extreme.

Schimbările climatice. Schimbările climatice reprezintă un subiect foarte important în turism în ultimul timp și afectează în mod special destinațiile, fie că este vorba de sporturi de vară sau de sporturi de iarnă. De exemplu, schimbările climatice vara pe vreme foarte uscată sau foarte ploioasă pot însemna că turiștii vor începe să caute alte locuri în care condițiile climatice devin mai potrivite și nu afectează în mod negativ performanța activităților sportive.

Internetul în general și, în special, rețelele sociale ocupă un rol din ce în ce mai important în modul în care oamenii își aleg destinațiile de vacanță. Turiștii pot posta întrebări cu privire la avantajele și dezavantajele destinațiilor viitoare și pot solicita consiliere cu privire la locurile și perioadele în care este mai bine să se deplaseze pentru a practica diverse sporturi. Astfel, opiniile și sfaturile altor utilizatori ai rețelelor sociale devin mai importante în luarea deciziilor și reprezintă, de asemenea, informații ușor de obținut. În aceste condiții, vizibilitatea și o imagine cât mai bună din mediul online devin aspecte foarte importante pentru fiecare destinație turistică.

Turismul sportiv și de aventură pot fi, de asemenea, afectate de creșterea numărului de spații în care pot fi practicate diferite sporturi. Multe activități sportive sunt adaptate astfel încât să poată fi practicate în orașe fără a fi nevoie de călătorii. Astfel, activitățile sportive devin mai accesibile persoanelor care nu au timp sau resurse financiare pentru a călători.

Modificările situației socio-economice din țările dezvoltate și în curs de dezvoltare, de asemenea, influențează turismul sportiv și de aventură. Îmbunătățirile în sistemul de sănătate, alimentația, educația, creșterea veniturilor, reducerea săptămânală a timpului de lucru și vârsta de pensionare au ca efect creșterea potențialului turismului sportiv și de aventură. Progresul tehnologic conduce, de asemenea, la scăderea costurilor echipamentelor și la creșterea timpului pe care oamenii îl pot petrece în timpul practicării activităților sportive.

Tema 6. Resurse pentru turismul sportiv și de aventură

În această temă:

- Vom cunoaște cea mai comună caracteristică și varietate de tipuri de resurse pentru turismul sportiv și de aventură.
- Vom caracteriza resursele din Dobrich, Silistra și Rousse pentru turismul sportiv și de aventură.
- Vom face o scurtă trecere în revistă a resurselor județului Constanța pentru turismul sportiv și de aventură.

6.1. O caracteristică generală a resurselor pentru turismul sportiv și de aventură

Principala caracteristică a sportului este că acesta implică urmărirea activă a unui scop, iar acest lucru necesită utilizarea resurselor. Astfel de resurse implică existența unui anumit tip de mediu sau a unor facilități sportive. În același timp, aceste resurse nu sunt omniprezente, dar pot fi găsite numai în anumite locuri [15]. De asemenea, unele resurse sunt mai frecvente decât altele. De exemplu, există multe piste la care sportivii pot alerga sau se pot merge pe bicicletă, dar nu există multe locuri în care să poată fi practicat alpinism sau scufundări. Cu toate acestea, chiar și atunci când resursele sunt disponibile, calitatea acestora poate varia semnificativ, resursele de înaltă calitate fiind localizate numai în anumite locuri. Astfel, înotul la mare sugerează o experiență diferită decât înotul într-o piscină interioară. În același context, calitatea unui meci de fotbal observat la Campionatul European diferă de cel al unui meci de liga inferioară jucat la stadionul local. În aceste condiții, participarea la o activitate sportivă sau la un eveniment sportiv presupune adesea o călătorie în destinații diferite.

Clasificarea resurselor necesare pentru desfășurarea activităților sportive pornește de la clasificarea locurilor unde pot fi desfășurate activitățile sportive. În acest fel, locurile pentru activități sportive bazate pe un utilizator pot fi distinse de activitățile sportive bazate pe resurse. În această clasificare, locurile pentru activitățile sportive bazate pe un utilizator sunt cele apropiate de practicarea diferitelor sporturi. Acestea ocupă spații relativ mici și au adesea caracteristici artificiale. Acestea includ parcurile de oraș, piscine interioare, terenuri de golf sau săli de sport, facilități pentru care peisajul este mai puțin important. Pe de altă parte, activitățile sportive bazate pe resurse necesită un accent deosebit asupra calității resurselor de mediu. Acestea includ spații mari, iar distanța este un element cheie. Cele mai bune exemple din această categorie sunt rezervele naturale, pădurile, locurile izolate și greu accesibile. Locurile intermediare se află între cele două extreme menționate mai sus, dintre care exemple sunt zonele de camping, pescuit, înot sau drumeții. Activitățile sportive pot fi desfășurate la diferite niveluri: de recreere, de competiții și de elită.

În aceste condiții, **resursele necesare variază, de asemenea, în funcție de nivelul activității sportive.** Dacă sportul este la un nivel de recreere, resursele necesare sunt relativ scăzute. Cu creșterea nivelului activității sportive (de competiție sau de elită) se mărește și calitatea resurselor necesare și astfel de resurse pot fi găsite numai în anumite locuri. În acest context, sunt necesare anumite resurse naturale, cum ar fi munții, terenurile, râurile, lacurile, mările sau pădurile. Aici puteți include și câteva facilități sportive artificiale de înaltă calitate necesare pentru practicarea sporturilor de nivel înalt.

Un alt aspect al calității resurselor dedicate activităților sportive este modul în care oamenii percep și evaluează aceste resurse. Deși mulți oameni pot practica un sport special în regiunea de reședință, de multe ori aleg să călătorească în alte locuri pentru a practica sportul într-un mediu care este considerat de preferat. Acest lucru nu se datorează faptului

că calitatea facilităților sportive este mai bună, dar pentru că mediul este de preferat, din diverse motive: mai puțină poluare sau congestie, clima este mai favorabilă sau peisajul mai atractiv.

În aceste condiții, dezvoltarea turismului sportiv necesită atât resurse naturale, cât și resurse artificiale (antropice). În primul rând, cei care practică turismul sportiv sunt atrași de calitatea mediului, de resursele naturale. Astfel, formele de relief devin resurse importante, cum ar fi amplasarea facilităților sportive în apropierea unui râu, mare, pădure, munte sau zonă deluroasă are un aspect atractiv pentru turiști. Localizarea facilității sportive într-o zonă mai îndepărtată și mai puțin populată are, pe de o parte, avantajul că există o mai mică poluare, dar, pe de altă parte, zona este mai dificil de accesat. Un alt factor important este disponibilitatea infrastructurii și a locurilor de cazare. În același timp, facilitățile sportive trebuie să asigure activități sportive de înaltă calitate pentru a obține un nivel mai ridicat de satisfacție pentru turiști. Nu în ultimul rând, resursele umane au o importanță deosebită. Turismul sportiv necesită personal bine instruit, instructori specializați pentru a se asigura că activitățile sportive se desfășoară în condiții de siguranță și că nivelul satisfacției turiștilor este ridicat.

6.2. Resursele districtelor Dobrich, Silistra și Ruse pentru turismul sportiv și de aventură

Resursele districtului Dobrich pentru turismul sportiv și de aventură

Regiunea Dobrich are o varietate de resurse naturale - *relief, climă, ape* - principalele resurse pentru dezvoltarea turismului sportiv și de aventură. Regiunea Dobrich cuprinde municipalitățile Balchik, General Toshevo, Dobrich, Dobrich - rural, Kavarna, Krushari, Tervel și Șabla.

Municipalitatea Balchik cuprinde 23 de localități, cu centrul principal urban orașul Balchik. Dezvoltarea activității turistice în municipalitatea Balchik are o istorie de lungă durată, care poate fi explicată în principal prin resursele naturale ale municipalității, climatul bun, solurile bogate în minerale și caracteristicile geografice favorabile ale regiunii.

Principalele resurse turistice din municipalitate pentru dezvoltarea turismului sportiv și de aventură sunt naturale - plaje, stânci și formațiuni de rocă, resurse bune de apă și vreme, ieșire la mare și condiții adecvate pentru utilizarea sa turistică, disponibilitatea rezervației naturale, a apelor minerale și nămol de tratament. Aceste resurse sunt deosebit de favorabile pentru dezvoltarea tipurilor de sporturi nautice, precum și a turismului sportiv- de recuperare și a turismului de recreere. Țărmurile stâncoase și puterea vânturilor permit realizarea de tipuri de sporturi aeriene în anumite perioade ale anului, de exemplu parasitism, deltaplane, zborul cu parapantă și zborul cu balonul cu aer.

Pe teritoriul municipalității Balchik, precum și al municipalității Kavarna, există condiții naturale și favorabile pentru dezvoltarea turismului de golf. În aceste municipalități există terenuri de golf, care corespund standardelor ale asociației Europene de golf - "Blacksearoma" și "Lighthouse" de lângă Balchik și "Thracian cliffs" de lângă Kavarna. Aceste resurse pentru turism de golf au un efect favorabil asupra sectorului maritim de turism în general. Turismul de golf extinde sezonul de vară la mare; conduce la șederea extinsă a turiștilor (vacanțe mai lungi); este un produs turistic de înaltă calitate; atrage turiști mai înstăriți; prin oferirea și practicarea acestuia, se dezvoltă și infrastructura învecinată; prezența terenurilor de golf stimulează, de asemenea, dezvoltarea de produse specializate cu o valoare adăugată mai mare și o rată a profitului mai mare, cum ar fi turismul spa, turismul de yachturi tipice pentru municipalitatea Balchik și municipalitatea Kavarna.

Pe teritoriul municipalității Balchik sunt separate obiectivele și teritoriile naturale protejate în temeiul Legii privind zonele protejate: rezervația întreținută „Baltata”, o parte a parcului natural „Nisipurile de Aur”, zona protejată „Dolinata na droplite” / Valea Dropiilor și zona protejată "Habitatul bujorilor simpli". Aceste obiective și zone protejate sunt



premise pentru dezvoltarea turismului legat de tipurile de sporturi terestre, cum ar fi mersul pe jos și turismul cu bicicletă. Pe teritoriul municipalității Balchik și a comunei Kranevo au fost realizate cu succes și de alte tipuri alternative de turism, cum ar fi turismul de tabere și turismul sportiv- de recuperare.

Coasta bulgară, care se încadrează în domeniul geographic al regiunii Dobrich, are un potențial turistic considerabil. Acesta se află, de asemenea, în municipiul Kavarna, pe baza principalelor sale resurse turistice - atracții naturale, arhitecturale și culturale. Resursele turistice naturale în regiunea orașului Kavarna sunt orașul antic și medieval - cetate, rezervație arheologică și naturală „Kaliakra“, situat pe cap Kaliakra - resurse potrivite pentru dezvoltarea turismului pietonal. În regiunea Kavarna, așa cum s-a menționat mai sus, se întrețin terenuri de golf care fac parte din resursele sportive turistice artificiale. Turismul de golf revigorează economia regiunii și atrage turiștii

În municipiitatea Kavarna, se dezvoltă cu succes tipuri alternative de turism, cum ar fi turismul de aventură și turismul cognitiv, legate în principal de rezervele arheologice naturale „Yalata” și „Kaliakra”. În aceste rezervații naturale turiștii se pot familiariza cu locuințele de peșteri, cu mormintele sculptate în masivele de roci și altele.

Printre resursele unice ale Kavarnei se află și Bolata - o rezervație în partea de nord a Mării Negre a Bulgariei, în apropierea satului Bulgarevo. Aceasta este singura rezervație din Bulgaria, incluzând apele și zonele marine, în special potrivite pentru turismul de aventură-cognitiv și pentru turismul sportiv-recreativ. Golful Bolata din Kavarna face parte din Clubul „Cele mai frumoase golfuri din lume”.

Resursele turistice în municipiul Kavarna permit realizarea unor forme contemporane și moderne de diving, cum ar fi scăparea într-un gol vertical și coborâri în apele din peșteră. Motivul pentru aceasta este că în această municipalitate există multe peșteri pe coasta Mării Negre. De asemenea, resursele permit explorarea navelor scufundate ca un tip de turism alternativ asociat tipurilor de sporturi de apă.

Ca și Kavarna, Shabla este un oraș de litoral care permite dezvoltarea de sporturi legate de resursele de apă. Cele mai mari localități din municipiitatea Shabla sunt satele Durankulak și Krapets. Datorită resurselor sale naturale, în această regiune s-au realizat cu succes forme alternative de turism sportiv, cum ar fi picnicurile pe plajele și țărniștile sălbatice, combinarea produselor - pescuit, observarea florei și faunei marine etc.

Tuzla din Shabla (Shablenska tuzla), ca resursă naturală unică, permite realizarea turismului sportiv-de recuperare. Tuzla din Shabla este o lagună naturală, cu o zonă de apă deschisă de 24,4 hectare. Bazinul de apă este separat de mare cu o lățime de aproximativ 80 de metri de fâșie de nisip, iar aici se află cele mai înalte dune de pe coasta nordică a Mării negre din Bulgaria. Este un lac sărat, format în principal de exfiltrațiile de apă sărată sub dunele de nisip. În balanța de apă al Shablensko soleno ezero (Lacul sărat din Shabla) participă atât ape de mare cât și ape subterane proaspete din calcarele sarmațiene, nivelul cărora aici iese la suprafață. Instalațiile de noroi de căldură se ridică la aproximativ 230.000 de tone. Bilanțul apei din Salt Lake Shabla include atât apele subterane marine și proaspete de calcar sarmațian, ale căror nivel se ridică la suprafață. Rezervele de nămol se ridică la aproximativ 230 000 de tone.

Municipiitatea Shabla este bogată în zone protejate, obiective naturale și biodiversitate de importanță mondială. În municipiitatea Shabla au fost stabilite patru zone protejate în cadrul rețelei ecologice europene NATURA 2000. Acestea sunt: Durankulak, Lacul Shabla, Tuzla din Shabla și Kaliakra. Aceste resurse naturale favorizează realizarea turismului de aventură, pietonal și de ciclism. De exemplu, Lacul Durankulak se numără printre cele mai importante și mai bine conservate zone umede de pe litoralul din Bulgaria. „Shablensko ezero/ Lacul din shabla“ este o zonă protejată cuprinzând două estuare de coastă - Lacul din shabla și Ezeretsko lac/ Lacul Ezeretsko, conectate printr-un canal, dune de nisip adiacente, pășuni, silvicultură, plantații de arbori și arbuști și terenuri agricole.

Coasta din Tyulenovo este un complex de recife, stânci abrupte, peșteri neamenajate și peșteri sub apă sau parțial subacvatice marine. Cele mai mari peșteri din Colonia Kalachkyoyskata sunt "Peștera oilor" (Ovchata peshtera) și "Peștera găurită" (Probitata peshtera). În "Peștera Scărilor" sunt introduse 11 scări în perete. Peștera "Mechata Maara" este situată chiar pe mare. Are înălțimea de 4 metri și lungimea de 126 metri. Marea intră în partea de jos a acesteia și formează o plajă de nisip. Aceste resurse naturale sunt utile pentru dezvoltarea unor forme de scufundări, cum ar fi scufundări în peșteri acvatice și în special favorabile dezvoltării turismului de aventură caracterizat prin explorarea căilor navigabile naturale.

Calendarul sportiv al orașului Shabla este bogat și variat. Orașul este o gazdă tradițională de turnee internaționale de șah, badminton, tenis de masă, volei pe plajă și altele. În oraș se dezvoltă cu succes clubul "Sporturie maritime", academia de golf pentru copii și academia de baschet; există turnee regulate de volei și de pescuit subacvatic.

Unul dintre cele mai renumite repere naturale din municipalitatea Dobrichka/ Dobrich pentru dezvoltarea turismului sportiv și de aventură este zona protejată "Orlova Mogila". Acest loc unic este recomandat pentru căutare de habitate de bujor frumos și parfumat. În locația au fost păstrate și reziduurile vegetației de stepă de pădure, asemănătoare celei care a fost caracteristică Dobrogei în trecut. Zona protejată este deosebit de potrivită pentru turism de ciclism și turism pietonal/drumeții.

Valea râului Batovska este singurul munte din Bulgaria aflat sub o câmpie. Acesta este unul dintre cele mai frumoase colțuri ale Dobrogei. Pe litoral, turiștii se pot bucura de o combinație unică de climat marin și forestier. Turiștii care ar dori să petreacă singuri în acest loc natural unic sau pentru a experimenta fiorul căutării bujorului, se pot direcționa către c. Batovo, sau să continue de la c. Batovo către c. Prilep, care este cunoscută printre dobrogeni cu locația frumoasă Chashkata (n.t. păharelul). Valea Batovska Reka (Râul Batovska) este o resursă potențială pentru dezvoltarea de orientare sportivă, turism de aventură pentru copii precum și pentru picnicuri în natură.

Zona "Buzluka" de lângă satul Odartsi este un loc pentru plimbări în pădure. Există așa-numita "Batovska pateka" (calea Batovska), de-a lungul căreia există locuri de aprindere foc. Pe "Batovska pateka" se ajunge în zona numită Gubkite, aflată în imediata vecinătate cu satul Batovo. Zona este o resursă pentru dezvoltarea turismului pietonal (de drumeție) și de ciclism.

Cheile pitorești ale râului Suha reka (n.t. Râul uscat) sunt locuri atractive pentru turiștii care caută apropiere de natură care apreciază, atât liniștea și frumusețea peisajului, cât și aventurile și oportunitățile pentru a da libertate spiritului exploratoriu. Canionul lui Suha Reka și împrejurimile sale reprezintă o atracție naturală și arheologică, atât pentru regiunea Dobrich, cât și pentru toată Dobrogea de Sud. Acolo unde apele au tăiat adânc câmpia, s-au format canioane, peșteri și sculpturi în roci. Aceste resurse contribuie în mod deosebit la dezvoltarea turismului aventuros, precum și la oportunitățile de dezvoltare a drumețiilor (turismul pietonal) și a ciclismului.

Valea uscată ocupă o mare parte din municipalitatea Dobrich. Pe frumoasa priveliște din aceasta parte turiștii se pot bucura, călătorind pe diferite rute. La cheile pitorești din valea uscată, turiștii se pot bucura de următoarele locuri:

- O plimbare în natura în jurul s. Kamen;
- O plimbare în natura lângă valea uscată în zona satelor Odrintsi - Novo Batovo.
- Deplasări în zona de vale uscată aproape de s. Kragulevo (coincide parțial cu vizita de manastiri în traseele destinate turismului istoric)
- Traseu de o zi de la satul Karapelit de-a lungul Canionului Râului Suha în direcția Jitnitsa, cu posibilitatea de a vizita o peșteră carstică în zona Krali Markova stapka (n.t. Pasul lui Krali Marko).

Câmpia Dobrogea este un loc ideal pentru drumeții cu cai. Pentru iubitorii de călărie, Dobrogea poate oferi câmpii și spații extinse. Sporturile de echitație din câmpiile din jurul Dobrichului detașează fiecare turist din monotonia vieții de zi cu zi și își recapătă sentimentul de libertate. Câmpiile de echitație din câmpie sunt organizate pe diverse căi, de exemplu: de la Dobrich până la satul Pobeda (cu opțiunea de a extinde traseul spre Karalezkata cheshma din satul Ștefan Karadzha pentru călăreții mai avansați) și de la Dobrich până la satul Odrintsi (pentru avansați, pe o rută de 30 km)

Pe teritoriul municipiului Tervel și Krushari există anumite zone protejate pentru protecția păsărilor sălbatice care se încadrează în rețeaua ecologică europeană Natura 2000. În plus, pe teritoriul municipiului există două situri istorice și cinci copaci seculari declarați a fi protejați. Acestea reprezintă resurse potențiale pentru dezvoltarea turismului de aventură și turismului sportiv- de divertisment.

Condițiile sunt bune pentru dezvoltarea turismului sportiv de vânătoare. Regiunea este bogată în vânat - cerb, fazan, prepeliță, porumb, iepure, mistreț și altele. Posibilitatea de a se practica într-un moment în care se încheie sezonul activ de vară de pe coasta de nord a Mării Negre este o premisă pentru prelungirea sezonului turistic. Stația de vânătoare de stat din Tervel oferă vânătoare pe linia turismului organizat de vânătoare și chiar și efectuarea de vânătoare de către grupuri străine este observată în prezent. Baza materială este reprezentată de o cabană din satul Kableskovo și o cabană de vânătoare în zona "Kyostata" din apropierea satului Voynikovo. Ca un serviciu turistic însoțitor, în satul Voynikovo a fost elaborat un program pentru sporturile ecvestre. Pe lângă vânătoare și călărie, numeroasele baraje din regiune creează condiții bune pentru practicarea pescuitului sportiv și de amatori.

Teritoriul din Tervel și Krushari este foarte bogat în multe păsări. Există 132 de specii de păsări cuibărit de-a lungul râului Suha reka și a râului Harsovska reka, dintre care multe sunt declarate specii rare și protejate. Aceasta creează premise pentru dezvoltarea turismului legat de fototurismul de aventură, modern în momentul de față. Vizionarea și fotografierea păsărilor, a speciilor de plante protejate, rare și pe cale de dispariție reprezintă o experiență extraordinară pentru turiști. Douăsprezece specii de lilieci trăiesc în peșterile din ambele localități, unele dintre ele se află pe lista speciilor pe cale de dispariție. Numărul de peșteri depășește 30, ceea ce creează condiții bune pentru dezvoltarea turismului de aventură în peșteră.

Resursele regiunii Silistra pentru turismul sportiv și de aventură

Regiunea Silistra este bogată de o varietate de resurse turistice determinate de interacțiunea imediată dintre resursele culturale, istorice, arheologice și naturale. Turismul sportiv și de aventură din regiunea Silistra are potențial de dezvoltare. Principala resursă turistică pentru acest scop este fluviul Dunărea. Bazinul Dunării este o zonă bogată în resurse naturale și patrimoniu cultural și istoric. Ca un fluviu internațional major, Dunărea are anumite caracteristici specifice în comparație cu alte râuri internaționale. Este una dintre cele mai mari rute de transport pentru toate țările dunărene, 85% din fluxul fluviului fiind navigabil. Pentru toate țările din Coasta Dunării, râul are o mare valoare turistică și este folosit pentru dezvoltarea unor forme specializate de turism - de croazieră, de aventură, de cogniție, de aventură.

Există premise pentru perspectivele bune de navigație fluvială și, în special, pentru croaziere turistice. Bazinul Dunării este o zonă care combină diversele resurse naturale cu patrimoniul cultural și istoric diferit și unic. În acest sens, orașul Silistra este situat de-a lungul principalelor rute fluviale turistice care duc până la delta fluviului, care, împreună cu bogatul patrimoniu cultural și istoric, îl pot transforma într-o oprire dorită în programele de turism specializate.

Rezervația bine întreținută „Srebarna“ este probabil cel mai potrivit loc pentru turismul sportiv și pietonal (drumeții) și în regiunea Silistra. Oferă oportunități pentru



turismul de obiceiuri, hobby-uri și turism rural. Lacul Srebarna este situat pe malul Dunării. În 1977, Srebarna intră în rețeaua mondială a rezervațiilor de biosferă în cadrul Programului "Omul și biosfera" a lui UNESCO iar în 1984 ca atracție naturală se numără printre cele nouă situri naturale și culturale ale Bulgariei listate de UNESCO în Lista Patrimoniului Mondial .

Pe teritoriile municipalităților Silistra și Tutrakan se află una dintre cele mai mari zone protejate din Bulgaria - „Kalimok Brushlen“ Acesta a fost declarată în anul 2001, cu o suprafață de 59 750 decari. Este situată în două regiuni: Ruse și Silistra, și cuprinde părți din opt teritorii: Ryahovo, Babovo, Golyamo Vranovo, Brushlen din municipalitatea Slivo pole și Tsar Samuil, Nova Cherna, Staro Selo și Tutrakan, municipiul Tutrakan. A fost creat pentru a restaura și de a păstra una dintre puținele zone umede rămase ale Dunării și biodiversitatea sa unică. Zona protejată este o resursă naturală pentru dezvoltarea turismului foto de aventură și pietonal (de drumeții).

În orașul Silistra s-au păstrat tradiții bune în gazduirea campionatelor naționale și de stat în atletism, autocross, tragere cu arcul, tragere cu arma pneumatică, dansuri sportive, karate și ciclism. În fiecare an, la sfârșitul lunii august, Silistra primește participanții la cea mai mare regatta internațională de canotaj din Europa de pe Dunăre.

În municipiul Tutrakan, resursele naturale existente, localizarea geografică și proximitatea siturilor turistice de importanță națională și internațională creează premise pentru dezvoltarea unor forme alternative de turism, ca un sector care să sprijine economia locală. Poziția geografică și posibilitățile de trecere ușoară a frontierei cu România creează premise pentru dezvoltarea activităților internaționale și turistice în municipiu, legate de rutele turistice tematice, cum ar fi ciclismul de-a lungul Dunării. Prin realizarea unui proiect internațional, s-au dezvoltat șapte căi de ciclism, care includ secțiuni diferite, cum ar fi : orașul Ruse - orașul Silistra; orașul Ruse - orașul Tutrakan; c. Srebarna - orașul Silistra și altele. Astfel de inițiative oferă oportunități pentru atragerea turiștilor, precum și pentru dezvoltarea turismului sportiv.

Municipalitatea Tutrakan depune griji și eforturi de promovare a educației fizice și a sportului ca mijloc de viață sănătos pentru copii și tineri; pentru a crește numărul de persoane care practică exerciții fizice, pentru a menține facilitățile sportive existente în stare bună. Extrem de bogat și intens cu activități este calendarul sportiv municipal. Există, de asemenea, OffRoad "Nova Cherna". Șoferii extremi din toată țara și-au testat performanțele la intersecții extrem de dificile din regiune ca o oportunitate pentru dezvoltarea potențială a turismului auto și a turismului de aventură.

Resursele regiunii Ruse pentru turismul sportiv și de aventură

Regiunea Ruse are potențialul de a dezvolta turismul sportiv și de aventură. Regiunea are caracteristici naturale unice, cum ar fi coasta Dunării, Parcul Natural "Rousenski Lom" și altele.

Cele mai importante resurse de apă din regiune sunt apele Dunării, cel mai mare râu al țării, care primește pe teritoriul său apele celui mai mare afluent râu Rusenski Lom, care este ultimul lângă granița terestră a României. Portul Ruse este unul dintre cele trei porturi de importanță națională pe Dunăre și cel mai mare port fluvial bulgar. În această stare, infrastructura de transport oferă acces la principalele locuri de interes turistic, iar dezvoltarea sa în direcția "amilării" Dunării ar avea un efect pozitiv suplimentar asupra turismului.

Pentru râuri și posibilitățile lor de activități de agrement, trebuie adăugat un număr mare de baraje, utilizate pentru pescuitul sportiv și de iubitori. Zona are un mare potențial de utilizare a apei ca resursă recreativă, care este în mare parte legată de fluviul Dunărea și de oportunitățile aici de recreere, sportiv și turism cognitiv. Principala resursă naturală - fluviul Dunărea - oferă un peisaj unic pentru Bulgaria, oportunități pentru diverse activități active de agrement și servicii suplimentare - plimbări cu barca, croaziere, canotaj, pescuit etc.

Cea mai mare arie protejată, care provoacă cel mai mare interes pentru vizitatori, este Parcul Natural "Rusenski Lom", care este creat pentru a proteja diversitatea biologică și peisagistică, precum și patrimoniul cultural și istoric. Este situat la aproximativ 20 km sud-vest de Ruse și acoperă 3 408 hectare din valea râului Rusenski Lom și a afluenților săi: Cherni Lom, Beli Lom și Mali Lom. Stâncile din canion sunt acoperite de comunități de carpen, ghimpe, sumac, liliac (aproximativ 60 de specii de arbori și arbuști). În râuri există 22 de specii de pești, 10 amfibieni și 19 de reptile. Cea mai mare este varietatea de păsări - 193 specii cuibăritoare, dintre care 127 sunt incluse în Cartea Roșie a Bulgariei sau sunt amenințate la scară europeană. Din cele 68 de specii de mamifere înregistrate în Bulgaria, în parc se află 62 de specii. Peșterile, găurile de rocă și zonele pădurilor sunt locuite de 26 de specii de lilieci. Pe teritoriul parcului există o infrastructură de vizitatori construită - locuri de recreere. Sunt promovate 5 trasee (inclusiv una cu kayak) care sunt legate de biodiversitate și de patrimoniul istoric. În municipiul Ruse și în zona există rute interpretative și pietonale, concentrate în special în zona Parcului Natural Rusenski Lom. În zonele cu atracții naturale, există și alte oportunități de recreere, sport și aventuri, cum ar fi drumeții, ciclism montan și călărie, plimbări cu barca sau caiac, alpinism și altele.

Aplasarea municipiului Ruse și apropierea lui Ivanovo și Borovo permit combinarea resurselor naturale pe o rută turistică sau excursii la diferite tipuri de activități și atracții - drumeții, vizitarea obiectivelor turistice, echitație etc. Existența unui număr mare de arii protejate, peisaje naturale caracteristice și o varietate de resurse, pe întreg teritoriul regiunii, care ar putea diversifica oferta de produse turistice și ar permite dezvoltarea diverselor produse tematice și populare - tururi ornitologice și botanice, trasee de drumeții cu lungimi diferite, etc.

În interiorul regiunii Ruse se află o bază de vânătoare aprobată - „Dunav“ (Dunărea), situată în municipalitățile Ruse și Ivanovo. Rezervele de vânat includ becașine, porumbei, prepelițe, păsările de apă, fazani, căprioare, cerbi, mistreți, șacalul, lupul și vulpea. Aceste resurse naturale sunt o resursă pentru dezvoltarea turismului de vânătoare și de foto-turism. Reprezintă interes populația de cerb în Pădurea Belene (Belenskata gora). Pentru creșterea acestor cerbi se ocupă Asociația „Societate de vânătoare și pescuit - Sokol“- orașul Byala, care oferă condiții bune de dezvoltare a turismului sportiv și de vânătoare.

Infrastructura sportivă din municipiu - stadioane, terenuri de tenis, săli de interior, este concentrată în orașul Ruse. Pe teritoriul municipiului sunt folosite: complexul sportiv "Dunav" (Dunărea) - o sală multifuncțională cu un complex hotelier învecinat, un teren de fotbal, săli de scrimă și judo, o sală de volei, complexul "Lokomotiv" și altele.

6.3. Resursele județelor Constanța, Călărași și Giurgiu pentru turismul sportiv și de aventură

Resursele județului Constanța pentru turismul sportiv și de aventură

Unele dintre atracțiile turistice, care pot fi o destinație preferată pentru antreprenori de a dezvolta diverse forme de turism sportiv și de aventură, departe de șocurile urbane de zi cu zi, sunt rezervațiile naturale. Principalele rezervații naturale din zona Constanța sunt enumerate mai jos:

- **Masivul Chieia** Pe malul stâng al podișului Casimcea, lângă satul Cheia, se află masivul Cheia. Rezervația ocupă o suprafață de 285 ha și are aproximativ 565 specii rare de floră.

- **Rezervația Fântânița- Murfatlar.** Protejată în 1932, rezervația se află la 1 km sud de podgoriile Murfatlar, pe partea stângă a drumului Constanța - Ostrov. Rezervația ocupă o suprafață de 19,70 hectare și este inclusă în pădurea Murfatlar, cu o suprafață de 641 de hectare. Din 1962, rezervația a fost protejată de lege și are specii rare, cum ar fi usturoiul, inul dobrogean, pene de iarbă, ghimpe de Murfatlar, zambile și speciile găsite exclusiv în Dobrogea: cimbrișor, migdala mică, bujor de stepă, ricin și altele. În această zonă trăiește

broasca țestoasă dobrogeană, a cărei zonă de distribuție în Bulgaria este limitată la anumite puncte din stepele din Dobrogea. Numeroase specii de plante și peisajul fac această rezervație o atracție importantă pentru turiști.

- **Dunele marine de la Agigea.** Situat în comuna Agigea, la 50 de metri de malul Mării Negre, rezervația ocupă o suprafață de aproximativ 25 de hectare. Rezervația oferă adăpost pentru 120 de specii de plante, inclusiv varză de mare, pin gros de nisip, pelinul de mare, trestie de mare, lucerna de mare și castravetele de mare. Printre speciile rare se numără volbura de nisip, garofiță de nisip și altele.

- **Pădurea Hagieni.** În podișul Dobrogei de Sud, nu departe de lacul Mangalia, între satele Hagieni și Albești se extinde pădurea Hagieni. Are o suprafață de 584 hectare, din care rezervația în sine ocupă 207.40 hectare. Rezervația forestieră este formată din trei părți: o parte centrală de 100 de hectare, acoperită cu stejari și carpini, alternând cu pajști și denumită "Cazane", partea vestică cu văi stâncoase și pajști cu vegetație de iarbă de stepă, cu suprafața de 28 de hectare, iar partea de nord rezervația numită "Cascaia". Pădurea Hagieni este protejată din 1962 și găzduiește multe specii: viorea, corydalis, șofran de aur, zambile, rușcuța de primăveră, iris, bujor, coada șoricelului, stipa, stejar, jasmine, spinul lui Cristos, plevaiță și altele. Fauna este reprezentată în pădurea Hagieni de: broască țestoasă de Dobrogea, șarpele lui Esculap, vipera comună și diverse specii de păianjen.

- **Lacul Techirghiol.** Situat în apropierea satului, rezervația este reprezentată de unul dintre cele mai mari lacuri de sare de la noi, cu o suprafață de 10,7 km². Datorită salinității sale înalte, lacul este populat de o microfaună adaptată mediului sărat. Microfauna care găzduiește apele lacului este reprezentată de microfauna, alge verzi, larve de insecte, crustacee, la care se adaugă mai mult de 124 de specii de păsări. Capătul vestic al Techirghiol este bogat în izvoare dulci.

- **Canaralele din Hârșova.** Aproape de orașul Harșova, pe malurile fluviului Dunărea, lângă ruinele unei așezări romane vechi, se află Canaralele din Hârșova. Rezervația acoperă o suprafață de 5,30 ha și a fost declarată monument natural din cauza semnificației sale științifice. Calcarele jurasice existente în această zonă au fost studiate încă din 1867, fiind identificate diferite tipuri de corali, ciuperci etc.

- **Peșteri în Gurile Dobrogei.** În apropiere de comuna Limanu, pe malul drept al drumului - Gura Dobrogei - Vistorna există o rezervație care include peșterile Limanu, Liliicii și Adam. Cea mai mare peșteră din valea Casimcea este Peștera Liliicilor, care are o lungime de 480 de metri, unde se găsesc rămășițele a peste 20 de fosile. În peștera La Adam, faimoasa peșteră a faunei cuaternare, a fost descoperită o faună bogată de 39 de specii de fosile. În rezervație există colonii mari de lilieci, precum și specii rare precum păianjen, izopod și altele.

- **Locul fosilifer Aliman.** Situat în partea de sud a Dobrogei, lângă Comuna Aliman, în Valea Urluia, rezervația ocupă o suprafață de 14,62 hectare și adăpostește lacurile Sarpul și Vederoasa. Rezervația are o mare valoare științifică și a fost declarată monument natural.

- **Locul fosilifer din Seimenii Mari.** Rezervația este situată în apropierea comunei Seimeni, pe Dunăre, la 9 km de Cernaodă și acoperă o suprafață de 0,50 ha. Rezervația găzduiește o faună specifică a fosilelor, formată din aproximativ 60 de specii.

- **Locul fosilifer din Cernavodă.** Situat în partea de sud a văii Carasu, în apropiere de Cernavodă, rezervația ocupă o suprafață de 3 hectare. Fosilele din Cernă Voda conțin o faună fosilă bogată, reprezentată de 72 de specii și declarată monument al naturii.

- **Reciful de la Topalu.** Între Cernavodă și Hârșova, pe malul Dunării, rezervația Reciful de la Topalu se află la 3 km distanță de comuna Topalu. Ocupând o suprafață de 8 hectare, rezervația include un complex de calcar din perioada jurasică, a cărui faună include corali, viermi, ciuperci calcaroase și altele. Cele mai multe activități sunt concentrate pe malul mării, de obicei pe sporturile de apă. Astfel, potențialul neutilizat se află în principal în interiorul județului și în regiunea transfrontalieră (Călăraș, Giurgiu).



Resursele județelor Călărași și Giurgu pentru turismul sportiv și de aventură

Apropierea județului Călărași cu Dunărea creează o atracție turistică specială, dar insuficient exploatată. Numarul mare de insule cu un peisaj pitoresc fara precedent, ramificatia fluxurilor principale prin brațe unice, creeaza atât un mediu natural care predispune la relaxare, cât și condiții favorabile pentru practicarea vânătorii și pescuitului. În acest sens, pot fi menționate toate cele trei rezervații naturale: Ostrovul Ciocănești, Ostrovul Haralambie și Ostrovul Șoimul.

În fiecare an, campionatele naționale pentru pescuitul de crap sunt organizate la Saruletsi, iar în anul 2000 a fost organizat Campionatul mondial de sport, fiind realizat un record greu de îmbunătățit - un exemplar de 40 kg.

Sectoarele turistice desfășurate de-a lungul Dunării, care trasează județul la sud și sud-est pe o lungime de 152 km, sunt extrem de bogate și trebuie apreciate. Zonele între râul și brațul Borcea cu o suprafață de aproximativ 30.000 de hectare, canale naturale de vegetație forestieră, floră și fauna care pot fi introduse în trasee turistice cu facilități și costuri relativ mici și pot să arate vizitatorului un peisaj superb similar cu delta fluviului Dunărea. Acest potențial turistic slab exploatat se află la mai puțin de 130 km de București și la aproximativ 100 km de Constanța și de coasta Mării Negre, având o conexiune pe drumul național DN 3B (Călărași - Fetești - Cernavodă - Basarab - Constanța) și drumul național DN 3A (Ostrov-Adamclisi-Constanța).

Județul Giurgiu este situat în mijlocul fluviului Dunărea și la răscrucea unor importante drumuri de comunicații de apă și terestre situate la doar 60 km de capitala României, București. Giurgiu este un important centru de comunicații cu o amplasare strategică în partea de sud a țării, care este o intrare în Peninsula Balcanică și în Orientul Mijlociu și beneficiază de toate avantajele transportului fluviului Dunărea care leagă Marea Neagră prin porturile Sulina și Constanța cu alte opt țări.

Tema 7. Produse pentru turismul sportiv și de aventură

În această temă:

- Vom cunoaște cea mai comună caracteristică și varietate de tipuri de resurse pentru turismul sportiv și de aventură.
- Vom caracteriza resursele din Dobrich, Silistra și Rousse pentru turismul sportiv și de aventură.
- Vom face o scurtă trecere în revistă a resurselor județului Constanța pentru turismul sportiv și de aventură.

7.1. Procesul de formare a produselor pentru turismul sportiv și de aventură

Formarea de noi produse pentru turismul sportiv și de aventură este un proces strategic de planificare și management. Procesul de planificare a produselor turistice pentru turismul sportiv și de aventură include următoarele faze:

- **Faza I:** Misiunea și stabilirea obiectivelor;
- **Faza II:** Analiza stocurilor și a resurselor;
- **Faza III:** Analiza pieței;
- **Faza IV:** Conformitatea dintre piață și conceptul produsului;
- **Faza V:** Dezvoltarea produsului turistic;
- **Faza VI:** Strategia de aplicare a produsului turistic pe piață;
- **Faza VII:** Strategia de aplicare a produsului turistic pe piață.

Faza I: Misiunea și stabilirea obiectivelor. Misiunea conferă claritate și direcție procesului de planificare și formează viziunea unui produs turistic. Aceasta are ca scop de a atrage atenția asupra a ceea ce este important pentru dezvoltarea organizației turistice. De asemenea, misiunea definește valorile care trebuie apărate. Mai jos sunt prezentate exemple care demonstrează legătura dintre misiune și obiectivele exemplului turismului sportiv și de aventură.

Misiune: Asigurarea dezvoltării unui produs durabil al turismului sportiv și de aventură care aduce venituri organizației turistice și populației locale.

Obiectivul 1: Introducerea dezvoltării economice durabile a organizației

Sub-obiective:

- Creșterea veniturilor de la turiști;
- Atragerea mai multor turiști;
- Extinderea sezonului turistic.

Obiectivul 2: Încurajarea participării localnicilor la initiative sportive și animații de aventură.

Sub-obiective:

- Crearea unui grup public pentru a sprijini inițiativele sportive;
- Furnizarea de oportunități pentru investitorii locali în sprijinirea turismului sportiv și de aventură.

Faza II: Inventarul și analiza resurselor. Resursele naturale sunt esențiale pentru formarea de produse turistice pentru turismul sportiv și de aventură. Este foarte important să se realizeze o bază de date și analiza acestor resurse înainte de a determina ce potențial potențial de dezvoltare are o anumită destinație turistică.

O atenție deosebită ar trebui acordată caracteristicilor unice ale apelor, climei, vânturilor, caracteristicilor unice ale teritoriilor. Ar trebui analizate aspecte importante cum ar fi: care sunt resursele care atrag turiștii; dacă sunt accesibile; dacă sunt integrate și dacă contribuie la conservarea naturii; dacă se pot utiliza de persoanele cu dizabilități, etc.

Faza III: Analiza pieței. În această etapă importantă, ar trebui să se realizeze o analiză detaliată a pieței pentru a se asigura că piața turistică este sincronizată cu resursele pe care le oferă destinația. Există două tipuri de căutare pe piață care determină produsul turistic:

- Studiu primar, inclusiv chestionare și interviuri cu industria turismului;
- Studiu secundar, inclusiv analiza datelor deja publicate, sau analize publicate pe piețele locale și străine.

Sondajul primar generează date direct de la industria turismului sau de la turiștii utilizați pentru a forma produsul turistic. Acest sondaj se realizează prin: monitorizare informală a pieței turistice pentru turismul sportiv și de aventură, sondaje sau interviuri între membrii industriei turismului: comercianți, operatori de turism și figuri turistice locale, cum ar fi hoteluri, stațiuni, ghiduri, operatori de turism de aventură, ONG-uri etc.

Studiul secundar reprezintă un articol literar sau științific și rezultate din chestionarele deja realizate de alte persoane. La nivel regional, acest tip de sondaj poate include: chestionare completate de turiști, studii de piață prin reviste de călătorie, agenții naționale de planificare a dezvoltării turismului, asociații turistice, birouri turistice municipal etc. 1

Faza IV: Conformitatea dintre piață și conceptul de produs. Aceasta este o tehnică folosită adesea pentru a sincroniza resursele și piețele identificate și cele potențiale. Rezultatele vor permite organizațiilor turistice din sfera turismului sportiv și a turismului de aventură să determine care este prezența turiștilor. Aceasta, la rândul său, va răspunde la întrebarea dacă sunt necesare infrastructură suplimentară și servicii.

În această fază, sunt comercializate și produse competitive. Pe această temă, în funcție de amplasare, produsele concurente și destinațiile pot fi în regiuni învecinate sau în altă țară. Este important de știut că operatorii de turism din zonele învecinate pot să coopereze și să contribuie la dezvoltarea unui pachet turistic cuprinzător de oferit turiștilor. Analiza concurenței poate fi efectuată în conformitate cu următoarele criterii, de exemplu:

Concurent A:

- Componentele produsului;
- Caracteristici competitive și atractivitate;
- Originea și dimensiunea pieței;
- Structura prețului;
- Abordarea de marketing și altele.

Faza V: Dezvoltarea produsului turistic. Această fază este extrem de importantă pentru a crea un produs turistic profesionist care poate fi ușor promovat ulterior. Crearea de produse turistice pentru turismul sportiv și de aventură urmează de obicei următoarele patru etape:

- Pregătirea traseului zilnic;
- Furnizarea tuturor serviciilor și furnizorilor pe acest traseu;
- Dezvoltarea structurii prețurilor;
- Construirea unui parteneriat cu operatorii de turism și comercianți.

Procesul menționat mai sus prezintă o imagine foarte schematică a modului în care se dezvoltă un pachet turistic tipic, cum se identifică cifrele turistice care furnizează servicii (furnizorii de turism) și cum se determină prețul.

Faza VI: Strategia de piață. Strategia de piață sau așa-numita strategie de marketing implică un proces de elaborare a unui plan de piață care vizează vânzarea produselor turistice ale organizației. Strategia de marketing ar trebui să fie în concordanță cu caracteristicile turiștilor - pasionați de turism sportiv și de aventură pe categorii precum veniturile, educația, informare, interesele etc.

În domeniul turismului sportiv și de aventură, marketingul poate fi deseori o provocare, deoarece aceste forme alternative includ foarte puțini turoperatori, care acționând singuri, ei înșiși nu au resursele necesare pentru o piață turistică la nivel național sau internațional. Pe de altă parte, persoanele de servicii pot fi poziționate în locații relativ îndepărtate, unde nu au acces disponibil (rapid și ușor) la abilitățile și resursele de marketing necesare.

Vizitatorii trebuie să aibă așteptări realiste, trebuie să fie toleranți și să trateze cu înțelegere experiența turistică. Prin urmare, iubitorii de turism ar trebui să fie ajutați să aleagă un produs care să corespundă nevoilor lor sportive, intereselor, hobby-urilor. În turismul sportiv și de aventură, marketingul responsabil ar trebui să informeze vizitatorii potențiali despre diferitele tipuri de evenimente sportive, animații de aventură și evenimente specifice unui anumit teritoriu.

În concluzie, unele dintre cele mai importante instrumente pentru succesul turismului sportiv de aventură sunt dezvoltarea de produse, marketingul și publicitatea. Aceste activități ar trebui să se desfășoare concomitant cu toate părțile interesate, utilizând cele mai moderne tehnici, abordări și metode de gestionare.

În cele din urmă, pot fi prezentate câteva sfaturi și recomandări pentru un management mai eficient în domeniul turismului sportiv și de aventură:

Oferta turistică ar trebui să fie pe deplin orientată spre experiență - marketingul și publicitatea ar trebui să se concentreze asupra emoțiilor care vor declanșa produsul sau serviciul turistic propus;

Produsul turistic propus ar trebui să angajeze, dacă este posibil, toate simțurile utilizatorilor de turism sportiv și de aventură - vedere, gust, miros, auz și simț;

Produsul turistic trebuie să ofere mesaje clare - de exemplu: mediu ambiant, în concordanță cu nevoile individuale ale utilizatorului orientat spre sport, aventurile etc.;

Oferta turistică orientată spre sport și experiențe trebuie să atragă utilizatorii în aventuri și să aibă emoții, senzații și sentimente puternice și memorabile;

Produsele turistice complexe trebuie să motiveze utilizatorii să împărtășească experiența - printre prietenii, cunoscuții, în rețelele sociale și pe internet;

Turismul sportiv și de aventură trebuie să fie mai inovativ și să combine în sine ceea ce este cel mai bun din alte forme alternative de turism, cum ar fi ecoturismul, turismul rural, turismul cultural, turismul medical etc.



7.2. Produse existente pentru turismul sportiv și de aventură

Clubul de călătorii din Ruse „Steaua albă“

Istoric

Clubul de călătorii din Ruse „Steaua albă” este succesorul grupului „Steaua albă”, creat în 1985 de Milen Stefanov, Nikolay Marinov, Pavlin Nadvorni și Yavor Asenov. Clubul și-a început activitatea în 1990. Membrii clubului „Steaua albă” sunt călători care practică diferite activități și sporturi cum ar fi alpinism, speologie, scufundări, navigație, caiac, rafting, ciclism, dar, ca și regulă generală - aderenți care sunt fideli ideii de a comunica cu natura.

În cei 20 de ani de existență, călătorii de la Clubul din Ruse - au navigat cu vapoare și iahturi pe mare și pe râu, și în râurile noastre - Dunărea, Osam, Cherni Lom, și în condiții de iarnă au urcat pe vârfuri în Bulgaria și în unele dintre cele mai mari lanțuri de munte ale lumii; coborau în grote și sub apă; făceau înconjururi cu biciclete pe drumurile lor natale și țările vecine.

Au devenit performanțe remarcabile- urcușul de iarnă al “acoperișului” Europei - vârf Elbrus - 5642 m în anul 1999 ; cucerirea vârfului biblic Ararat - 5137 m în anul 2000; atingerea celui mai înalt punct al Americii de Sud - vârful Aconcagua - 6960 m în anul 2001; cucerirea liderului iranian - vulcanul Demavent - în 2002; excursii de ciclism în Carpați în anii 2001 și 2002; expediție în Georgia; ascensiunea principalelor vârfuri ale Turciei - Arratat - 5137 m, Erdziyas - 3916 m, Kakkar - 3942 m, Süphan - 4062 m, Demirkazik - 3756 m, ajungerea părții de jos a peșterilor cele mai adânci din țara noastră și studierea călătoriilor noi pe obiectivele naturale și istorice mondiale - cascadele Iguassu din America de Sud, Persepolis și Isfahan din Iran, deșerturile Iranului și Pakistanului, minunea geografică - Nemrud din Turcia.

Obiectivele și sarcinile clubului

Obiectivul principal al Clubului de călătorii din Ruse „Steaua albă” (n.t. în bulgară Byala zvezda) este de a dezvolta, promova și populariza excursii în Bulgaria și alte țări, pe uscat, în aer și pe apă. În realizarea activității sale, CCRSA (Clubului de călătorii din Ruse „Steaua albă” îndeplinește sarcini publice, educaționale, de cercetare și sport. În domeniul activității publice, Clubul de călătorii Ruse îndeplinește următoarele sarcini: participă la dezvoltarea de programe legate de crearea unui interes durabil în călătorii ca formă de mișcare într-un mediu ecologic. Sprijină prin ghiduri și evenimentele profesionale sportive la care participă copii și tineri din orfeline; colaborează îndeaproape cu alte organizații nonprofit și de afaceri în probleme legate de sport, ecologie, programe educaționale, educație pentru studenți și tineri; asistă autoritățile de protecție civilă cu propriii specialiști în situații de urgență și dezastre.

În domeniul activității educaționale, Clubul de călătorii din Ruse îndeplinește următoarele sarcini: organizează cursuri de pregătire pentru alpinism, speologie, scufundări, navigație, rafting, ciclism etc., activități legate de călătorii. Clubul organizează întâlniri și seminari cu călători distinși, asigură lectori și conducători științifici; desfășoară cursuri de educație în școli. În domeniul cercetării, Clubul de călătorii din Ruse organizează expediții de cercetare; menține contacte cu oamenii de știință din domeniul istoriei, biologiei, chimiei, geografiei și a altor discipline științifice legate de călătorii. În domeniul activităților sportive, Clubul din Ruse organizează expediții cu un element sportiv; conduce competiții sportive și îi trimite pe sportivii săi să participe la diferite concursuri de la noi și din alte țări.

Proiectele de astăzi

„Steaua albă” (n.t. în bulgară Byala zvezda) lucrează la diferite proiecte sociale cu o contribuție socială ridicată, cum ar fi: “Locuitorii orașului Ruse - pe cele mai înalte vârfuri continentului”; “Balcanii - un loc pentru călătorii de ciclism”; “Atenție - copiii aflați în situații de risc” și “Lideri munteni din Balcani”.

În fiecare an clubul extinde lista de trasee de ciclism frumoase și interesante, atât în



țară, cât și în străinătate. Iată câteva dintre ele:

- Traseul de ciclism Dunărea - ca parte a "Euro Velo 6" - Svishtov, castele romane Nove și Yatrus, valea râului Yantra, valea lui Lomovete, Ruse;
- Polomie: fenomenul canoanelor din Polomie - istorie și natură;
- Cappadocia, Turcia: explorarea miracolului natural și istoric al Cappadocia cu o bicicletă, o oportunitate de zbor cu balonul;
- Peninsula Licia- excursii cu bicicleta în cadrul unui tur al Coastei de smarald al Turciei.

Clubul organizează navigație cu caiac pe râuri, baraje și mare. Unele dintre destinații sunt râurile: Yantra, Dunăre, Arda, Osam, Kamchiya, Tundzha, Iskar, Maritza, Mureș - România; barajele: Golyam beglik, Ivaylovgrad Kardzhali, Studen kladenets, Koprinka Stamboliyski, Trakietz, Zhrebchevo, Ticha, Vacha, Dospat și altele. De asemenea, pot fi organizate călătorii care nu sunt incluse în planul calendaristic. Clubul organizează excursii montane în țară și străinătate pe tot parcursul anului. Unele dintre destinațiile sunt în munții Carpați, Olympus, Erdzhias, Kachkar, Demirkazak, Bolkar, Ararat, Himalaya și altele.

BlackSeaRama Golf

BlackSeaRama Golf este prima stațiune bulgară cu un teren profesional de golf cu 18 găuri, cu vedere unică la mare. Situat pe o suprafață de 1 046 813 m², într-una din cele mai retrase părți ale Litoralului Mării Negre, lângă Balchik, BlackSeaRama Golf & Country Club oferă un teren de golf de clasă mondială proiectat de legendarul jucător de golf Gary Player. Pentru oricine care caută un loc de odihnă de primă clasă, stațiunea oferă camere moderne, luxoase și vederi impresionante. Aici, verile sunt lungi, predominant însorite, iar temperaturile variază între 24 și 32 de grade Celsius, în perioada mai-septembrie.

BlackSeaRama Golf este locul perfect pentru recreere și distracție pentru turiști. Aeroportul din Varna este la aproximativ 30 de minute distanță, iar orașul în sine oferă o abundență de centre comerciale, teatre, cinematografe, restaurante, baruri și multe alte atracții turistice. Portul istoric din Balchik, precum și stațiunea renovată Nisipurile de Aur, sunt de asemenea ușor accesibile, pline de atracții pentru turiști.

BlackSeaRama Golf se mândrește cu propriul izvor mineral, care este sursa pentru spa centrului. Vizitatorii pot profita de băile minerale și de nămol ale faimosului centru spa Tuzlata. În plus față de terenul de golf de primă clasă, BlackSeaRama oferă o gamă largă de distracții sportive și alte distracții oaspeților săi, inclusiv tenis, ciclism montan, volei, vânătoare, pescuit, călărie, navigație și scufundări.

BlackSeaRama este un teren de golf clasic, cu vederi superbe la mare. Similitudinea cu Scoția este evidentă, cu diferența că Bulgaria este cea mai nouă destinație de golf din Europa, în timp ce Scoția este cea mai veche. Implicarea personală a lui Gary Player în design și marketing, împreună cu reputația și familiaritatea mărcii "Gary Player", adaugă valoare tuturor aspectelor acestui proiect de turism.

Premiată ca "Clădirea anului" pentru anul 2008, Casa Clubului face parte din complex și este o clădire arhitecturală elegantă și de tip în stil toscan. Lemnul și piatra folosită împreună cu muzica plăcută de jazz creează o căldură unică și o atmosferă confortabilă. În Casa clubului, la dispoziția turiștilor există o cramă, un centru de relaxare cu piscină interioară, saună finlandeză și jacuzzi, un bar cu terase panoramice la mare și un bistro dedicat gusturilor de golf. Imediat în fața Casei Clubului, există o scenă incredibilă atârnată pe marginea stâncilor deasupra mării, recreând un amfiteatru deschis pentru 150 de persoane. Zidul este un loc preferat pentru premii, nunți și concerte.

Golful este unul dintre cele mai plăcute și mai satisfăcătoare sporturi, dar și unul dintre cele mai dificile de învățat și de stăpânit, fără ajutor și îndrumare. Academia de la BlackSeaRamaGolf oferă acces deplin la joc, care să cuprindă toate aspectele sale - de la cele mai elementare reguli și etichetă, terminologie, de la swing complet, putting, managementul terenului de golf, tehnicile practice și se ajunge la antrenamentele mintale, fitness pentru

jucători de golf și echipamentul potrivit. BlackSeaRamaGolf este un exemplu de simbioză de succes între turismul sportiv, turismul de aventură și de reacție, contribuind la dezvoltarea turismului și reputația țării noastre.

Clubul de aventuri Caiac- Canoe - Silistra

Clubul de aventuri "Caiac- Canoe" - Silistra este o organizație privată care oferă servicii turistice - navigare cu caiac. În același timp, clubul efectuează pregătire inițială și pregătire sportivă pentru copii și câștigă multe medalii de la campionatele de stat, campionatele europene și mondiale.

Obiectivele principale ale organizației, în conformitate cu statutul ei, sunt popularizarea canoe-caiacul printre turiști și iubitori de toate vârstele prin implicarea în activități regulate de canoe-caiac. Celălalt obiectiv strategic este pregătirea și dezvoltarea canoe-caiacului pentru copii și adolescenți, grupuri pregătitoare, precum și selecția copiilor pentru participarea la turnee naționale și internaționale.

Activitatea clubului este foarte dinamică și activă. Sunt efectuate multe activități sociale. De exemplu, clubul oferă formare inițială și pregătire sportivă pentru copii, cum ar fi promovarea canoe- caiacului și utilizarea activității fizice și a sportului pentru combaterea excesului de greutate, agresiunii crescând în rândul adolescenților și prevenirea stresului.

Din 2012, clubul organizează regata, care mai târziu este și internațională. Clubul organizează această regată pentru copii, juniori până la vârsta de 18 ani. La aceasta participă mai mult de 100 de copii din toate cluburile din țară, precum și din țări precum Macedonia, Serbia și Grecia. Regata este importantă nu numai pentru popularizarea canoe-caiacului, dar și pentru dezvoltarea turismului din Silistra și din regiune.

Timp de cinci ani consecutivi, clubul din Silistra a câștigat și a implementat proiecte în cadrul programului "Sport pentru copii în timpul liber", unde mai mult de 250 de copii au beneficiat de formare inițială în caiac-canoe. De asemenea, a fost creată o școală specializată pentru copii pentru cei mai mici iubitori de canoe-caiac. Clubul participă activ la inițiativa sportivă "Ziua porților deschise" și "Săptămâna europeană a sportului", organizată de Ministerul Tineretului și Sportului din Bulgaria.

Produse pentru turismul sportiv și de aventură în județul Constanța

În județul Constanța există o bogată ofertă de sporturi nautice. Sunt practicate de oameni activi, hotărâți și aventuroși. În funcție de opțiunile pasiune, dorință și materiale, turistii pot practica de la sporturi sau activități distractive (remorcare cu centuri gonflabile sau banane, tururi cu hidrobiciclete sau ski-jet, ridicare cu parașută, stand up puddle) la cele mai exclusiviste și costisitoare activități (yachting, windsurfing, schi nautic și wakeboarding, kitesurfing, flayboarding, scufundări), care necesită formare inițială sau de cursuri oferite de cluburile mici și școlile din stațiunile de pe litoral, Mamaia fiind stațiunea cu cele mai multe oportunități în acest sens. O mare parte din activitățile de mai sus pot fi practicate în lacurile Tăbăcării și Siutghiol.

Mamaia, cea mai completă stațiune din punct de vedere al facilităților pentru dezvoltarea activităților nautice, face obiectul unor investiții majore. În Mamaia funcționează opt baze de agrement, patru pe malul lacului Siutghiol și patru la malul mării. Turistii pot încerca senzațiile unei ridicări cu parașută, tractări cu banane gonflabile, windsurfing, caiac-canoe, plimbări cu ski-jetul, veliere tip catamaran și caravele. Tot aici se pot deprinde primele manevre ale velelor la școala de yachting.

Litoralul românesc este din ce în ce mai atractiv pentru persoanele care își doresc să aibă parte de o vacanță activă. Mai jos sunt prezentate activitățile sportive și de aventură care pot fi practicate în județul Constanța.

Parasailing. Ridicarea cu parașută sau parasailing-ul este o activitate recreativă, în care o persoană sau chiar două sau trei, sunt ridicate în aer cu ajutorul unei parașute speciale numite parasail, trasa de o ambarcațiune mică.



Stand Up Paddle. Este un sport cu rădăcini polineziene ce reprezintă o formă veche de surfing, pentru care nu este nevoie de valuri. Nu necesita o pregătire specială și poate fi practicat de către aproape oricine, cu un echipament compus dintr-o placă lungă și lată, pe care se stă în picioare și se vâslește cu o padelă.

Flyboarding-ul. Este cel mai nou sport nautic de pe litoralul românesc. Acesta permite propulsia aeriană la suprafața apei și executarea unor salturi complexe cu ajutorul jeturilor de apă generate de un schijet special.

Wakeboarding/Schi nautic. Schiul nautic este unul dintre cele mai vechi sporturi nautice, care se poate practica și în țara noastră. Pentru a practica acest sport, placa de surf este atașată cu ajutorul unei frânghii la o ambarcațiune cu un motor foarte puternic care te va trage pe sportive după ea. În ultimii ani, ambarcațiunile au motoare din ce în ce mai puternice, ceea ce duce la o putere de tragere mai mare. Schiul nautic se poate practica la Eforie Nord, Eforie Sud, Mamaia și pe lacul Siutghiol. Poate fi practicat și în apropiere de București, pe lacul Snagov.

Kitesurfing. Un sport extrem, practicat pe apă, care presupune utilizarea unui zmeu foarte puternic și a unei plăci de surf. Acest sport se poate însă practica și pe iarbă sau plajă. Este întâlnit și pe litoralul Mării Negre, unde există și o școală de kitesurfing. Aici se pot învăța câteva dintre tainele acestui sport. Pentru a-l practica însă trebuie să fii într-o formă fizică foarte bună. Pe litoralul românesc se practica wave, freestyle sau long distance, câteva stiluri de kitesurfing.

Windsurfingul. Pe litoral există școli specializate care îi introduc pe turiștii în sportul Windsurfing. Cursurile sunt organizate pe mai multe niveluri, incluzând o parte din teorie, simulare de teren și practicarea în apă. Echipamentele necesare sunt: costum neopren, pantofi neopren, curea de salvare, plăci și vele potrivite și ajustate în funcție de înălțimea și greutatea elevului. De asemenea, prețul include și film și fotografii realizate în timpul cursului. În general, cursurile sunt organizate timp de două zile. În același timp, pentru cei care au abilitățile necesare pentru acest sport, pot fi închiriate numai echipamentele necesare. Cea mai mare și mai experimentată școală pentru windsurfing din România se află pe malul lacului Siutghiol. Echipamentul ei include:

- Hangar pentru depozitarea echipamentului
- Cele mai noi panouri pentru toate dificultățile și nivelurile de pregătire
- Vele ușoare și moderne.

Dimensiuni începând de la 1,5 m pentru copii până la 12,5 m.

- Catarge și brațe noi
- Curele pentru trapeze
- Veste de salvare pentru windsurfing
- Pantofi din neopren
- Costume din neopren
- Barcă de monitorizare și de salvare

Yachting. Elementele de bază pot fi învățate cu ușurință într-o săptămână, iar efortul financiar necesar pentru închirierea unei ambarcațiuni face din aceasta activitate o activitate destinată persoanelor cu venituri peste cele medii.

Scuba Diving. Scufundările sunt un alt sport ce se practica în Marea Neagră sub mai multe forme: scuba-diving, scufundarea liberă și snorkeling-ul. Cele mai cunoscute activități de scufundare sunt explorarea faunei, florei și peisajului submarin, și fotografia subacvatică.

Snorkeling-ul. O activitate sportivă de scufundare/înot, cu tub de respirat la suprafața apei. Datorită simplității sale, poate fi practicat de oricine, în zone cu funduri puțin adânci, suficient de atrăgătoare și cu o bună vizibilitate.

Cursuri de scufundare. În plus față de scufundări pentru divertisment, iubitorii acestui sport pot participa la cursuri de scufundări la una dintre școlile de pe litoralul românesc. Echipamentele pentru scufundări pot fi închiriate sau achiziționate de clienți. Pentru grupuri mai mari, pot fi organizate croaziere cu alte caracteristici decât cele din oferta standard.

Croazieră cu o navă velieră în Marea Neagră. Turiștii se pot bucura de croaziere pe Marea Neagră cu lungimi diferite. Se organizează croaziere, cu ora de plecare din Portul Tomis la ora 3, ora 6 pentru o zi sau pentru 2 zile. Pentru grupuri mai mari, pot fi organizate croaziere cu alte caracteristici decât cele din oferta standard. Navele de navigație sunt dotate cu dormitoare, 2 băi, dușuri, aragaz, frigider, mp3 player, oferind toate facilitățile necesare la bord. Capacitatea velierei este de 8 persoane, utilizată în anumite situații pentru zile de naștere sau petreceri de burlac. Turiștii se pot bronză la bordul velierei, se pot scălda în mare sau pot contempla delfinii.

Plimbări cu caiacul. Plimbările cu caiacul combină recrearea activă cu peisaje de neuitat, disponibile numai pentru caiac în unele zone. Se organizează plimbări de câteva ore, precum 2-3 schimburi zilnice în caiacele stabile și confortabile pentru una sau două persoane. Destinații turistice principale: Litoralul românesc și bulgaresc, lacurile din Dobrogea, Delta Dunării.

Plimbare cu barca cu motor. Barca cu motor este un mijloc eficient de transport care poate călători pe distanțe mai lungi într-un timp relativ scurt. Excursii pe litoralul românesc sunt organizate pe Coasta Mării Negre timp de o oră, dar și de câteva ore, în funcție de dorințele turiștilor.

Vizionare de delfini. O activitate foarte atractivă pentru adulți, dar și mai mult pentru copii, este vizionarea delfinilor în mediul lor natural. Această călătorie pe mare se poate face cu o barcă cu motor sau cu o velieră, de obicei, devreme dimineața și durează aproximativ 3 ore. În Marea Neagră există numeroase familii jucăușe de delfini care sunt obișnuiți cu prezența bărcilor, astfel încât turiștii să poată fotografia.

Vânătoare de comori. Vânătoarea de comori este o activitate ideală pentru grupuri prietenoase sau grupuri care desfășoară teambuilding. Vânătoarea de comori este sub forma unei competiții de echipă, care necesită un sentiment de orientare, dexteritate, comunicare și creativitate a echipei. Scopul acestei activități este să acumuleze cel mai mare scor pentru găsirea comorii. Testele pot fi numeroase: orientarea prin busolă, paintball, diverse jocuri de comunicare și creativitate.

Aventuri off-road. Aventura off-road este o experiență minunată pentru iubitorii de spațiu deschis care doresc să exploreze frumusețile naturale mai greu de accesat în zona Dobrogei. Organizatorii oferă locuri în vehicule de 4x4, iar acest tip de activitate nu este afectat de condițiile meteorologice nefavorabile.

Excursii cu elicopterul și avionul. Pentru turiștii care doresc să admire litoralul românesc de la înălțime, se fac tururi cu elicopterul și avionul. Rutele sunt după cum urmează:

- Heliport Mamaia - Cazino Constanța - Heliport
- Heliport - Cetatea Hustria (oprire opțională) - Heliport
- Heliport - Gura Portiței - Heliport
- Heliport - Holbina - Trei bibani (Delta Dunării) - Heliport
- Heliport - Lacul Sinoe - prânz / cină în castelul Enisala - Heliport
- Heliport - Rezervația Grindul Lupilor - Heliport
- Heliport - Lacul Siutghiol - Stațiunea Mamaia - Mamaia Casino - Heliport

Parașutism. Turiștii care doresc adrenalină pot practica parașutism pe litoralul românesc. Înălțimea de la care se efectuează săriturile variază între 1.000 și 4.000 de metri deasupra nivelului mării, din care se poate vedea întregul litoral românesc. Oferta include:

- antrenament individual de parașutism
- sărituri de divertisment de tip tandem;
- școală de parașutism.

Echitație. Turistii aventurieri pot vizita Herghelia și hipodromul din Mangalia. Herghelia Mangalia se află la 3 km nord de orașul Mangalia și la numai 500 m de coasta de vest a Mării Negre. Herghelia din Mangalia este cea mai mare din Europa de Sud-Est și sunt crescuți doar cai de rasă: rasă pură arabă, semigrei și mulți ponei. Suprafața Hergheliei Mangalia depășește



580 de hectare, din care mai mult de 400 de hectare sunt cultivate cu plante furajere care furnizează hrană pentru mai mult de 350 de cai.

Hipodromul Mangalia, singurul din țară special conceput pentru curse de galop, acoperind o suprafață de 19 hectare. Aici, în vara, în lunile iulie-septembrie, se desfășoară curse de cai, care implică cai și crescători particulari din întreaga țară. Pe lângă profilul zootehnic, Herghelia este un excelent centru pentru divertisment și atracție turistică. Complexul dispune de un hipodrom bine dezvoltat pentru trot și trot și galop, iar în curtea complexului se practică echitația, pot fi organizate excursii de agrement - echitație sau cu faeton- de-a lungul Mării Negre .

Paintball. Turiiștii de aventură pot practica acest sport pe una din cele trei terenuri din județul Constanța. Terenurile de paintball au diferite dimensiuni și facilități. Unul dintre ele acoperă o suprafață de 6 hectare, cu clădiri abandonate, tranșee, obstacole naturale și artificiale.

Airsoft. Airsoft-ul este un joc militar într-un mediu organizat, care stimulează conflictul folosind replici de arme reale care pot trage cu bile din plastic dur de dimensiuni mici. Acest joc se bazează, în principiu, pe jocul fair-play, deoarece bilele nu lasă urme vizibile în momentul impactului cu adversarul și el trebuie să confirme pentru a fi valabil impactul. Echipamentul minim necesar pentru practicarea acestui sport este o replică a armelor, consumabilele necesare și o protecție minimă a ochilor, ochelari speciali sau o mască specială. Deoarece această parte a corpului este extrem de sensibilă, există o posibilitate de vătămare gravă. Un mediu organizat implică un grup de cel puțin 2 persoane cu echipamentul minim necesar pentru a promova un conflict și o locație special amenajată într-o proprietate privată protejată de accesul public, deoarece legea interzice afișarea și exploatarea replicilor de arme în locurile publice.

În județul Constanța, în fiecare duminică sunt organizate jocuri airsoft din Clubul sportiv Airsoft din zonă. De asemenea, joi se organizează jocuri airsoft de noapte cu niveluri mai ridicate de dificultate.

Activități în parcul de aventuri. În județul Constanța există un parc de aventuri. În acesta se dezvoltă activități sportive și de relaxare în natură, prin 14 trasee, împărțite în funcție de grupa de vârstă și de nivelul de dificultate. Fiecare traseu este marcat cu o culoare specifică, ușor de recunoscut de participanți. Activitățile suplimentare care se pot desfășura în parcul de aventuri combină sportul, educația și relaxarea. Mai multe domenii și servicii conexe sunt prevăzute în acest context:

- O zonă rezervată copiilor mici care nu au acces la parc
- Tabloul de bord - 4 trasee
- Leagăn din frânghii (articole originale)
- Leagăne pentru copii mici și foarte mici
- Case din lemn
- Tobogane
- Scaun - leagăn
- Închirieri de biciclete pentru rutele din pădure
- Airsoft
- Tragere cu arcul
- Crazy jump (saritură de la o înălțime de 10 metri în spațiu gol și legănat în aer la 3 metri)

Activități în Parcul Aqua Magic. Parcul Aqua Magic este unul dintre cele mai mari parcuri de distracții din România, cu o suprafață impresionantă de 27 500 de metri pătrați. În Aqua Magic pot fi dezvoltate 13 tipuri de activități: Waterplayground, Pool Pool, Relax Pool, Lazy River, Space Bowl, Super Crater, Multislide, River Râde, Mega Pipe, Twister, Kamikaze, Turbo Slide și Black Hole. De asemenea, parcul acvatic organizează spectacole zilnice și concursuri cu premii.

Extreme sporturi la Gravity Park. Gravity Park este cea mai mare stațiune de

practicare a sporturilor extreme din România. Suprafața totală de aproximativ 8500 de metri pătrați este împărțită în 4 zone sportive extreme pentru următoarele activități: mers pe role, skateboarding, BMX, MTB, alpinism, bouldering, trellis, jumping și scutere (trotinete). Vizitatorii și sportivii beneficiază de o gamă largă de facilități, cum ar fi: închirierea de echipament sportiv, cursuri de alpinism, standuri de audiență, sistem de sunet profesional, toalete, dușuri și vestiare.

În plus față de activitățile descrise mai sus, turiștii care practică turismul sportiv și de aventură pot merge și în județul Constanța, pot face o plimbare cu bicicletă sau pot lua parte la activități sportive precum fotbal, tenis, squash sau karting. Cele mai multe activități sunt concentrate în zona de litoral, deoarece activitățile sunt, de obicei, sporturi nautice. Acest lucru lasă un potențial neexploatat în principal în interiorul județului și în zona transfrontalieră (Călăraș, Giurgiu). Astfel, formele de relief, rezervațiile naturale și prezența Dunării pot fi exploatate mai mult concentrându-se pe activități aventuroase, cum ar fi drumeții, ciclism, speologie sau croaziere de-a lungul Dunării. De asemenea, jocurile airsoft sunt organizate numai duminică și joi (noaptea).

Dezvoltarea produselor existente de turism sportiv și de aventură

Pentru a îmbunătăți calitatea și impunătatea produselor turistice sportive și de aventură, următoarele activități și priorități pot fi de ajutor:

- Dezvoltarea turismului de croazieră fluvială de-a lungul fluviului Dunărea Dezvoltarea unei campanii publicitare care să arate oportunitățile coastei bulgare a Dunării pentru croaziere scurte de pe și spre piețele receptive învecinate (România, Serbia, Ungaria);
- Dezvoltarea turismului sportiv și de aventură de-a lungul Dunării (Crearea și comercializarea pistei de biciclete pe Dunărea);
- Dezvoltarea turismului de camping recreativ în regiunea Kavarna și Shabla;
- Dezvoltarea turismului sportiv de yachturi în Balcic;
- Creșterea numărului și a varietăților de turnee sportive pentru profesioniști și amatori care se desfășoară în stațiunile turistice de vară;
- Stabilirea maratonilor urbani anuali pentru dezvoltarea turismului urban sportiv;
- Renasterea facilităților ecvestre și dezvoltarea de sporturi ecvestre;
- Folosirea imaginii unor sportivi bulgari, mai ales cu o proveniență din Dobrogea, pentru publicitatea și popularizarea evenimentelor sportive;
- Determinarea mixului de comunicare specific (publicitate, promovare, marketing direct, PR) pentru prezentarea concentrată a produselor de turism sportiv pe piața internă și pe piețele externe prioritare, campanie publicitară concentrată cu prezentarea evenimentelor sportive bulgare;
- Promovarea evenimentelor sportive, inclusiv a formelor de turism cultural (concerte, festivaluri etc.) pentru a atrage un public țintă care are un interes scăzut în evenimentele sportive.
- Utilizarea potențialului magazinelor duty-free situate în porturi pentru a oferi produse tipice naționale și regionale de înaltă calitate la prețuri competitive;
- Crearea de atracții permanente (tabăra de scouts, parcul de aventuri, instalarea de ascensoare pentru Bisericile de piatră Ivanovski și Cherven etc.)
- Dezvoltarea de servicii suplimentare pentru turismul sportiv și de aventură, de exemplu, închirierea de echipamente, facilități etc.
- Combinarea rutelor marcate oferind servicii suplimentare într-un produs complet, de exemplu, “Cu o carte și o bicicletă cu chirie”;
- Poziționarea comunicativă a formelor de turism urban, inclusiv turism de cumpărături, gastronomic, de aventură și cognitiv în orașele mai mari precum Ruse, Silistra și Dobrich;
- Dezvoltarea de hărți interactive ale orașelor și a aplicațiilor de mobilitate pentru a ajuta vizitatorii să descopere și să acceseze site-urile de turism sportiv și de aventură;

- Promovarea produselor de aventuri urbane și a produselor sportive și de divertisment prin campanii de PR, conferințe și evenimente promoționale;
- Dezvoltarea de parteneriate cu operatorii de turism specializați și motivarea acestora pentru a include în ofertele lor turismul de aventură urban, sportiv și de agrement.

Recomandări și sfaturi pentru crearea unui produs de succes în turismul sportiv și de aventură

Implicare puternică în industria turismului și în comunitatea locală

Participarea în industria turismului, precum și în comunitatea locală are mai multe avantaje pentru antreprenorii în domeniul turismului sportiv și de aventură:

- Creează vizibilitate și încredere
- Îmbunătățește reputația
- Permite antreprenorului să fie mai informat cu privire la aspectele importante, cum ar fi noile programe, modificări ale legii, noi oportunități și așa mai departe.
- Oferă recunoaștere care ajută la crearea de noi parteneriate

Există mai multe moduri în care antreprenorul își poate face cunoscută afacerea.

Acestea includ: obținerea calității de membru în diverse asociații profesionale, participarea la comisiilor din industrie, participarea la diverse proiecte, prezentarea activităților organizațiilor care promovează turismul. De asemenea, implicarea în voluntariat în comunitatea locală este o modalitate de a atrage sprijin. Crearea de parteneriate cu alte organizații care pot fi de încredere este o modalitate de a facilita câștigarea încrederii potențialilor clienți, precum și a altor parteneri potențiali.

Stabilirea de parteneriate cu organizații suplimentare

Parteneriatele cu furnizorii de echipamente sau cu alți furnizori de servicii pot fi foarte utile pentru afaceri, deoarece permit crearea de produse noi și îmbunătățite, pe care dezvoltatorul nu le-ar putea oferi singur. Partenerii pot beneficia, de asemenea, de schimbul de cunoștințe și de competențe și pot implementa strategii de marketing pentru activitățile lor comune. Parteneriatele oferă, de asemenea, avantajul de a proteja afacerea și produsele de concurență prin consolidarea poziției lor pe piață.

O categorie importantă de parteneri de afaceri pentru turismul sportiv și de aventură sunt cei care oferă servicii de cazare (hoteluri, pensiuni etc.). Este important ca ei să ofere clienților o gamă largă de activități, dar nu au întotdeauna echipament sau nu știu cum să facă ei înșiși. De exemplu, un parteneriat între un hotel și un antreprenor care oferă servicii în domeniul turismului sportiv și de aventură poate fi benefic pentru ambele părți. Astfel, întreprinzătorul își poate oferi serviciile oaspeților hotelului, crescând astfel baza de clienți, iar hotelul poate oferi clienților săi un serviciu cu o calitate superioară a serviciilor.

Alegerea partenerilor potriviți

Alegerea partenerilor de afaceri potriviți este esențială. Este important să fie găsiți parteneri care adaugă valoare amestecului de produse oferite sau să ofere un serviciu care lipsește în oferta antreprenorului. De asemenea, este important să se stabilească parteneriate cu oameni care împărtășesc aceeași filosofie de afaceri care au deja o imagine bună pe piață și sunt interesați de calitatea serviciilor pentru clienți. Seriozitatea și corectitudinea sunt caracteristici foarte importante ale partenerului de afaceri.

Partenerii posibili pot fi necorespunzători și este important să fie identificați cât mai curând posibil. Retragerea anticipată a parteneriatului necorespunzător va duce la evitarea pierderilor pe termen lung.

Pentru a se identifica cei mai potriviți parteneri, este util să se compună o listă a organizațiilor compatibile (întreprinderi, companii, hoteluri, autorități locale etc.) care pot fi clasificate în funcție de prioritate, tipul de produs sau beneficiul potențial.

Identificarea preocupărilor partenerilor, capacitățile și limitele

Parteneriatele de succes sunt construite de-a lungul timpului și este important



ca acestea să creeze oportunități de afaceri benefice pentru ambele părți. Pentru ca un parteneriat să aibă succes, ambii parteneri trebuie să-și cunoască afacerile în ceea ce privește oportunitățile, punctele tari sau punctele slabe.

Stabilirea unui acord de parteneriat

Atunci când se stabilește un parteneriat de afaceri, trebuie convenite cele mai adecvate abordări, precum și soluționarea problemelor operaționale care ar putea să apară. În același timp, este de preferat să existe un acord scris în care să fie identificate eventualele probleme care ar putea apărea în viitor, împreună cu soluțiile pre-dezvoltate. Acordul scris de parteneriat poate conține următoarele elemente: obligațiile părților, angajamentul de exclusivitate în aprovizionarea cu anumite produse sau pachete, standardele de calitate și metodele de control al calității, modul de utilizare și întreținere a echipamentului, pregătirea unui plan de marketing coordonat, furnizarea continuă de servicii între parteneri, strategia de stabilire a prețurilor și distribuirea veniturilor, soluționarea problemelor potențiale, valabilitatea acordului și condițiile de reînnoire.

Maximizarea utilizării internetului ca instrument de marketing

Prezența Internet-ului este o modalitate eficientă și ieftină de a face publicitate unei afaceri în domeniul turismului sportiv și de aventură. Marketingul pe Internet are multe avantaje, inclusiv costul scăzut al menținerii și actualizării informațiilor despre produse și serviciile oferite sau extinderea clientelei la nivel internațional. Pe lângă site-ul tradițional, modalități eficiente de a promova afacerea în domeniul turismului sportiv și de aventură sunt blogurile, încărcarea de prezentări și reclame pe rețelele sociale.

Conform ultimelor tendințe, conținutul rețelelor sociale devine din ce în ce mai important în luarea deciziilor pentru turiști. În aceste condiții, o mare vizibilitate și o bună imagine în acest mediu sunt esențiale pentru succesul oricăror afaceri din domeniul turismului.

Integrarea site-ului web în alte strategii de marketing

Deși mediul online a devenit cel mai important mod de a promova afacerea turistică, este de preferat să se utilizeze o varietate de metode în strategia de marketing și să se evite ignorarea canalelor tradiționale de promovare. Astfel, site-ul web, precum și alte metode de publicitate utilizate în mediul online trebuie integrate cu metodele tradiționale de publicitate într-o singură strategie de marketing. De exemplu, site-ul Web, contul Facebook și blogul trebuie să fie incluse în materialele promoționale tradiționale (pliante, postere, etc.). De asemenea, trebuie să existe legături între diferite moduri de promovare online. De exemplu, o pagină sau un blog pe Facebook trebuie să conțină linkuri către site și viceversa. Iată câteva principii și recomandări pentru site-ul web:

- Pregătirea propunerilor scrise de la diferiți designeri web și alegerea celei mai potrivite;
- De la început, se stabilesc costurile de întreținere și actualizare a site-ului, precum și dacă dezvoltatorul poate controla conținutul și dacă poate face schimbări pe cont propriu;
- Stabilirea drepturilor de autor și a drepturilor de proprietate intelectuală asupra conținutului site-ului
- Obținerea unei opinii specializate de la un avocat înainte de semnarea contractului
- Asigurați-vă că lățimea de bandă (bandwidth) este suficientă pentru traficul așteptat;
- Asigurarea faptului că dezvoltatorul furnizează statistici periodice și cât mai detaliate despre vizitele pe site;
- Dezvoltatorul ar trebui să participe la performanța site-ului: să urmărească în mod regulat și să garanteze că acesta este actualizat și atractiv;
- Numele site-ului trebuie să fie simplu și să reflecte numele companiei sau compania;
- Utilizarea fotografiilor de calitate, luând în considerare timpul de încărcare al site-ului;
- Furnizarea de răspunsuri la e-mailuri în ziua primirii;
- Remedierea problemelor de securitate dacă se pot efectua plăți online pe site;
- Integrarea informațiilor despre clienți disponibile în baza de date;

Oferirea clienților o „experiență“

Pentru cei care practică turismul sportiv și de aventură, caută experiențe unice, se recomandă desfășurarea activităților sportive și de aventură în cel mai interactiv mod posibil și într-o atmosferă specială.

Pentru a oferi experiențe minunate ale clienților, trebuie respectate următoarele aspecte: Personalizarea serviciilor și a produselor oferite în funcție de nevoile și interesele clienților;

- Utilizarea abordărilor tematice (planificarea tematică a excursiilor, integrarea elementelor culturale relevante etc.);
- Fiecare detaliu trebuie planificat cu grijă și nimic nu trebuie lăsat la întâmplare;
- Includerea mai multor activități în program;
- Surprinderea clienților prin oferire de servicii de calitate pe care nu le-au așteptat. Este adesea bine așteptările să fie la un nivel relativ scăzut iar experiența oferită să le depășească;
- Includere de surprize oferite clienților sau bonusuri cu valoare adăugată. De exemplu, clienților mici li se pot oferi cadouri surpriză;

Comunicare regulată cu clienții și proactivitate

Turiștii se așteaptă la o comunicare profesională și la răspunsuri rapide din partea dezvoltatorului. Asigurarea răspuns prompt la cerințele clienților ajută la diferențierea pozitivă a serviciilor, în comparație cu concurența. Atenția la detalii este foarte importantă și clienții pot fi impresionați de furnizarea de servicii de înaltă calitate. De exemplu, dacă se oferă o varietate de activități, turiștii vor fi impresionați dacă dezvoltatorul sau personalul își amintește (sau poate vedea în baza de date) de ce fel de activități sunt interesați și ce activități au întreprins în vizitele anterioare.

Pe lângă faptul că răspundeți repede cerințelor potențialilor clienți, este foarte important să păstrați legătura cu clienții vechi pentru a crea loialitate. Clienți satisfăcuți și clienții pe care puteți păstra legătura nu numai că vor reveni, dar, de asemenea, vor recomanda produse și servicii altora. Există o varietate de moduri de a păstra legătura cu clienții: trimiterea de buletine informative, mesaje de mulțumire, felicitări în diverse ocazii. De exemplu, mesajele de felicitare pot fi trimise în zilele de sărbătoare, inclusiv fotografii și filme din activitățile de vacanță unde clientul este, de asemenea, implicat. De asemenea, este important să menținem relațiile umane cu clienții noștri. În unele cazuri, este preferabil să vă contactați clienții prin telefon pentru a obține informații mai detaliate, pentru a vă bucura de o experiență mai plăcută și pentru a vă favoriza rezervările viitoare.

Autenticitatea produsului

Autenticitatea este esențială pentru integrarea adecvată a resurselor rurale tradiționale în pachetele turistice. Experiențele autentice au o cerere crescândă în rândul turiștilor din întreaga lume. Prin autenticitate, antreprenorul va întări poziția afacerii sale pe piață.

Adaptare și actualizare continuă

Adaptarea și inovația fac ca afacerea să fie mai puternică și mai versatilă. Activitățile din turismul rural și ecoturism sunt influențate de câțiva factori greu de prevăzut, cum ar fi vremea nefavorabilă, anularea rezervărilor clienților, deteriorarea echipamentelor sau închiderea anumitor rute. În această situație, este important ca antreprenorul să poată adapta activitățile sale la noile condiții. O modalitate de adaptare este aceea de a oferi produse și activități alternative. Companiile care se bazează pe vremea favorabilă pentru a reliza activități de bază pot beneficia de o asemenea planificare prealabilă. Pentru a putea oferi cu succes programe alternative, antreprenorul trebuie să cunoască foarte bine regiunea și să aibă echipamente și personal alternativ. Unele parteneriate pot fi benefice pentru a găsi astfel de soluții alternative. Principalul beneficiu al capacității de a oferi turiștilor programe și activități alternative este generarea continuă a veniturilor. De asemenea, un client care a participat la activități alternative care au generat experiențe plăcute poate reveni în viitor pentru a participa la activitatea pentru care a venit inițial.

Inovația nu numai că ajută la îmbunătățirea competitivității afacerii, dar ajută la o mai bună cunoaștere a acesteia pe piață.

Sfaturi pentru inovare și planificare continuă:

- creșterea continuă a afacerilor într-o societate în schimbare;
- Păstrarea legăturii cu ceea ce se întâmplă în jur, și folosind cele mai bune idei ale altor companii, chiar și în diferite domenii;
- Folosirea celor mai noi tehnologii;
- Antreprenorul nu trebuie să permită lipsa unui nivel ridicat de cunoștințe într-un anumit domeniu sau lipsa de bani pentru a împiedica dezvoltarea unui concept de afaceri bun;
- Un întreprinzător nu trebuie să se teamă să facă greșeli sau să încerce lucruri noi;
- O reorientare regulată a afacerii;
- Gândirea în afara limitelor convenționale.

Reflecția preferințelor pieței în implementarea produselor

Obținerea și utilizarea informațiilor despre așteptările și preferințele clienților, precum și nivelul lor de satisfacție sunt esențiale pentru capacitatea de a îmbunătăți produsele și serviciile oferite și pentru a satisface nevoile turiștilor actuali.

Dezvoltarea de diversitate de produse și piețe

Adesea, diversitatea este cheia capacității de a desfășura activități pe tot parcursul anului. Efectuarea activităților pe tot parcursul anului este un obiectiv care merită menționat, deoarece îmbunătățește viabilitatea afacerii și permite dezvoltatorului să transforme turismul sportiv și de aventură în angajare permanentă. De asemenea, capacitatea de a oferi locuri de muncă permanente poate fi un punct forte în procesul de recrutare de personal.

Varietatea de produse poate fi dezvoltată fie prin parteneriate cu afaceri suplimentare, fie prin regândirea și schimbarea unor activități proprii. În același timp, utilizarea canalelor de marketing diversificate permite companiilor să-și mărească baza de clienți și să-și mărească veniturile.

Direcționarea către alte piețe este un alt mod de a crește diversitatea și șansele de succes în afaceri. De exemplu, o afacere în domeniul turismului sportiv și de aventură care oferă servicii persoanelor fizice poate încerca să ofere servicii companiilor prin programe de teambuilding. În același timp, utilizarea unei varietăți de canale de marketing le permite companiilor să-și mărească baza de clienți și să-și mărească veniturile.

Găsirea unor piețe de nișă și concentrarea asupra lor

Prezența unui număr mare de afaceri în domeniul turismului conduce la nevoia de specializare.

Întrebările la care antreprenorul trebuie să răspundă sunt următoarele:

- Cu ce mă diferențiez față de ceilalți?
- Cum îmi pot oferi clienților o experiență unică?
- Cum pot găsi o nișă de piață unde pot oferi produse și servicii unice și o

filosofie de afaceri care să mă distingă de ceilalți?

Pentru a găsi răspunsuri la aceste întrebări, antreprenorul trebuie:

- Să fie la curent cu ultimele tendințe din industria turismului sportiv și de aventură
- Să studieze concurenții săi pentru a înțelege ce se află pe piață și ce are succes;
- Să dezvolte un profil pe piață și să cunoască turiștii și care sunt nevoile și

așteptările acestora;

- Să înțeleagă cu ce diferă zona sa de alte destinații și prezinte aceste diferențe.

- Să utilizeze informațiile obținute astfel încât să stabilească piața de nișă și produsul

oferit prin concentrarea asupra caracteristicilor unice ale produsului sau serviciului oferit.

Inovația, flexibilitatea și integritatea autenticității sunt importante în definirea nișelor de piață. Cel mai important aspect este oferirea unui produs sau a unui serviciu de calitate. Deși oferă o gamă diversă de produse și servicii care ajută afacerea să trăiască din punct de vedere economic, este important să se evite reducerea ofertei de produse. Multe companii consideră că nu este neapărat dificil să găsești o nișă, ci mai degrabă să rămâi constant în această nișă.

Angajarea personalului potrivit și încurajarea acestuia de a învăța și de a se dezvolta continuu

Un fapt evident este faptul că cheia succesului de afaceri în domeniul turismului de aventură este recrutarea de personal adecvat, care are abilitățile și cunoștințele necesare, este plăcut și nu-și pierde entuziasmul și atenția la detalii, după efectuarea unor sarcini repetitive sau în cazul în care călătoria durează câteva zile. Personalul potrivit, bine instruit și entuziast, poate îmbogăți experiența de vacanță și nivelul de instruire poate fi îmbunătățit prin învățarea de-a lungul vieții. Menținerea personalului în procesul de învățare de-a lungul vieții nu numai că duce la o experiență sporită, ci este și un factor motivator.

Menținerea motivației personalului poate fi realizată prin crearea unui mediu de lucru interesant care poate crește valoarea unei munci. Practica în acest sens este schimbul de locuri de muncă între angajați sau schimbul de angajați între companiile partenere. În acest fel, personalul îndeplinește sarcini diferite care îi permit să se dezvolte profesional și să aibă un nivel mai ridicat de satisfacție profesională. Un alt factor motivant pentru angajați este implicarea lor în luarea deciziilor și dezvoltarea produselor. Personalul poate de asemenea să facă sugestii valoroase pentru îmbunătățirea produselor și serviciilor, deoarece are contact direct cu turiștii.

Respect, înțelegere și îngrijire a mediului

Respectul pentru mediu este o bună practică fundamentală în turismul sportiv și de aventură. Spre exemplu, este foarte important ca persoanele implicate în acest sector: să aibă capacitatea de a înțelege natura, de a proteja natura și mediul și de a oferi turiștilor informații cu privire la îngrijire și respect față de mediu.

7.3. Propuneri pentru produse noi pentru turismul sportiv și de aventură

În această secțiune a lucrării sunt prezentate propuneri de produse noi, luând în considerare resursele naturale, tradițiile și continuitatea studiate anterior într-o zonă.

Produs integrat:

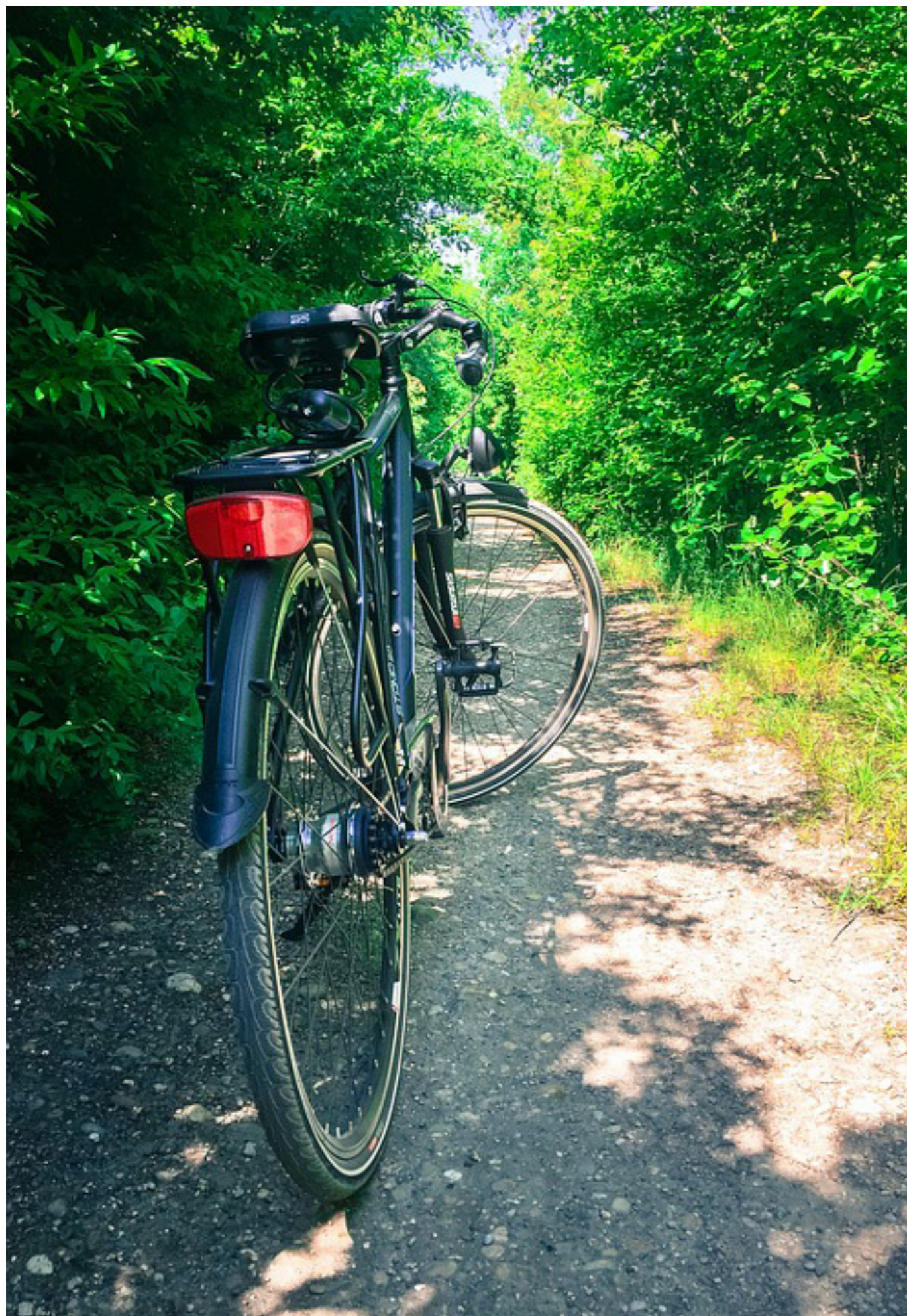
Satul scout din Shabla și Tabăra de Aventură din Constanța

Satul Scout (de cercetășie) din Shabla este proiectat pentru copiii cu vârsta cuprinsă între 8 și 16 ani din țara noastră și din străinătate. Scopul principal al unui sat de aventuri este de a instrui și de a dezvolta abilități practice și sportive și practici de turism, împreună cu dezvoltarea abilităților de conștientizare a abilităților de protecție a mediului. În timpul șederii, participanții, numiți scouti (cercetași), dobândesc abilitățile de a sta într-o tabără de corturi, de a pregăti mâncarea, a pregăti focul, a salva un prieten în necazuri, etc

Unul dintre obiectivele principale ale satului este cel educațional. Cercetașii, împreună cu activități „tipice” scout au un program de formare care include dobândirea de cunoștințe și abilități de șah, alpinism, speologie, costum de scufundări, navigație, rafting, ciclism, turism de golf și volei pe plajă. După antrenamentul teoretic, cercetașii au practicat și o parte din activitățile sportive menționate mai sus. În domeniul sportului și al aventurilor satul organizează excursii scurte cu un element de sport, conduce evenimente sportive și trimite cercetașii săi de a participa la diverse concursuri organizate în municipiul Shabla.

În acest sens, calendarul sportiv al orașului Shabla este bogat și variat. Orașul este o serie tradițională de turnee internaționale de șah, badminton, tenis de masă, volei pe plajă și multe altele. În oraș se dezvoltă cu succes clubul ” Morski sportove” (sporturi maritime), Academia de golf și Academia de baschet pentru copii; Există turnee de volei și de pescuit subacvatice regulate.

Pentru dezvoltarea acestui produs turistic este recomandat să vizitați o tabără de aventuri în județul Constanța. Tabăra de aventuri poate fi atât sportivă, cât și educativă. Tabăra va fi organizată pe grupe de vârstă, astfel încât nivelul activităților desfășurate de participanți să fie același.



Activități sportive și educative în tabăra din Constanța:

- Excursii cu bicicleta în județul Constanța. Turiștii se vor plimba pe un traseu pitoresc în județul Constanța cu biciclete de munte. Gradul de dificultate al traseului va fi în funcție de grupul de participanți;
- Cursuri de windsurfing. Copiii/adolescenții vor participa la cursuri de surfing, conduse de instructori specializați. Cursurile vor dura aproximativ 2 zile;
- Echitație în herghelia din Mangalia. Participanții vor fi transportați până la herghelia în Mangalia, unde vor face un tur și apoi vor lua lecții de echitație;
- Plimbare cu velier;
- Călătorie cu caiac în lacurile din Dobrogea sau în Marea Neagră;
- Vizite la atracțiile naturale (peșteri, Cheile Dobrogei);
- Pescuit.

În timpul fiecărei activități, vor fi realizate filme profesionale care vor fi puse la dispoziția părinților.

Resursele necesare, beneficiile și pericolele potențiale:

Principala resursă necesară este locul de cazare (hotel/pensiune), precum terenul din tabără. Având în vedere caracteristicile taberei, nu este necesar să se construiască lângă litoral, ceea ce reduce semnificativ costurile.

Ca și în pachetul turistic hotel/pensiune cu profil sportiv și aventuros, antreprenorul va trebui să intre în parteneriate cu diverși furnizori de servicii de aventură, astfel încât nu va trebui să achiziționeze echipamente pentru diferite activități sportive. Principalul avantaj al acestei abordări constă în faptul că nu este nevoie de investiții în echipament. De asemenea, se obține o mai mare flexibilitate, deoarece hotelul oferă o gamă mai largă de produse. Pe de altă parte, pericolul pe care această abordare constă este faptul că antreprenorul are mai puțin control asupra activității de la egal la egal. În același timp, este mult mai ușor să se copieze o astfel de abordare de la concurență.

Velo-Club „Ruse - Constanța” Vacanța de ciclism: Viață pe roți

Velo Club Ruse - Constanța este o organizație specializată în domeniul ciclismului. Managerii ei creează 100 de trasee unice de ciclism pentru turism și tururi de ciclism în Bulgaria și în străinătate. Toate cele 100 de rute propuse sunt atractive pentru turiști prin peisajele lor unice. Acestea sunt concepute pentru bicicliști care doresc să facă o călătorie de neuitat pe două roți.

Traseele sunt grupate pe grade de dificultate - de la ture usoare, cu 1-2 ore, până la tranziții mai lungi de la 7-8 ore. În cadrul inițiativei, o hartă cu toate cele 100 de rute a fost elaborată și publicată pentru a servi drept punct de referință pentru toți cicliștii.

În fiecare an clubul extinde lista de trasee de ciclism frumoase și interesante, atât în țară, cât și în străinătate. Iată câteva dintre cele mai atractive și inovatoare:

- Traseul de ciclism Dunăre - ca parte a "Euro Velo 6" - Svishtov, castelele romane Nove și Yatrus, valea râului Yantra, Valea Lomovete, Ruse;
- Polomie: fenomenul canoanelor din Polomie - istorie și natură;
- Cappadocia, Turcia: explorarea miracolului natural și istoric al Cappadocia cu o bicicletă, oportunitate de zbor cu balonul;
- Peninsula Lycia - excursii cu bicicleta în cadrul unui tur al Țărmlui smarald al Turciei.

În viitor, inițiativele antreprenoriale ale managerilor sunt axate pe construirea unei aplicații mobile pentru îmbunătățirea serviciului de informare al rutelor de biciclete, care va fi prezentat în bulgară, engleză și română.

Următoarea inovație antreprenorială este organizarea așa-numitelor vacanțe cu biciclete pe ruta "Vidin - Constanța". După o plimbare de aproape o săptămână cu bicicletă

pe această destinație, este planificată găzduirea iubitorilor de ciclism într-un hotel cu un profil sportiv și aventuros. În județul Constanța există multe hoteluri care au facilități pentru practicarea diferitelor activități sportive, centre spa și mulți antreprenori care oferă servicii de aventură. Cu toate acestea, a fost imposibil să fie desemnat un hotel care să se concentreze asupra activităților sportive și de aventură.

Hotelul situat în Constanța, cu un profil sportiv și aventuros, se deosebește de concurența sa, oferind un pachet integrat, inclusiv cazare și activități sportive și de aventură. Experiența oferită clienților se datorează activităților sportive și de aventură care vor varia pentru fiecare zi de ședere. Pachetul oferit clienților va conține în plus față de cazare tradițională și sporturi zilnice și activități de aventură.

Exemplu de activități în cadrul unei șederi de șapte zile:

- **Ziua 1:** excursie cu caiac în Marea Neagră. O posibilă rută pentru această zi este transportul auto către Bulgaria, de unde veți merge cu caiacele. Traseul va fi între Tyulenovo și Cap Kaliakra și va include o vizită la pesterile stâncoase, accesibile numai pe apă. În timpul acestei călătorii, se va efectua scufundări ușoare (snorkeling)

- **Ziua 2:** Ciclism în județul Constanța. Turiștii vor face un traseu pitoresc în județul Constanța cu biciclete de munte. Gradul de dificultate al traseului va fi în funcție de grupul de participanți.

- **Ziua 3:** Organizare de scufundări în Marea Neagră (scuba diving). Turiștii vor fi transportați la locul de scufundări, vor fi instruiți, vor primi echipamentul după o scufundare cu un instructor de specialitate.

- **Ziua 4:** Organizare de joc de paintball. Turiștii vor fi transportați la câmpul de paintball, instruiți, echipați, apoi paintball-ul va începe în conformitate cu regulile prestabilite. În funcție de grup și de zi, puteți organiza un joc de stykball în loc de paintball.

- **Ziua 5:** Cursuri de windsurfing. Turiștii vor fi introduși în secretele windsurfing-ului de către instructori specializați.

- **Ziua 6:** Echitație în herghelia din Mangalia. Participanții vor fi transportați până la herghelia în Mangalia, unde vor face un tur și apoi plimbare cu cai de curse pur sânge ;

- **Ziua 7:** Schi nautic și parasailing. În acea zi, turiștii vor fi transportați în locuri unde pot practica schi nautic și parasailing.

Activitățile de mai sus sunt exemplificatoare. În funcție de grupul de turiști sau de condițiile meteorologice, programele pot fi făcute pentru a include și alte activități, cum ar fi tenis, squash, karting, fotografiere, tragere cu arcul, saritură cu parașută, navigație cu velier, plimbări cu auto 4x4 pe o rută off-road, vizite la repere naturale (peșteri, Cheile Dobrogei) sau pescuit.

În timpul fiecărei activități se vor realiza filmări profesionale, iar la sfârșitul zilei, hotelul va vedea cele mai interesante momente ale zilei. De asemenea, la sfârșitul sezonului, fiecărui turist îi va fi trimis un colaj de film, pe care îl descrie în timpul diferitelor activități sportive și de aventură.

Resursele necesare, beneficiile și pericolele potențiale:

Principala resursă necesară este hotelul sau pensiunea. El/ea poate fi construit/ă sau achiziționat/reconstruit (ă). Pentru a îmbunătăți autenticitatea produsului, este necesar ca hotelul/pensiunea să fie decorat/ă cu diverse instrumente specifice sportului practicat, precum și cu imagini specifice județului Constanța și activitățile desfășurate. Dezvoltatorul trebuie să încheie parteneriate cu diverși furnizori de servicii de aventură, ceea ce nu implică achiziționarea de echipamente diferite în scopul practicării activităților sportive. Principalul avantaj al acestei abordări constă în faptul că nu este nevoie de a se investi în echipament. De asemenea, se obține o mai mare flexibilitate, deoarece hotelul oferă o gamă mai largă de produse. Pe de altă parte, pericolul pe care îl ascunde această abordare este că antreprenorul are mai puțin control asupra activității afiliate. De asemenea, este mult mai ușor să se copieze abordarea similară de la concurența.

Echitație pentru copii cu nevoi speciale în Dobrich și o vizită la parcul tematic din Constanța

Astăzi caii din Dobrogea, în plus de faptul ca sunt o parte din tradițiile vii bulgare, reprezintă și oportunitatea de a dezvolta turismul de reacție și de recuperare, deosebit de util pentru copii și adulți cu nevoi speciale. Faptul că animalele pot avea un impact pozitiv asupra sănătății umane nu este în niciun caz o noutate. Încă din secolul al V-lea Hippocrates a vorbit despre beneficiile cailor și echitația de recuperare. În scrierile sale, el observă chiar că, în plus față de efectul generalizat al călătoriei, se observă și un efect psihologic.

Fondator al tratamentului cu ajutorul cailor, cunoscut sub numele de Hipoterapia, este un medic francez și psiholog J. Laperi. El a folosit această metodă pentru a ajuta pe bolnavi să obțină independență motorie și mentală în viitor pentru a depăși singuri problemele în dezvoltarea lor. De asemenea, permite copiilor și adulților să se ocupe de astfel de boli grave cum ar fi paralizia cerebrală, poliomielita, sentimentele de auz, pierderea auzului sau a vederii, scleroza, distrofia musculară, schizofrenia, epilepsia, autismul. Tratarea prin cai contribuie, de asemenea, la întârzierea mintală, diverse tulburări de adaptare socială și probleme de comportament, nevroze, psihoze și dezvoltarea psihică.

Hipoterapia stimulează dezvoltarea valorii de sine și a puterii atunci când un pacient cu capacitate fizică limitată este eliberat dintr-un scaun cu roțile sau cârje și se mișcă pe spatele unui animal puternic pe care îl controlează singur. Calul este cel mai potrivit animal pentru a crește stima de sine a oamenilor și pentru a depăși stările depresive. Hipoterapia ajută, de asemenea, la dezvoltarea memoriei, atenției, gândirii. Nevoia de concentrare constantă a atenției în timpul călătoriei, mobilizarea maximă și auto-organizarea stimulează procesele mentale.

De la sfârșitul anilor '50, hipoterapia și-a început procesiunea triumfătoare în întreaga lume, iar în zilele noastre mai mult de 45 de țări din Europa și America de Nord au creat centre de echitație terapeutice. În Olanda, Suedia și Regatul Unit, această metodă se află sub patronajul familiilor regale. În Bulgaria, tratamentul prin echitație la copii are loc, dar foarte limitat. Nu există centre specializate de tratament, de sport și divertisment pentru copiii cu nevoi speciale.

În acest sens, "Echitația pentru copii cu nevoi speciale în Dobrich" este un produs inovativ nu numai pe teritoriul orașului Dobrich, dar și pentru țara noastră ca întreg. Acesta ar fi implementat cu succes cu ajutorul programelor sociale municipale, al organizațiilor internaționale de donatori și a instituțiilor recunoscute la nivel global.

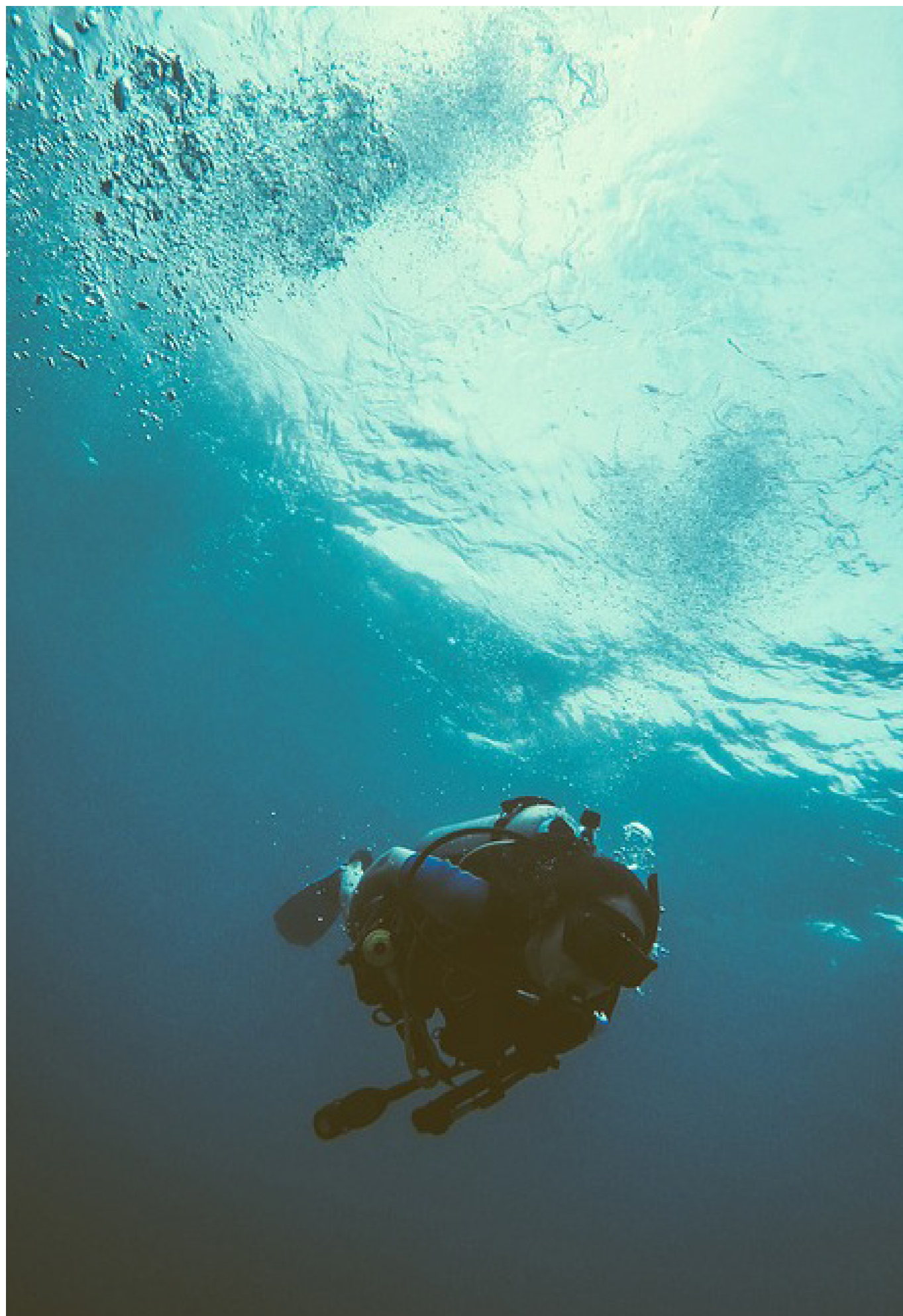
Pentru dezvoltarea acestui produs turistic se propune vizitarea copiilor și rudelor lor, prietenilor, apropiaților într-un parc de aventuri tematic din România. În județul Constanța există un singur parc de aventuri situat în stațiunea Neptun. Pentru a răspunde cererii existente, se poate deschide un nou parc de aventuri, dar cu caracter tematic.

Având în vedere locația acestui parc pe malul mării și luând în considerare activitățile desfășurate, tema cea mai potrivită pentru acest parc va fi cea a piraților. Elementul central al parcului va fi o navă de pirați pe care pot fi găsite diferite comori. Această navă va fi un punct comun pentru majoritatea rutelor din parc. Fiecare turist va primi un element distinctiv atunci când ajunge la nava de pirați.

Resursele necesare, beneficiile și pericolele potențiale:

Cea mai importantă resursă este terenul pentru parcul de aventuri. Ar trebui să aibă o dimensiune suficientă pentru a se adapta diferitelor rute și pentru a oferi experiențe plăcute turiștilor. De asemenea, terenul ar trebui să aibă o suprafață cu copaci suficient de mare pentru a se potrivi elementelor caracteristice traseelor de aventură. Acest teren poate fi achiziționat, închiriat sau primit ca urmare a unei concesiuni. Cea de-a doua categorie de resurse necesare sunt elementele specifice traseului, precum și echipamentele sportive. Acestea vor trebui să fie cumpărate. O caracteristică importantă este faptul că parcul tematic să fie adaptat pentru utilizarea de către copiii cu nevoi speciale.

Principalul avantaj al unui astfel de parc este că nu există încă o concurență puternică



în acest segment. De asemenea, caracterul tematic îi va conferi o trăsătură distinctivă. Potențiale pericole sunt apariția de noi parcuri de acest tip sau concurența cu produse de aventură care pot fi înlocuitori.

Wasserwelt

Wasserwelt este o organizație care oferă o atracție inovatoare pentru piața turistică bulgară. Are un scop ambițios de a rupe oferta turistică tradițională în lunile calde de vară, oferind turiștilor bulgari și străini un număr de rute subacvatice specializate. Aventurierii vor avea șansa de a privi mai aproape de adâncurile Mării Negre, ascunzând comori din trecut.

Prin natura lor, traseele rezează destinații de scufundări și provocări aventuroase. Acestea sunt patru la număr și sunt concepute pentru fanii diving-ului începători și avansați. Unul dintre traseele subacvatice include scufundări în recife artificiale și naufragii comerciale care s-au scufundat în ultimii 100 de ani, aflându-se la o adâncime de 30 de metri sub nivelul mării.

Pentru fanii sporturilor subacvatice, a fost dezvoltată o altă destinație atractivă, incluzând drumurile comerciale antice scufundate. Ideea este de a fi arătate vechile porturi subacvatice. Traseul include porturile vechi și rămășițele inundate de cetăți din apropierea Kaliakra și Balchik.

Cea de-a treia rută este destinată începătorilor în aventurile de scufundări. Scopul ei este de a “aprinde” turiștii de pe litoralul bulgaresc, unde există multe locuri frumoase. Iubitorii vizitează și fac primele încercări de provocări în scufundări în Tyulenovo, Kamen Bryag, Kaliakra și Rusalka - unele dintre cele mai frumoase locații subacvatice din lume.

Cea de-a patra rută este denumită “ruta terestră”. Are scopul de a cunoaște turiștii - iubitorii de excursii de patrimoniu natural de-a lungul litoralului țării noastre. Acest traseu este destinat persoanelor care nu se pot scufunda, dar sunt interesate de arheologie subacvatică. Pentru ei, traseul pe uscat include vizite la muzeele din orașele de pe litoral unde sunt expuse artefacte din diferite epoci istorice. Astfel de artefacte sunt prezentate, de exemplu, în orașele Balchik, Dobrich și Varna.

Art Extreme Fest Balchik

Art Extreme Fest Balchik este un element al unei strategii de promovare a municipiului Balchik ca o destinație pentru experiențe de neuitat prin realizarea de evenimente în domeniul sporturilor extreme și a turismului de aventură, în căutarea unui efect social și media ridicat. Scopul acestui proiect este extinderea și diversificarea sezonului turistic oferind turiștilor o varietate de aventuri cum ar fi yachting, pescuit subacvatic, plimbări cu barca în larg și alte experiențe extreme.

O trăsătură distinctivă a evenimentului este o abordare inovatoare care va aduce punctele de contact și contrapunctele dintre experiențele de aventură și arta în diferitele sale manifestări. Participanții vor fi implicați activ în diferite grupuri tematice și vor participa direct la demonstrații tehnice, jocuri de team building și instalații de artă în aer liber.

Oaspeții acestui festival se pot bucura de experiențe extreme în Balchik în timp ce ating practic vopselele, piatra, sticla, lutul și lemnul, creând ceva din fantezie sau impuls sub supravegherea și consilierea creatoare a artiștilor și aplicatorilor profesioniști. Sunt organizate în timpul festivalului plinuri pentru artiști, fotografi, aplicatori și pasionați, precum și elevii din diferite sfere ale artelor fine și aplicate. De asemenea, se intenționează organizarea de întâlniri cu jurnaliștii, unele atracții gratuite pentru localnici și captarea de imagini video și video în condiții extreme.

Pentru dezvoltarea acestui produs turistic există și un “pachet integrat de croazieră pe Dunare, ciclism și picnic”. Pachetul include o excursie cu barca de-a lungul Dunării, într-o zonă care separă județul Constanța de Călărași și Giurgiu, închirierea de biciclete de munte, precum și luarea mesei în aer liber (picnic) într-un loc special amenajat. În acest pachet,

ciclismul poate fi înlocuit de mersul pe jos.

Resursele necesare, beneficiile și pericolele potențiale:

Resursele necesare sunt o navă de croazieră, bicicletele pe care turiștii se vor plimba, precum și autovehiculul cu care turiștii vor va fi transportați de la locul întâlnirii la locul de recepție a bicicletelor. Principalul avantaj al acestui pachet este costul scăzut al investiției inițiale. De fapt, dezvoltatorul nu ar trebui să investească în achiziționarea de echipamente, deoarece poate să încheie parteneriate și să închirieze echipamentul în cauză. De asemenea, este important să existe o colaborare cu locurile de cazare din județul Constanța pentru a populariza acest pachet în rândul turiștilor.

Tema 8. Practici bune pentru turismul sportiv și de aventură în Europa

În această temă:

- Vom prezenta practicile din Europa, cu accent pe inovație și creativitate.
- Vom prezenta sport și aventuri care sunt puțin cunoscute pe așa-numita piață de turism de masă.
- Vom populariza Muntele Rodopi ca o destinație de aventură și de recuperare de neuitat.

8.1. Wing Suit: o nouă provocare

Basejumping-ul și zborul wing suit nu s-au dezvoltat suficient atât în Bulgaria, cât și în multe alte părți ale lumii. Această situație s-ar putea schimba investind resurse în acest sport inovator, care adună tot mai mulți fani din întreaga lume. Condițiile climatice favorabile din jurul Balchik, Albena, Kamen Briag și alte locuri frumoase de-a lungul coastei nordice a Mării Negre fac posibil ca această inițiativă să devină o realitate în viitor.

Nu există o caracteristică mai luminoasă a spiritului liber decât căutarea zborului. Dorința a homosapiens să zboare ar putea să-l urmeze chiar înainte să învețe să meargă drept. Există, de asemenea, multe încercări în această direcție, majoritatea tragice. Până în prezent, parașutismul s-a apropiat cel mai mult de noțiunile de zbor liber.

Recent, popularitatea a început să ridice pentru unul dintre tipurile de sărituri de parașută - base jumping. Base jumpingul reprezintă toate săriturile de parașută efectuate de pe corpuri staționare - poduri, clădiri, stânci etc. Basejumping-ul, precum și salturile tradiționale dintr-un avion, este de două tipuri. Unul este o cădere liberă, iar celalalt este probabil cea mai recentă inovație în încercările omului de a zbura - zborul wing suit.

Primele încercări cu asemenea costume -aripi (wing suit) au fost făcute în anii 30, iar costumele au fost făcute din materiale precum lemn, mătase și prelată. Din păcate, sărindu-se cu ele nu a fost cel mai de succes, din cele 75 de teste de test, 72 au murit în timpul săriturilor. Tatăl săriturilor wing suit contemporane este considerat de extremistul irlandez Patrick de Gaylardon. Patrick avea nevoie de sute de ore în tunelul de aer înainte de a regla costumele pentru sărituri reale.

De-a lungul anilor, costumele -wing suit au fost întotdeauna perfecționate, cu scopul de a evita pericolele pe timpul săriturii și de a obține o aterizare fără parașută. În astfel de costume, adepții acestui tip de sărituri sunt foarte asemănători cu veveritele zburătoare. Nu este întâmplător faptul că unii numesc echipamentul "costum de veveriță zburătoare". Costumele sunt formate din trei aripi. Două dintre ele se extind de la încheieturi până la șolduri, acoperind spațiul subbrațului. A treia aripă se află între picioare. Fiecare dintre aripi



este făcută din material de parașuti care formează celule mici.

În timpul zborului, vântul umple aceste celule și acestea se întăresc. Aripile devin aerodinamice datorită formei sale - airfoil. Airfoil reprezintă un profil al unui corp care curge prin aer. Un profil similar au aripele de avion. Limita de cădere liberă variază între 180 și 225 km/h, în timp ce un astfel de costum limitează viteza la 40-95 km/h. Permite utilizatorului să parcurgă distanțe orizontale mai lungi

Primul record mondial pe cele mai lungi distanțe parcurse este stabilit după o saritură de la un avion și are o lungime de aproape 7 km. Costumul Wing permite pilotului să manipuleze forma costumului astfel încât să ridice, să încetinească sau să accelereze viteza, precum și să controleze traiectoria de zbor. Aceste caracteristici ale zborului se pot schimba atunci când pilotul micșorează sau curbează umerii săi sub forma unui arc, schimbă poziția corpului, coapsele și genunchii, precum și prin schimbarea unghiului față de vânt.

În plus față de aceste costume, este imperativă folosirea unei parașute pentru sarituri de la un avion sau baze jumping, deoarece persoanele care au testat acest tip de zbor nu au realizat aterizări sigure. Jeb Corliss, un sportiv englez, este probabil cel mai mare entuziast care încearcă să depășească necesitatea unei parașute, atât de necesară pentru o aterizare sigură. De câțiva ani, el a experimentat cu astfel de costume, crezând că în curând va putea ateriza în mod normal numai cu ajutorul unui costum-aripă.

8.2. Sport Ecvestru: tradiții și modernitate

Sportul ecvestru are tradiții vechi de secole pe teritoriile bulgare, inclusiv în Dobrogea. Cu mai mult de 100 de ani în urmă, a fost stabilită aici una dintre cele mai vechi herghelii din țara noastră. Excursiile ecvestre până la cele mai pitorești colțuri ale naturii din Dobrogea care au păstrat frumusețea lor sălbatică, sunt un mod posibil astăzi pentru dezvoltarea turismului în orașele mai mici și în unele sate din ce în ce mai depopulate din Dobrogea.

Pentru multe sporturi, se poate spune când este începutul lor, dar pentru sportul ecvestru este imposibil. A apărut în urmă cu milenii în viața omului vechi ca mijloc de existență, un motor de dezvoltare pe drumul către civilizație. Sportul ecvestru este astăzi o industrie foarte scumpă și nu este accesibilă oricui dorește să se plimbe. În același timp, toate țările își păstrează cu grijă tradițiile istorice de cai. Evenimentele militare cu care se laudă un popor sau altul în istoria sa, sunt întotdeauna legate de cal.

Turismul ecvestru este pentru persoanele care au nevoie de senzații noi și puternice.. Călăria în natură este o pasiune care aduce emoții pozitive fără egal, un miros de libertate, fericire și visele de copii devenite realitate. Acesta este modul în care vă puteți amesteca complet cu natura și vă dedicați unei experiențe netrăite până acum. Călăria oferă o oportunitate minunată de a combina exercițiile fizice cu o legătură plăcută cu natura și un contact unic cu calul. Călăria, precum și lucrul cu caii, pot fi nu numai un hobby frumos, ci și un sport, și un mod de viață.

În concluzie, sportul ecvestru este singurul sport olimpic în care nu există o diviziune de gen - bărbații și femeile concurează împreună în competiție directă. Singurul sport olimpic în care oamenii și animalele concurează împreună. Singurul sport olimpic în care 2 forțe și 2 minți se alătură în 1 pentru a câștiga. Sportul ecvestru necesită stabilirea și menținerea contactului cu animalele.

Dezvoltarea sportului ecvestru mai necesită, de asemenea, ca instituțiile de asistență medicală, educațională, științifică și culturală să fie consolidate de un sistem funcțional unificat pentru a-și spori impactul echilibrat asupra tuturor categoriilor de populație și pentru a schimba modelul modern al unui stil de viață sănătos în sensul cel mai larg un concept, adică ca o bunăstare fizică, mentală și socială completă.

8.3. Turism de aventură și sportiv - de recuperare în ținuturile Orfeului.

Turismul de aventură este una dintre cele mai mari oportunități pentru dezvoltarea turismului durabil în industria turistică din Bulgaria. Potrivit unui studiu al Adventure Travel and Trade Association (ATTA), țara noastră este pe locul trei în potențial în industria turismului de aventură la nivel global în țările în curs de dezvoltare după Cehia și Slovacia.

Un rol important pentru această distincție înaltă și recunoașterea mondială sunt resursele și oportunitățile pentru turismul de aventură din Munții Rodopi. Prin urmare, acest ultim exemplu prezintă unele dintre cele mai populare locuri de sport și de aventură din pământul lui Orfeu. Este un bun exemplu în care arhitectura, sport, aventură și sănătate pot fi în armonie, în conformitate cu bogăția uriașă a resurselor naturale ale țării noastre.

Muntele Rodopi este un loc ideal pentru turismul activ și sportiv. Alpinism, intrare în peștera, călărie, ciclism montan, trekking, off-road - zona oferă o oportunitate excelentă pentru aventură - în funcție de pregătire și posibilități. Pentru entuziaștii de ciclism, ruta europeană de ciclism "Calea Cortinei de Fier" trece prin teritoriul regiunii Rodopi și mai precis traseul trece prin orașul Dospat și satele Zmeitsa, Borino și Beden, apoi merge în satul Shiroka Luka.

Regiunea Rodopi este, de asemenea, potrivită pentru familiile cu copii - multe trasee montane oferă posibilitatea de mișcare și de sport. La barajele Kamak Dospat și Tsankov, turiștii pot face o excursie cu barca, pot să pescuiească sau se pot bucura de apusul soarelui. În apropierea barajului Dospat se poate sta cu cortul și se pot obține experiențe și aventuri incitante. În orașele Devin și Trigrad există o "vacanță pe cal" - instructorii ecvestre bine pregătiți din regiune fac programul turistic de neuitat.

Turiștii iubitori pot savura peștera Haramiiska - o experiență cu adevărat tare. O astfel de experiență este oferită de peșterile luminate și înnobilate, cum ar fi Gâtul Diavolului și Peștera Yagodinska. Aproape de orașul Devin se află traseul ecologic "Struilitsa - Kaleto - Lakata", care sugerează să fie vizitată frumoasa cascadă Samodivsko praskalo sau să se realizeze o experiență turistică de aer pur pe jos sau cu bicicleta. Pe rampa Orlovo oko și în zona Valchi Kamak se deschid priveliști panoramice uimitoare ale întregului Rodopi.

Lacurile din Smolyan sunt la următoarea destinație pentru turismul de ciclism și mersul pe jos în Rodopi. Acestea sunt situate pe versantul stâng al văii râului Cherna și la nord sub stâncile lui Orfeu și vârful Snezhanka (1926 m d.n.m.) în Rodopi. Lacurile sunt împrăștiate peste tot în vale, de la stâncile lui Orfeu până la Smolyan. În trecut, lacurile au fost aproximativ 20 la număr, dar astăzi bine formate sunt 7, iar celelalte s-au transformat în mlaștini. În primăvara și toamna în locul unora dintre aceste mlaștini apar din nou mici lacuri. Altele sunt transformate în bazine piscicole. Primul lac la capătul Smolyanului, pe partea stângă a drumului spre Pamporovo și Plovdiv - Kerynoviqț ghiol (cunoscut și ca Platenoto). La capătul inferior, este barat artificial și în acest mod s-a format unul dintre cele mai mari lacuri. Chiar sub el este un alt lac mai mic - Milusheviyat ghiol.

Băile minerale Ognyanovski sunt o stațiune balneară situată în Rodopi de Vest, în apropierea satului Ognyanovo (la 1 km sud de municipiul Garmen), la 10 km de orașul Gotse Delchev. Această stațiune este un loc pentru turismul sportiv-de recuperare și de recreere. A atras oamenii din antichitate. Dovezi despre aceasta sunt rămășițele unei cetăți romane antice. Un monument istoric extrem de valoros este ruinele orașului roman Nicopolis ad Nestum (secolul al IV-lea d.Hr.), aflate la numai 15 minute cu mașina de băile minerale Ognyanovski. O altă atracție istoric-culturală este satul-muzeu Kovachevitsa. El păstrează arhitectura specifică a Rhodopei din epoca Renașterii bulgare. Băile minerale Ognyanovski sunt o stațiune cu un microclimat particular asociat cu înflorirea plantelor naturale de salcâm și a curenților de aer locali din valea râului Kanina. Are 24 izvoare termale cu o temperatură a apei de 39-40° C. Stațiunea are 2 habitate principale: 2 localități din regiunea așa-numitelor băi urbane (1,5 km nord de satul Ognyanovo) și în jurul lui Ognyanovo - 17 izvoare, cel mai fierbinte de 42.5° C și 42°C

Iubitorii de turism extrem și căutătorii de senzații tari ar trebui să se angajeze în

aventura lui Garga dere. Una dintre încercările de acolo este un drum metalic lung de 140 de metri construit cu trepte de fier în stâncă. Iată o altă experiență extremă - căruciorul alpin, care este o tiroliană între cele două maluri ale râului Esenna, la o înălțime de 20 m deasupra suprafeței apei.

Zona vlei superioare a râului Arda, următoarea oprire de aventură din Munții Rodopi, este o destinație atrăgătoare pentru drumeții, pentru o vizită la peșteri bine dezvoltate și nealterate. În apropiere se află Agushevi Konatsi, peștera de trecere a lui Kaleto și ruinele cetății cu același nume. În zonă există 23 de peșteri carstice, dintre care cele mai renumite sunt: Uhlovitsa, Borikovska, Nadarska, Tipitseto și sistemul de peșteri Golubovitsa.

8.4. Alte exemple din Europa

Forte Village Resort

Forte Village Resort este un complex de stațiune situat în Sardinia. Forte Village Resort a fost numit World Travel Awards de către World Travel Awards pentru câștigarea premiului Best Sports Resort pentru Europa în 2017 [17]. Stațiunea a fost înființată în 1970 de către Charles Forte. Complexul este compus din 7 hoteluri cu un total de 771 de camere, precum și facilități de divertisment și săli de conferințe. Are aproximativ 22 de hectare de grădini și un centru spa cu 20 săli de tratament. Forte Village Resort are și 21 de restaurante și 14 baruri.

Stațiunea găzduiește anual un concurs internațional de triatlon, precum și un turneu de tenis ITF. În stațiune se organizează și academii sportive: fotbal (clubul Chelsea), tenis, ciclism, rugby, baschet, box, șah, hochei, tenis de masă, înot, karting sau dans. În cadrul acestor academii, cursurile sunt prezentate de fosti sportivi faimoși. Printre antrenorii academiei de fotbal se numără Carlo Cudicini, Frank Wise sau Torre Andre Flo. În academia de tenis, prelegerile sunt oferite de celebrități precum Ilias Nastase, Dominique Herbat, Magnus Larsson sau Karel Novacek. Pe lângă sporturile pentru care sunt organizate academii, se pot practica următoarele sporturi: golf, scufundări, canotaj și windsurfing.

La Manga Club Resort

La Manga este o stațiune sportivă și de divertisment situată în Murcia, Spania, lângă Parcul Natural Calblanque și laguna Mar Menor. Complexul este construit pe o suprafață de 560 de hectare și include un hotel de 5 stele, un hotel de apartamente de 4 stele, 3 terenuri de golf, 28 terenuri de tenis, 8 terenuri de fotbal cu o mărime certificată conform standardelor FIFA și un centru de wellness cu o suprafață de 2000 de metri pătrați. Manga Club Resort are academii pentru următoarele sporturi: golf, tenis, fotbal, rugby, triatlon, cricket și ciclism. Turneele săptămânale sunt organizate în academia de tenis, iar evenimente sportive internaționale cum ar fi Cupa Davis sau Cupa Fed sunt organizate în mod regulat pe terenuri.

Gleneagles Hotel

Hotelul Gleneagles este un hotel de lux situat în Scoția. Este renumit pentru cursurile de golf de înaltă calitate. Primul teren de golf din Gleneagles a fost deschis în 1919 și a găzduit numeroase concursuri internaționale. Gleneagles a fost numit cea mai bună stațiune de golf din lume de către revista Ultratravel. În afară de golful din Gleneagles, se practică și alte activități sportive și de aventură: shooting sportiv și vânatoare, tenis, călărie, conducere off-road, șoaptă, ciclism, tragere cu arcul și pescuit.

Bibliografie:

Cărți și articole:

- Vasileva, V. (2007). Tipuri de turism alternativ, rev. "Probleme de geografie", cart. 1 - 2, BAS, Sofia.
- Dinev P., S. Tomova. (2006). "Sport și recreere", ed. Știință și economie, Varna
- Marinov, M. (2008). Gestionarea dezvoltării durabile a destinației turistice Varna, Phil OOD, Varna.
- Mihailov, M. (2012). Abordări strategice pentru dezvoltarea turismului cultural. NACID, Sofia.
- Ribov, M. (2003). Turismul în epoca calității, Tracia - M, Sofia.
- Stamatov, S. (2009). Tipuri de turism specializate, BNU, Sofia.
- Stamo S., Y. Alexieva (2003). Tipuri specializate de turism - Partea I " , KOTA, Stara Zagora.
- Belnap, J. (2015). Choosing indicators of natural resource condition: A case study in Arches National Park, Utah, USA. Environmental Management 22, pp. 635–642.
- Campbell, M. (2009). "Ecotourism in Rural Developing Communities." Annals of Tourism Research (26)3, pp. 534-544.
- Hinch T., J. Highbam, (2004). Sport tourism development", NY.
- Hudson, S., (2003). Sport and adventure tourism", NY.
- Hinch, T. and Higham, J. Sport Tourism Development. Bristol: Channel View Publications. 2011.
- Haywood, L., Kew, F., Bramham, P., Spink, J., Capenerhurst, J., and I. Henry. (1995). Understanding leisure. (2nd ed.). Cheltenham, UK: Stanley Thornes.
- Gammon, Sean; Robinson, Tom (2003). "Sport and Tourism: A Conceptual Framework". Journal of Sport Tourism. 8 (1): 21–26.
- Gibson, Heather J. (1 April 1998). "Active Sport Tourism: Who Participates?". Leisure Studies. 17 (2): 155–170.
- Hudson, Simon. Sport and adventure tourism, Haworth Hospitality Press, Binghampton, 2003
- Adventure Travel Trade Association (July 2014), AdventurePulse: USA Adventure Traveler Profiles, Seattle.
- Nepal Tourism Board (2012) (online), available at: <http://welcomenepal.com/promotional/faq/>
- Arnette, A. (2014), 'Everest 2014: The Cost to Climb Everest', The Blog on alanarnette.com, 06-01-2014 (online), available at: www.alanar-nette.com/blog/2014/01/06/everest-2014-the-cost-to-climb-everest/
- Adventure Travel Trade Association (2013), Industry Snapshot 2013, Seattle.
- Yiannakis, A. & Gibson, H. (1992). Roles Tourist Play. Annals of Tourism Research, 19, 287 -303.
- Higham, J., Hinch, T., (2009), Sport and Tourism: Globalization, Mobility and Identity, Elsevier, Oxford.
- Gibson, H. (1998). Active sport tourism: who participates?, Leisure Studies 17(2):155-170.
- Adventure Travel Trade Association (2014), Industry Snapshot 2014, ATTA
- Adventure Travel Trade Association (2013), Adventure Tourism Market Study 2013, ATTA.
- Weed, M. and Bull, C. Sports Tourism; Participants, Policy and Providers. Oxford: Elsevier. 2004. (online), available at: <http://files.adventuretravel.biz>.

Documente oficiale:

- Legea turismului, în vigoare din 01.10.2002 Prom. MO. Nr. 56 din 7 iunie 2002
- Strategia Națională pentru Dezvoltarea Durabilă a Turismului în Bulgaria 2008-2013.
- Strategia Națională pentru Dezvoltarea Educației Fizice și Sportului în Republica Bulgaria 2012 - 202.
- Strategia națională pentru dezvoltare regională a Republicii Bulgaria 2014-2020
- Conceptul Național de Dezvoltare Teritorială a Republicii Bulgaria 2014-2020.

- Planul regional de dezvoltare pentru Regiunea centrală de nord 2014-2020;
- Evaluare intermediară pentru implementarea Strategiei Regionale de Dezvoltare a Districtului Silistra pentru perioada 2014-2020;
- Document actualizat pentru implementarea Strategiei Regionale de Dezvoltare a Districtului Dobrich pentru perioada 2014-2020;
- Planuri municipale pentru dezvoltarea municipiilor din raionul Rousse 2014-2020;
- Strategia UE pentru dezvoltarea regiunii Dunării.

Surse informaționale:

- <http://www.unesco.org/programm>;
- <http://www.unesco.org/reports>;
- <http://www.world-tourism.org>;
- <http://www.un.org/conferation>;
- <http://www.culture-tourism>.

Link-uri utile pentru dezvoltarea turismului cultural:

- <http://www.100obekta.com> – site pentru cele 100 obiecte turistice naționale;
- <http://www.georgige.wordpress.com> – blog personal pentru turism al lui Georgi Georgiev;
- <http://www.pohodi.com> – site pentru informații turistice al lui Stefan Dinov;
- <http://www.strannik.bg> – site de turism și rute;
- <http://zabelejitelnosti.info> – site cu descriere multor locuri turistice din Bulgaria;
- <http://www.strandja.bg> – site-ul parcului natural "Strandzha";
- <http://kostenets-tourism.com> – turism în municipiul Kostenets;
- <http://www.apriltsi.org> – turism în Apriltsi;
- <http://www.bgnasledstvo.org> – patrimoniul Bulgariei;
- <http://www.ekopateki.eu> – eco-trasee și rute turistice;
- <http://www.sunshine.bg> – blog pentru călători al lui Adriana Vasilkova;
- <http://www.waterfallsbg.info> – cascade în Bulgaria;
- <http://otbivki.com> – blog pentru descoperiri și călătorii lui Ivan și Elina;
- <http://www.dryanovo.com> – turism în Driyanovo;
- <http://www.forgottenbulgaria.com> – ghidul Bulgariei uitate;
- <http://www.narazhodka.com> – ghid turistic;
- <http://www.planinite.info> – obiecte turistice naturale;
- <http://bulgariatravel.org> – portal informațional de turism;
- <http://www.andrey-andreev.com> – site-ul lui Andrei Andreev pentru turism și fotografie
- <http://www.razhodka.com> – idei pentru plimbări și turism.



Asociația “Institutul pentru Promovarea Turismului și Economie Aplicată”

Adresa: Constanța, Bd-ul Alexandru Lăpușneanu nr. 104

bloc TS15II, parter.

Contact: BOBE Daniela

Telefon: +40 760 660 570

Programul INTERREG V-A România - Bulgaria este cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul European de Dezvoltare Regională

Titlul proiectului: LAB Mobile

“Servicii și inițiative comune pentru angajare durabilă și mobilitate a
forței de muncă în aria transfrontalieră din districtul
Dobrich și județul Constanța”

Acronim: LAB Mobile

Proiect 16.4.2.026/2017, Cod eMS: ROBG 158

Editorul materialului: “Asociația Institutul pentru
Promovarea Turismului și Economie Aplicată”

Data publicării: Februarie 2019

Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene.