

ТУРИЗМИНИ

Брой 12, април, 2024 г.

СЪС СЪДЕЙСТВИЕТО НА:



VARNA®
TOURISM COMPANY
ВАРНЕНСКА ТУРИСТИЧЕСКА КОМПАНИЯ



VARNA®
CHAMBER OF TOURISM
ВАРНЕНСКА ТУРИСТИЧЕСКА КАМАРА



БАСЕТ

1 АПРИЛ - МЕЖДУНАРОДЕН ДЕН НА ПТИЦИТЕ

На 1 април отбелязваме Международния ден на птиците. Решението за обявяването му за специална дата е прието на 6 декември 1906 г. по силата на Конвенцията за защита на редките птици. Това е една от първите природозащитни дати в международния календар от глобални събития, чрез която хората заявяват своята загриженост за опазването и съхранението на дивата природа на планетата ни.

През 2021 г. Българското дружество за защита на птиците (БДЗП) оповестява резултати от проведено проучване, което доказва връзката между контакта с птиците и подобреното благосъстояние и усещане на щастие у хората.

Проучването, проведено от Немския център за интегративни изследвания на биологичното разнообразие, е публикувано в Ecological Economics и е фокусирано върху европейските жители. Резултатите от него установяват, че щастието корелира със специфичен брой видове птици.

Според изследването най-щастливите европейци са тези, в ежедневието на които присъстват многобройни видове птици или които живеят в почти естествена среда, обитавана от най-различни пернати видове. Авторите на статията изчисляват, че наличието на около 14 допълнителни вида птици осигурява удовлетворение колкото и печеленето на допълнителни 150 долара на месец.

За изследването учените използват данни от „Европейското проучване на качеството на живот“ от 2012 г., за да изследват връзката между видовото разнообразие около

домовете, градовете и населените места и как то е свързано с чувството за удовлетворение у хората. Анкетирани са над 26 000 души от 23 европейски страни.

Птичите песни засилват положителното преживяване от разходка сред природата. Интуитивно усещаме чрез тях спокойствието на здравата екосистема и се възстановява вярата ни в естествения ред на света. В САЩ наблюдението на птици се превърна в по-често срещано и достъпно хоби по време на пандемията.

**Източници: National Geographic
БДЗП**



ДЕЙНОСТИ В КАТЕДРА "ИКОНОМИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ НА ТУРИЗМА"

На 21.03.2024 г. бе проведен еднодневен пътуващ семинар за студенти от III курс, специалност „Туризм“. Пътуването бе обвързано с дисциплините „Съвременни видове туризъм“ и „Екскурзоводство“.

Първата спирка по маршрута бе Шато Бошнаков - млада изба, започнала производство през 2020 г., с местонахождение с. Езерово, община Белослав (на 10 км западно от Варна). Мисията на Шато Бошнаков е да предложат вина от висок клас при невисоки ценови равнища – малки партиди вина с характер, отразяващи спецификата на Черноморския регион.

Винарната е модерно оборудвана и осигурява чистота на целия процес – от приемането на гроздето до виното. През целият технологичен процес се извършва постоянен контрол на температурата. Осигурена е инертна среда при движение на виното до бутилката. Използват се единствено неръждаеми съдове и френски бъчви с обем 225 л. Бутилирането на виното се извършва с италианска бутилираща линия.

Екипът на Шато Бошнаков има за цел да развива и винен туризъм. Към момента винарната разполага с малка дегустационна зала за дегустации до 15 човека. Предстои изграждането на голяма дегустационна с магазин.

Макар и още преди обед, студенти, докторанти и преподаватели дегустираха бели, червени и розе вина, производство на избата и иначе така студеният ден стана малко по-топъл... За любезното гостоприемство на домакините от Шато Бошнаков свидетелстват и нашите усмивки.



Втората спирка бе Музей подводница „Слава“. Подводница „Слава“ плава до края на 2010 г., след което е превърната в музей и в момента се намира в гр. Белослав в близост до Музея на стъклото. Подводницата е построена в СССР и спусната на вода на 27.09.1959г. Предадена е на България в края на 1985 г. Тя е зачислена към Българския военноморски флот и е носела името „Ленински комсомол“. През 1991 г. името ѝ е сменено на „Слава“. Повече от 15 години екипажите провеждат интензивна бойна подготовка. Участвала е също в международни аварийно-спасителни учения.



Последният обект в обучителния маршрут бе Музеят на стъклото. Музеят е разположен на брега на Белославското езеро, на около 20км от Варна, на мястото, където през 1893 година е открит първият стъкларски завод в България.

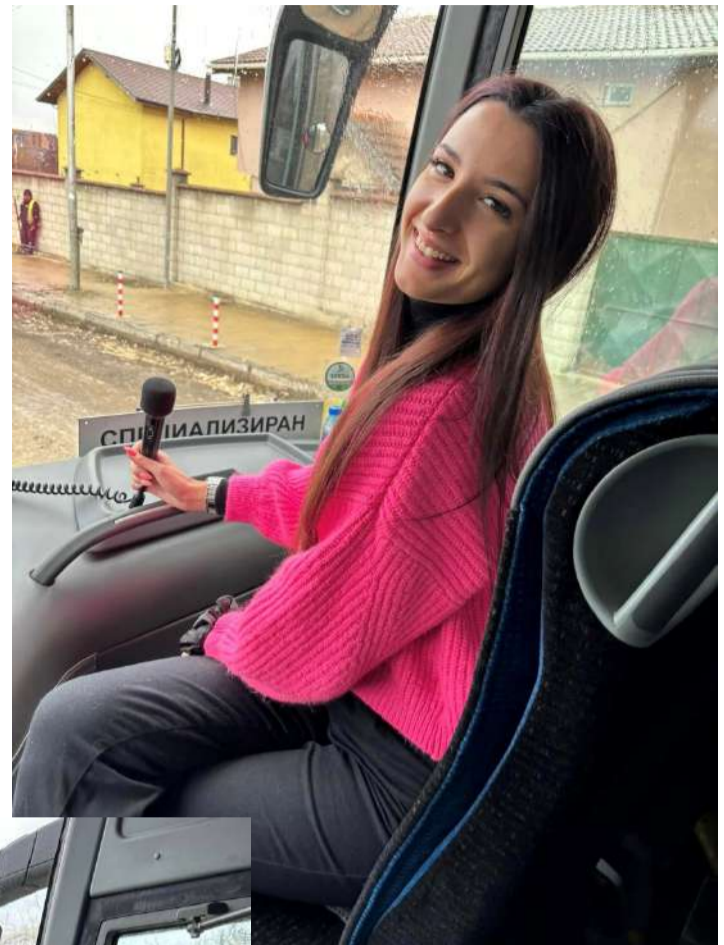
Град Белослав е известен с дългогодишните си традиции в производството и обработката на стъкло регион. В Музея се стремят да запазят и доразвият традиционните методи, използвани в производството на белославско стъкло, като същевременно ги съчетават с последните постижения на технологията в тази област.

Студентите посетиха цеха с пещите, където им бе направена демонстрация на място - ръчно духани изделия. Преди отпътуване от Белослав групата посети изложбената зала на музея, която изобилстваше от различни стъклени изделия - вази, сувенири, купи, свещници, дори бижута от стъкло.



В ролята на екскурзоводи по време на семинара влязоха колегите от 32 група, специалност “Туризм” (III курс): Василена Василева, Габриела Димитрова, Златина Коева, Ана-Мария Димитрова, Виктория Мартинова и Петя Цветанова. Те представиха кратки екскурзоводски беседи, свързани с посетените обекти по маршрута, както и със съвременни видове туризъм като винен, военен туризъм и туризъм по специални интереси (special interest tourism).

Екипът на катедра „Икономика и организация на туризма“ благодари на всички студенти за интереса към семинара и ентузиазма за включване в него!





Първият ден на Форум „Кариери“ започна при сериозен студентски интерес. Студенти от трети и четвърти курс, специалност „Туризмът“ посетиха изложението още в първите минути след неговото официално откриване.

В периода 26.03.2024 г. - 29.03.2024 г. включително в Икономически университет - Варна се проведе Форум „Кариери“. Това е дванадесетото издание на форума и тази година в него участваха 73 фирми и институции, 18 от които от сферата на туризма. Първият ден, 26 март бе посветен именно на направление „Туризмът“.

Форумът беше официално открит от ректора на ИУ – Варна проф. д-р Евгени Станимиров и Елица Виденова – и. д. директор на Център „Кариери, предприемачество и маркетинг“. В обръщението си към участниците проф. Станимиров подчерта, че според него би трябвало в обучението по икономика, администрация, управление, туризъм, информатика и други специалности да има задължителни практически стажове след всяка година, а не чак след като студентите станат трети курс. Според него в закона би трябвало да бъдат заложили и текстове, които да зададат ясно посоката към развитие на балансиран микс между знания и умения, и прагматичност в обучението на младите хора. За целта би следвало бизнесът да бъде по-сериозно ангажиран с академичните среди. „И сега партнираме много добре с бизнеса, но законът налага ограничения само до 10 процента от часовете да са с лектори-предприемачи“, обясни проф. Станимиров.

Източник: www.ue-varna.bg



НОВИНИ ОТ БРАНША

В периода 13.03.2024 г. - 15.03.2024 г. в Интер Експо Център в София се проведе юбилейното 40-то издание на туристическо изложение „Ваканция и СПА“. В събитието взеха участие над 200 изложители от три континента - Европа, Азия и Африка. Страна-партньор на Ваканция & СПА Експо 2024 е Мадагаскар, а посетителите имат възможността да се запознаят с туристическите продукти на Великобритания, Турция, Китай, Гърция, Сърбия, Индия, Монголия, Мавриций, Малдиви, Дубай, Финландия и др.



Участие в изложението взе и Силвия Грудева - студент в IV курс, специалност „Туризмът“ в Икономически университет - Варна. Екипът на „Туризмини“ се обърна към нея с молба да сподели своите впечатления от изложението. Ето какво ни сподели Силвия:

ВАКАНЦИЯ И СПА ЕКСПО 2024

В периода 13-15 март в Интер Експо Център, София се проведе юбилейното 40-то издание на туристическото изложение Ваканция и СПА. Форумът беше открит от Министъра на туризма на България, Зарица Динкова, а участниците в изложението бяха над 200. Събитието беше организирано с подкрепата на Министерството на туризма. Официален партньор беше Република Мадагаскар, представяйки своята дестинация по изключително атрактивен начин с богата културна програма от типични за страната танци. Своите дестинации и съответно - продукти и услуги представиха Гърция, Турция, Сърбия, Северна Македония, Албания, Румъния, Финландия, както и някои по-далечни и екзотични страни като Малдиви, Китай, Индия, Мавриций и други. Изложители от България също взеха активно участие - включиха се множество общини като София, Варна, Пловдив, Бургас, Каварна, Карлово, Банско и много други, както и курортни комплекси и представители на туроператори, хотели, ресторанти и туристически атракции.

Особен интерес предизвикваха изложителите от Гърция. Те бяха заложили на автентична атмосфера с много гръцка музика и характерни за страната храни и напитки, с участието на DJ и представители на няколко таверни от по-големите туристически дестинации. Българските щандове също не отстъпваха по привлекателност и предизвикваха любопитството на посетителите. Община Трявна, например, демонстрира занаятчийски умения, характерни за района. Майстори изработваха на място красиви дърворезби, давайки кратки уроци на заинтересованите посетители и възможност да се докоснат до инструментите, с които се случва магията. Министерството на туризма на България, както и община Кюстендил бяха в крак с тенденциите в дигиталната трансформацията в представянето на дестинациите. Това се случваше с помощта на специална фото будка, където посетителите да си направят снимки за спомен на фона на български природни или културни забележителности, както и иновативна платформа за видеозаснемане на 360 градуса. Община Кюстендил предложи разходка из града и забележителностите, използвайки виртуална реалност.

Част от едната зала на изложението беше обособена за представители на различни технологични компании, разработващи софтуерни продукти с приложение в туризма. В тази връзка се проведе и едно от събитията, част от съпътстващата програма – Hotel Trends Across the Balkans. Организатор бяха Hotel Experts, които събраха професионалисти в сферата на хотелиерството от Румъния, Сърбия, Северна Македония и България. Събитието се проведе под формата на две панелни дискусии по актуални теми – „Независим хотел или световен бранд“ и „Технологии, иновации и дигитализация“. Специални гости и участници в панелите бяха Юлиан Сава (Julian Sava) – Senior Consultant, Premier Hospitality от Румъния, Милош Пешеч (Miloš Pešić) – CEO & Owner, M&G Hospitality от Северна Македония, Мирела Догареску (Mirela Dogărescu) – собственик на хотел Alma Health & SPA Retreat в Румъния и Аркан Керим (Arkan Kerim) – CEO G Hotels и президент на Туристическата камара на Северна Македония, а модератор по време на събитието беше Ивайло Кожухаров, експерт в сферата на хотелиерството и туризма. Професионалистите дискутираха предимствата и недостатъците от присъединяването на хотелите към големи вериги. Като ключови аргументи „за“ отбелязаха вече разработените канали за дистрибуция, както и по-голямата вероятност за привличане на таланти и мотивирани кадри. Що се касае до отрицателните страни, беше изтъкната най-вече липсата на свобода в избора на концепция на хотела и развиването му извън строго дефинираните визия и стандарти на веригите. Също така бяха маркирани и тенденциите в дигиталната трансформация, какви са предпоставките за развитието ѝ, както и какви нови софтуерни продукти навлизат. Горян Върбанов от Quendoo.bg, Светослав Панев от Biodit и Пламена Бобева от TouchMenu коментираха и представиха някои от инструментите и дигиталните услуги, които предлагат (виртуален консиерж, дигитални менюта, задвижвани от изкуствен интелект и др.) и споделиха конкретни резултати от внедряването им.

Като студент в четвърти курс в ролята си на посетител мога смело да заявя, че участието в подобни събития е изключително важно за развитието ни като бъдещи професионалисти. Именно там можем да придобием практическа представа, да видим от първо лице какво е търсенето, предлагането, какви са тенденциите и не на последно място да създадем контакти, да разширим полезрението си и да надградим придобитите теоретични знания, общувайки с професионалисти от различни сфери в туризма. Сърдечно препоръчвам на повече колеги да бъдат проактивни, инициативни и да се възползват от всяка подобна възможност!



ВАРНЕНСКА ТУРИСТИЧЕСКА КАМАРА И КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ - ВАРНА БЯХА ОФИЦИАЛНИ ПАРТНЬОРИ НА ПЪРВИЯ ДЕН ОТ ФОРУМ „КАРИЕРИ“ В ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ - ВАРНА

На 26.03.2024 г. в 10:00 ч. започна 12-тото издание на Форум „Кариери“, организиран от Център „Кариери, предприемачество и маркетинг“ в Икономически университет - Варна.

Официални партньори на първия ден от форум „Кариери“ с направление „Туризм“ са Варненската туристическа камара и Колежът по туризъм към ИУ – Варна. В него се включиха 18 фирми, а сред гостите на събитието бяха двамата съпредседатели на ВТК Людмила Ненкова и проф. д-р Стоян Маринов.

На откриването присъстваха студенти, преподаватели и представители на бизнеса. Наред с проф. Евгени Станимиров - Ректор на Икономически университет - Варна, обръщение отправи и г-жа Людмила Ненкова - съпредседател на Варненска туристическа камара. Тя сподели радостта си от провеждането на подобни събития, които определи като изключително полезни както за младите хора, тепърва тръгващи по своя път, така и за бранша.



Г-жа Ненкова определи Форума като пряка връзка между бизнеса и университета. „Този Форум дава възможност нашите колеги от бизнеса да излязат, да направят свои щандове, да намерят подходящи кандидати“ - допълни още тя. „Напълно се присъединявам към така изложеното предложение от проф. Станимиров за стажове през всяка година от обучението на студентите. Тук трябва да положим съвместни усилия, дори да се създаде работна група, която да реши основни въпроси по отношение на това какво точно ще се прави, как ще се обучават тези хора... Напълно подкрепям идеята за обучение на бакалаври в 3-годишен период на обучение, както и подкрепям идеята бизнесът да бъде включен по-осезаемо с образованието и да бъде ангажиран с преподавателска дейност“ - сподели Людмила Ненкова.

На 27.03.2024 г. по инициатива на Варненска туристическа камара в Икономически университет - Варна се проведе среща-дискусия със студенти от втори, трети и четвърти курс, Специалност "Туризм", ИУ-Варна. Темата на срещата бе "Пътят към успеха", а студентите имаха възможността да се запознаят с представители на бранша, които споделиха своя опит и стъпките в кариерното си израстване.

На срещата присъстваха:

Ясен Годоров - управител на хотел "Маритим Амелия" ("Албена" АД) и настоящ възпитаник на катедра "Икономика и организация на туризма", магистърска специалност "Международен туристически бизнес";

Климент Колев - управител на хотел "Мура" ("Албена" АД);

Пламен Пеев - оперативен мениджър в компания "Топ Рент а Кар";

Велин Димитров - специалист Обучение и развитие ("Топ Рент а Кар");

Надежда Попова - Ниетреста - собственик и управител на туристическа агенция "Бон Тур - БГ" ЕООД и "Бест Хотелс Мениджмънт" ООД;

Росица Манолова - Агеа manager, отговарящ за хотелите "Болеро", "Вистамар" и "Метропол" ("Грифид" хотели) ;

Полина Христова - F&V мениджър в хотел "Арабела";

Марио Маринов - оперативен директор на "Св. св. Константин и Елена холдинг" АД.

Присъстваха и преподаватели от катедра "Икономика и организация на туризма" и Колеж по туризъм - Варна: доц. д-р Георгина Луканова (ръководител катедра "ИОТ"); проф. д-р Светла Ракаджийска, доц. д-р Генка Рафаилова, ас. д-р Катина Попова, докт. Яна Донева.

Ръководството на Варненската туристическа камара благодари на всички фирми, които се отзоваха и изпратиха на срещата свои кадри, които разказаха увлекателно за успешния си карьерен път. С много искреност и емоция те разкриха предимствата на туризма за личностна реализация, трудностите и успехите, които очакват младите хора.

Предстоят следващи подобни срещи в средни училища по туризъм.



„МЕНИДЖМЪНТ НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ - МОДЕЛИ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ТУРИСТИ“



Варненска туристическа камара беше активен партньор при провеждането на организирания от Регионалното управление на образованието - гр. Варна конкурс на тема „МЕНИДЖМЪНТ НА СВОБОДНОТО ВРЕМЕ - МОДЕЛИ ЗА ПРИВЛИЧАНЕ НА ТУРИСТИ“. В конкурса участваха 10 училища от прогимназиален и гимназиален етап на обучение от гр. Варна и областта. След двумесечна екипна работа, подпомогнати активно от своите родители, участниците в отборите представиха интересни разработки по темата.

Журито отличи следните отбори:

Първа награда: Средно училище „П.К. Яворов“ - гр. Варна за разработката „Проект за кулинаруен туризъм – Храномерът“;

Втора награда: Професионална гимназия по икономика „Д-р Иван Богоров“ - гр. Варна за разработката „Варна релакс и спорт – Райското кътче на Черноморието“;

Трета награда: Варненска търговска гимназия „Г. С. Раковски“ - гр. Варна за разработката „Създаване на приложение TOURIST ADVISOR VARNA“; Средно училище за хуманитарни науки и изкуства „Константин Преславски“ - гр. Варна за разработката „Модел за развитие на гейминг туризъм в гр. Варна“;

Четвърта награда: Обединено училище „Св. Св. Кирил и Методий“ с. Блъсково, община Провадия за разработката „Проект за развитие на туризма в село Блъсково“ .

От името на Варненска туристическа камара беше обявена наградата на втория класиран в състезанието – Професионална гимназия по икономика „Д-р Иван Богоров“ - гр. Варна, а именно ваучери за ползване на услуги в АКВА ХА-УС в курортен комплекс „Св. Св. Константин и Елена“.



На 21 март 2024, в партньорство с Варненската туристическа камара, Zangador Ltd. даде старт на поредица семинари, насочени към хотелиери и туристически агенции, членуващи в камарата.

Семинарът беше посветен на една изключително актуална и вълнуваща тема - прилагането на изкуствен интелект в сферата на хотелиерството и туризма. Участниците се запознаха с ключовите аспекти на изкуствения интелект, след което преминаха към обсъждане на разнообразни стратегии и методи за ефикасното му използване в туристическия бизнес. В процеса на работа, те активно експериментираха и разгледаха практическите приложения на ИИ, което допринесе за една наистина приятна и продуктивна атмосфера.



ЛЮБОПИТНО

5 ПРИЧИНИ ДА ОТДЕЛЯМЕ ПОВЕЧЕ ВРЕМЕ ЗА ТУРИЗЪМ И ПРИРОДАТА

Природата намалява депресията и контролира нивата на стрес

Според проучване на Университета в Мичиган, туризмът и груповите разходки на открито подобряват менталното здраве и увеличават позитивността в хората, както и намаляват нивата на депресия и стрес до минимум. В днешно време да бъдем под стрес е нещо нормално. Проблемът е, че не осъзнаваме колко лоши последствия може да има това в дългосрочен план.

Прекарването време сред природата или по-конкретно - естествени зелени пространства, ни дава усещане за спокойствие и почивка и лесно се преборва с притеснението и стреса.



Природата подпомага мисловния процес и подобрява съсредоточаването

Взаимодействието с природата и по-специално туризмът дават на мозъка Ви почивка от всекидневните хиперстимулации, което неизбежно има възстановяващ ефект върху продължителността на вниманието Ви и нивата на съсредоточеност. Изкуствената околна среда и бетонната джунгла, в която прекарваме толкова много време, бързо стават скучни за вродената ни нужда за опознаване на нови и необикновени неща. Природата, с цялата си наситеност и богата гама от цветове, звукове, ухания и всякакви други консистенции, бързо раздвижва частите от мозъка, отговорни за въображението ни и стимулира креативния процес.

Тренировките сред природата са много по-ефективни

Според проучване, направено в университета в Есекс, естественият зелен цвят прави тренировките по-лесни. Други проучвания сочат, че хората, практикуващи спорт на открито, по-конкретно туризъм, са много по-въодушевени да продължат тренировките в дългосрочен план, в сравнение с тези, трениращи на закрито.



Прекарването на време в планината подпомага загубата на килограми

Не само че природата ни помага да усещаме тренировките по-лесни и често пъти по-приятни, но се оказва също така, че нашите любими планински райони директно допринасят за отслабването. Дори само посещението на места, разположени на голяма надморска височина, може да Ви помогне да свалите някой друг килограм. Високите места ускоряват метаболизма, като в същото време намаляват усещането за глад.

Природата ни прави щастливи

Прекарването на време сред природата със сигурност подобрява настроението ни. Много често обаче ние пренебрегваме облагите, които природата може да има върху нашето щастие и душевно състояние. Проучвания доказват, че дейностите сред природата ни правят много по-щастливи от същите тези дейности, извършвани на закрито. Планината е едно от малкото места, където можем да прекараме едни наистина незабравими няколко часа, в които сме напълно отдадени на семейството си. Без смартфони, без таблети, без напрежение и мисли за поредната задача, която трябва да изпълним. Спокойствие, свобода, любов и щастие – всичко това, докато сте в компанията на най-любимите си хора на най-любимото място – сред природата.

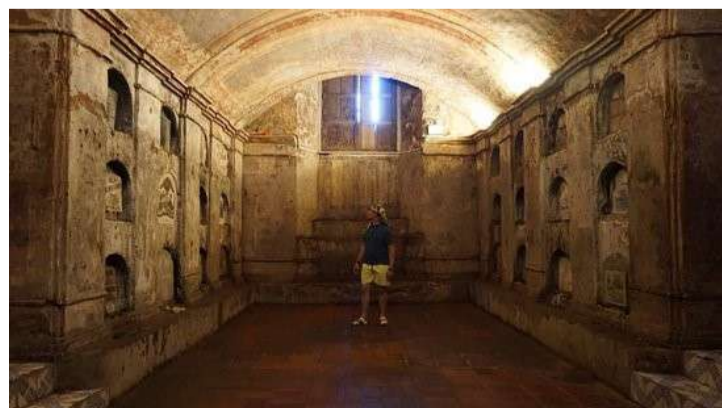


Източник: *Sport Life Style* (www.sls.bg)

**CAVE CITY CONCEPT, UNDERGROUND TOURISM ИЛИ UNDERGROUND BUILT HERITAGE...
ПЪТ КЪМ УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ???**

Подземните туристически обекти се превръщат в атрактивна туристическа дестинация за все по-голям брой посетители. Подземният туризъм (underground tourism) поражда редица въпроси по отношение на устойчивостта, тъй като изследванията, свързани с подземното културно наследство (underground built heritage - UBH), предимно се обвързват с икономическата или екологичната устойчивост. Счита се обаче, че учените не отделят достатъчно внимание на социалните аспекти и последици от подземния туризъм, т.е. въздействието на този туризъм върху подобряване качеството на живот на местното население и засилването на тяхното чувство за общност и културна идентичност.

Най-общо казано, подземното културно наследство е събирателно понятие, включващо обекти, чието основно тяло се намира под земята. Обхваща естествени и изкуствени пещери, праисторически жилища, религиозни обекти (катакомби и подземни храмове), гробове, мазета, складове, военни укрытия, цистерни и места за добив или складиране на суровини.



Nagcarlan Underground Cemetery, Филипини



Обектите на подземното културно наследство имат сериозна научна, културна, археологическа и развлекателна стойност и са пряко обвързани с развитието на съвременни видове туризъм като пещерен туризъм, геотуризм, минен и приключенски туризъм.

Туристопотоците към подобни дестинации провокират необходимостта от допълнителни изследвания за осигуряването на баланс между защитата на тяхната материална и символична стойност.

През 2021 г., вдъхновен от подземния туризъм, архитект Денис Кристиан Шмид създава концепцията “Cave City” - населени места, разположени дълбоко под земната повърхност, предпазващи от изменението на климата и природни бедствия, като бури, торнадо и повишаващи се температури.

Идеята е тези градове да разполагат с големи жилищни квартали, под формата на подобни на колизеум структури, построени около езера, които помагат за регулиране на климата вътре в пещерите.

Таваните следва да разполагат с интегрирани вентилационни системи, които ще благоприятстват развитието на култури, отглеждани във вертикални ферми. До подземните градове трябва да се достигне с обществен транспорт, най-вече с метро.

Източници: Buonincontri et al. (2021). Where Does Sustainability Stand in Underground Tourism? A Literature Review. Sustainability, Vol. 13, № 22.
www.dezeen.com
www.profit.bg

TRAVEL GUIDE С КЛАСАЦИЯ ЗА НАЙ-ИНТЕРЕСНИТЕ ПОДЗЕМНИ ГРАДОВЕ В СВЕТА

Кубър Педи, Австралия

Под повърхността на пустинята Виктория се намира Кубър Педи (англ. Coober Pedy), известен с огромните си находища на опал – най-големите в света. Поради високите дневни температури, стигащи до 50 градуса, хората в района няма как да живеят добре над земята, затова са били принудени да си създадат живот под нея. През 2011 година в града са живели 1 695 души, сред които и 275 коренно население. Той съдържа всичко необходимо за протичането на нормалния живот на хората – жилища, ресторанти, магазини, барове, галерии, хотели, църква, музей, както и, разбира се, мини.

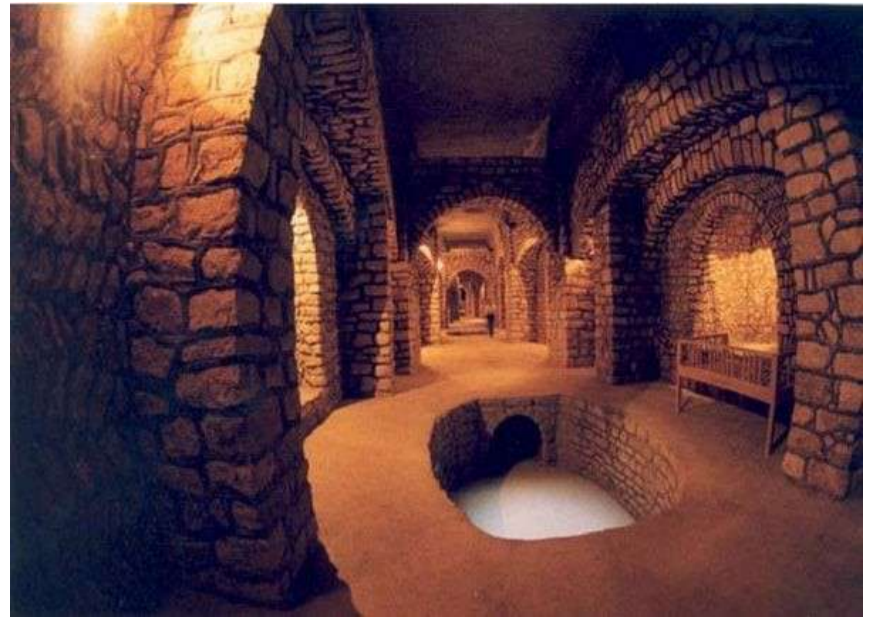


РЕЗО, Монреал, Канада

Ежедневно подземният комплекс РЕЗО в Канада се използва от над 250 000 души, като през зимата достигат до 500 000. Той има магазини, ресторанти, хотели и галерии. Оказва се нещо като огромен шопинг център, който позволява на хората да обиколят голямата част от площта на Монреал без да излизат на повърхността – което може да бъде много удобно по време на студените канадски зими. Тунелите на подземния град са с дължина над 32 километра и се разпростират върху около 7 км². В него може да се влезе през 120 входа. РЕЗО се смята за най-големият подземен комплекс в света.

Киш, Иран

Киш е остров в Персийския залив, застроен с центрове за пазаруване и луксозни плажове. Това обаче, което го прави интересен, е подземният му град, който всъщност по предназначение е акведукт. Той е построен преди 2500 години, а в момента е частично отворен за туристи. Подземието заема около 10 000 м² и се намира 16 км под земята. Намира се в средата на единствения в света коралов остров, поради което таванът му, на височина 8 метра, е изработен от миди и корали. За бъдещето на града е изработен амбициозен план, който със сигурност ще го превърне в голяма атракция в световен мащаб.



ПАТ, Торонто, Канада

В Канада има множество подземни комплекси и подобно на Монреал, Торонто също има своята мрежа от подземни тунели. Тези тунели, познати на местните като PATH, са с дължина 29 км и покриват площ от 371,600 м². През тях преминават на ден по 100 000 души на път за работа и хиляди туристи. Застроени са с магазини, места за културни събития и други. Заради големината си градът присъства в книгата на Гинес с рекорд за най-голяма подземна търговска площ. Неговите тунели свързват над 50 офис сгради, шест метро станции, осем хотела и около 1200 магазина. ПАТ е чудесен начин за пешеходците да се придвижват из града без да се притесняват от задръствания и коли, както и да се спасят от студените зими. През август 2014 година градът претърпява разширение, което го приближава до бреговата линия на Торонто.

Пилзен, Чехия

Под град Пилзен в Чехия се намират подземия, известни като историческите подземия на Пилзен. Коридорите му са с дължина 20 км, като в тях има множество мазета и кладенци, в миналото използвани за съхранение на храна, а може би и като аварийни изходи в случай на атака над града. Една легенда гласи, че в стените на подземните изби е вградено съкровище.



Деринкую, Кападокия, Турция

Регионът Кападокия в Турция е познат с множеството си подземни градове, но Деринкую е с най-голяма дълбочина от тях. Състои се от 18 етажа, достигащи дълбочина 85 метра. Смята се, че градът побира над 20 000 души. Подземната мрежа от тунели и стаи включва жилища, кладенци, складове, параклиси, общи части и други. Градът е отворен за посетители през 1965 г, но само малка част от него може да бъде видяна.

Солна мина Величка, Краков, Полша

Солната мина Величка се намира в Краков, Полша, и понастоящем е под закрила на ЮНЕСКО. Мината спира дейността си едва през 2007, след като е работила 700 години. Ежегодно мястото се посещава от над милион туристи от целия свят. Макар в миналото мината да е била само серия от пещери, в момента тя е преобразувана в красиво място, където могат да се видят резби, параклиси, статуи и паметници, направени от сол. Мината Величка се състои от тунели с дължина 300 км, разположени на девет нива, като първите три нива са отворени за посетители. На тези три нива туристите биват развеждани от гидове за около два часа и разглеждат всички достъпни части от коридорите. Едно от най-популярните места е параклисът на Св. Кинге, който е строен в продължение на 30 години и е изработен изцяло от сол.



Източник: *Travel Guide*

ЗАБАВНО

В ТОЗИ БРОЙ ВИ ПОКАЗВАМЕ НАЙ-ИНТЕРЕСНИТЕ И ЗАБАВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕКЛАМИ И МАРКЕТИНГОВИ КАМПАНИИ ЗА ПОСЛЕДНИТЕ 20 ГОДИНИ

Tschlin: Small Town, Loud Phone

През 2016 г. Tschlin, малко градче в Швейцария, стартира кампания, която да насърчи хора от целия свят да се обаждат на един телефон на градския площад. С население от само 166 души, градът е толкова малък, че целият град може да чуе звъненето на телефона. Идеята е обаждачите се да получат безплатно пътуване до района на града (Graubunden), но само ако никой не вдигне. В шестдневната кампания, която е рекламирана на различни платформи, включително Facebook и YouTube, са направени 30 000 обаждания и са записани общо 4 000 разговора.



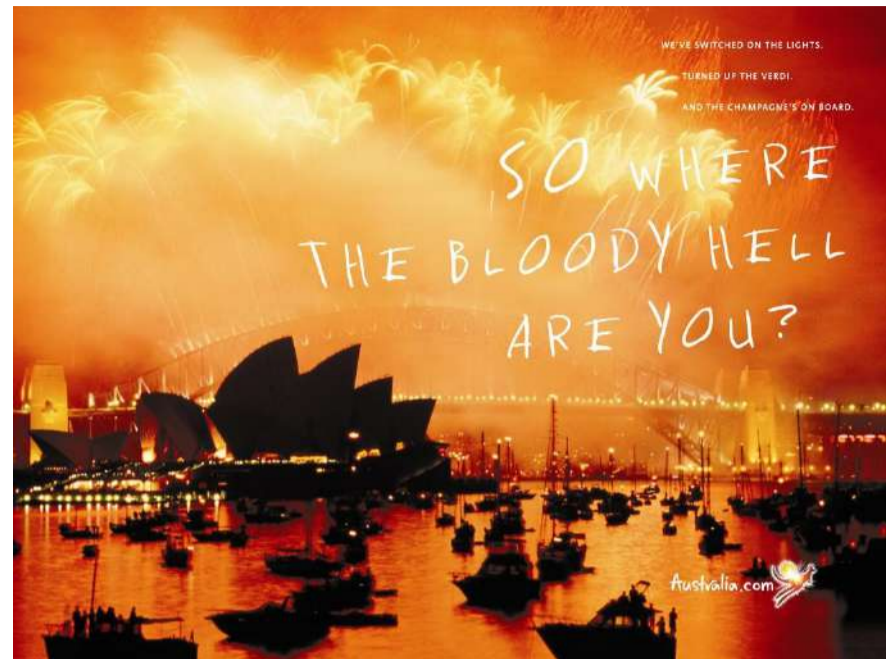
Panama: "Not for Tourists"

В опит да привлече повече северноамерикански туристи, Бордът по туризъм на Панама наема рекламна агенция, която избира маршрут, предназначен да се хареса на пътешествениците, които са „извън утъпканите пътеки“. Кампанията се развива под мотото: „Ако искаш да си турист, но не ТУРИСТ, значи трябва да си турист в Панама“.



Australia: “Where the bloody hell are you?”

През 2006 г. Австралия пуска видеокампания на стойност 180 милиона долара, в която просто се задава въпросът „Къде, по дяволите си?“ Критици започват да спорят за целесъобразността на рекламната кампания, главно заради употребата на изрече „bloody hell“. В последствие рекламата е забранена в Обединеното кралство.



Banff, Alberta, Canada: “Get Out of My Shot, Squirrel!”

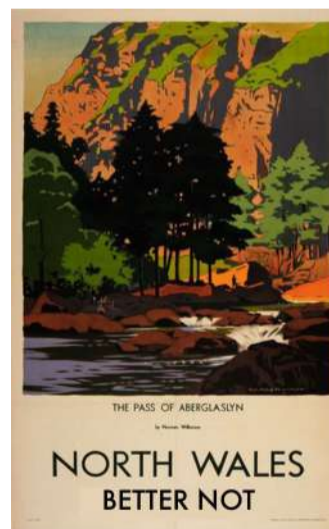
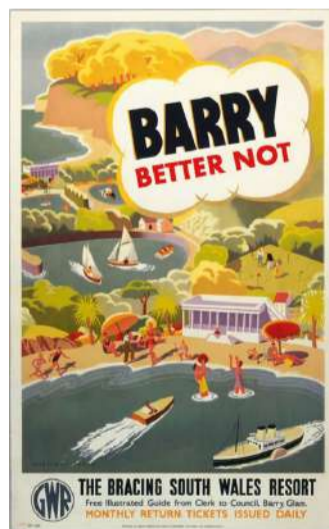
Както се оказва, необходима е само една катерица, за да успее една туристическа кампания. През 2009 г. Banff Lake Louise Tourism се натъква на вайрълснимка на катерица, която си става част от фотосесията на двойка край езерото в Националния парк Банф. Бордът по туризъм започва да включва катерицата в по-голямата част от маркетинга си и тя бързо се превръща в част от туристическата реклама и в талисман на региона.



Wales: Don’t even think about it!

През 2020 г. жителите на Уелс бяха въввлечени в маркетингова кампания, канеща потенциални туристи... да останат у дома си. Първоначално кампанията възниква от само себе си, когато жителите на Уелс използват свободното си време в локдауна покрай пандемията, за да създават плакати с призови да не се пътува. Така се създават условия за стартиране на обществена ангажираност към отговорното поведение в условията на КОВИД-19.

Раждат се рекламни послания като „Вижте Уелс... в интернет!“, „Уелс: не е за вас!“, „Северен Уелс: по-добре не!“, „Уелс: дори и не си помисляйте за това!“



Някои твърдят, че корените на първоаприлската шега трябва да се търсят в далечната 1540 година. Тогава особена роля изиграло едно решение на Аугсбургския Райхстаг, което имало за цел да въведе единна парична система. Тя трябвало да влезе в сила на първи април, но внезапно било отложено за по-късна дата. Много спекуланти били разочаровани и вместо печалби те си навлекли присмех и подигравки. Най-правдоподобна обаче изглежда версията, според която първоаприлската шега е била измислена от френския крал Карл IX. При реформата на Григорианския календар през 1564 година той изместил новогодишния празник на първи януари. Дотогава Нова година се посрещала в края на март или на първи април. Мнозина обаче не узнали за тази календарна промяна. Онези които знаели пък, решили да се пошегуват с невежите. Така че те продължили да си честитят Новата година на първи април, макар че тя била вече „остаряла”. Според българската традиция ако днес някой успее да ви излъже, значи ви чака здраве цяла година. Така че оставете мнителността, сериозността и желанието да сте „непоклатими” и поне днес си позволете да сте наивен. Ще се почувствате по-добре!

Източник: www.stolica.bg



СТУДЕНТСКИ ЕЛЕКТРОНЕН ВЕСТНИК “ТУРИЗМИНИ”

9002 Варна, бул. "Княз Борис I" № 77
E-mail: katina_porova@ue-varna.bg
Редакционна колегия
Отговорен редактор: доц. д-р Георгина Луканова
Инициатор и главен редактор: ас. д-р Катина Попова

Настоящото издание съдържа авторски текстове и фотографии на студенти, преподаватели, докторанти и партньори на катедра “Икономика и организация на туризма”, Икономически университет - Варна