

**Б. КОПРИНАРОВ,  
Д. РАДОЙНОВА**

### **БОЛГАРСКО-УКРАИНСКИЕ РЕТРОСПЕКТИВНЫЕ И ПРОСПЕКТИВНЫЕ СВЯЗИ: ИСТОРИЧЕСКИЕ, ЭКОНОМИЧЕСКИЕ, КУЛЬТУРНЫЕ И ТУРИСТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ**

*В статье рассматриваются направления современного болгарско-украинского сотрудничества в сфере туризма. Показана роль традиционных культурных связей между народами и возможности их использования в инновационной деятельности.*

**Ключевые слова:** *Болгария, Украина, культура, туризм, инновация, коммуникация.*

Известно, что исторические, экономические и культурные связи между Болгарией и Украиной измеряются сотнями лет и традиционно носят позитивный характер. Общие славянские корни, утвердившаяся как массово исповедуемая православная религия, историческая близость двух народов формируют почти неразрывные культурные связи между ними. В течение продолжительных исторических периодов оба этноса оказываются в схожих политических ситуациях, а Украина и украинцы нередко помогают Болгарии и болгарам.

Первые сведения об украинской помощи болгарам содержатся в исторических анналах о втором походе короля Владислава III Ягело против османов, завладевших за несколько десятилетий до этого большей частью южнославянских земель. В походе принимает участие также и украинский контингент. В пресловутой «битве народов», разыгравшейся 10 ноября 1444 года под Варной христианские войска, к сожалению, оказались побеждены.

Османская империя подвергает покоренные народы, в том числе и болгар, экономическому, религиозному и политическому гнету и часто единственным выходом из него для целых поселений является эмиграция в другие страны. Формирование болгарской диаспоры на территории нынешней Украины начинается во второй половине XVIII века. В 1763 году первая организованная группа болгар-переселенцев располагается под Киевом. Через 10 лет около 400 семей из села Алфатар Силистренского округа останавливаются в Херсонской губернии и основывают село Ольшанка – первое болгарское поселение на Украине, которое существует донныне.

Спасительная эмиграция болгар продолжается и в последующие годы. В конце XVIII века отдельные болгарские семьи переселяются в Северное Причерноморье, где впоследствии консолидируются в болгарские села. Согласно народным преданиям во время русско-турецкой войны 1789-1791 годов 30 семей поселяются на месте будущего села Чийшия (ныне Огородное). В начале XIX века происходят уже массовые волны миграций преимущественно из Восточной Фракии. В Херсонской губернии и Крыму возникают компактные поселения болгарской диаспоры: Большой и Малый Буялык, Терновка, Старый Крым, Балта Чокрак (1801-1802 годы), Кишлав, Парканы, Кубанка (1803 год), Ингулка (1804 год), Катаржино (1806 год).

В Бессарабии и Приазовье многочисленным болгарским переселенцам отводятся сотни тысяч десятин земли, предоставляется финансовая помощь, а сами поселенцы на несколько лет освобождаются от уплаты налогов. Каждая семья на новом месте получает в среднем по 50 - 60 десятин земли.

Украина продолжает помогать болгарам в ходе суровых исторических испытаний. Украинские солдаты и офицеры принимают участие в составе войск Российской империи во всех русско-турецких войнах. Памятным является участие нескольких пехотных полков из Полтавской губернии в сражениях возле вершины Шипка. Сотни украинцев отдали свою жизнь в битвах за болгарское освобождение от османского гнета.

Если посмотреть в более глобальном аспекте, то порой даже столетние близкие связи не стали достаточной основой, чтобы гарантировать в современном мире перспективное сотрудничество и закрепление экономической и культурной синергии этносов и национальностей, особенно при инвазии таких глобально действующих факторов, каковыми

являются экономические интересы и усложняющиеся политические механизмы решения общих проблем. В данной статье фокус внимания концентрируется на некоторых аспектах туристических потоков из Украины в Болгарию и возможностях позитивного воздействия на них путем использования некоторых инновационных механизмов современной экономики.

Известно, что туристическая отрасль обладает феноменальной способностью значительно опережать средние темпы роста экономики на этапах ее подъема и медленнее снижаться в кризисные периоды. Эта закономерность делает туризм по сравнению с другими отраслями одним из наиболее устойчивых секторов мировой экономики. Сегодня туризм утверждается как экономический фактор, стимулирующий социально-экономическое развитие. В нем заложены значительные возможности для выхода из кризиса и дальнейшего экономического роста во многих регионах. Высокие темпы изменений и углубляющаяся в результате мирового кризиса нестабильность глобальной экономики ставят серьезные испытания перед экономическими субъектами и вынуждают их отвечать на значительные и резкие изменения в бизнес среде. Негативные последствия этих процессов и непрекращающаяся рецессия приводят к изменению предпочтений и требований потребителей, коррекции моделей туристических поездок и конфигурации самого туристического рынка. Вместе с тем указанные процессы необходимо воспринимать не только как системные трудности и угрозы туристическим предприятиям, но и как новые возможности и перспективы, открывающиеся перед ними. Особое значение приобретает проводимая странами политика в сфере туризма, создание условий для применения различных инновационных механизмов, способных воздействовать на ценности и приоритеты потребителей туристических услуг.

Под *инновацией* следует понимать нововведение в какой-либо области человеческой деятельности. Практический интерес бизнеса к инновациям объясняется тем обстоятельством, что они содействуют расширению рыночного сегмента и приносят хорошие финансовые результаты, причем именно потребители становятся важнейшим компонентом инновационной деятельности. В связи с этим остановимся на некоторых вопросах, связанных с применением современных подходов в управлении инновациями, прежде всего потребительскими.

При рассмотрении проблемы использования инноваций в деятельности современных туристических предприятий необходимо учитывать некоторые особенности природы бизнеса в новом тысячелетии. Сегодня перспективным является бизнес, ориентированный на клиента, требующий познания логики потребителей. Информационные технологии и интернет обеспечивают практически неограниченный доступ потребителей к разнородной информации о туристических услугах, а также возможности их формирования в процессе приобретения. Современный клиент получил реальную свободу выбора и власть над рынками. Собственно они постепенно переходят в руки самих потребителей. Теперь это рынки нового типа, требующие управления, ориентированного на интересы и предпочтения потребителей. Туристические предприятия должны бороться не за пассивные целевые рынки, а овладевать стратегиями активного сотрудничества непосредственно с самим клиентом, что является залогом успеха их бизнеса.

В условиях жесткой конкуренции предприятиям приходится выстраивать с клиентами взаимоотношения, направленные на повышение лояльности последних, на сотрудничество, основанное на взаимодействии и индивидуальных коммуникациях. Нынче очерчиваются две тенденции: проникновение стандартизованных туристических пакетов, связанных с массовым туризмом на этапе стагнации их жизненного цикла, а также развитие индивидуализированного туристического потребления, имеющего специфические интересы [6].

Основываясь на уже вкратце представленных генетических, исторических, религиозных и культурных связях между Болгарией и Украиной, попытаемся предложить одно практическое приложение инновационных механизмов с целью оптимизации туристических интересов больших групп людей из обеих стран. Будем учитывать два фактора: с одной стороны растущий туристический интерес к Болгарии среди украинских граждан, а с другой – встречные интересы принимающих институций на нашей территории.

Интенсификация потоков туристов из Украины в Болгарию стала весьма заметной именно в последние годы. Агентство «Vesti.bg» (28.03.2013 года) цитирует болгарского заместителя министра экономики, энергетики и туризма Иво Маринова, который сообщает данные о том, что

в 2012 году Болгарию посетили 253 500 украинских граждан с целью туризма, что составляет 44% роста по сравнению с 2011 годом. По мнению болгарского министра иностранных дел Кристиана Вигенина, цитируемого другим болгарским информационным агентством – «Фокус» (05.07.2013 года) в следующем 2014 году ожидается увеличение численности украинских туристов еще на 40%.

На фоне этого очевидного стремления принять в гости все большее число людей из близкой нам страны, болгарское министерство экономики, энергетики и туризма сообщает, что в Украине существует дефицит информации о том, какого уровня сервис Болгария предлагает туристам для отдыха, оздоровления и культурно-исторического приобщения. Далеко не все украинские медиа популяризируют позитивный туристический и экономический образ Болгарии. Достаточно указать на публикацию в украинском журнале «Обозреватель» (цитата Агентства «Фокус», 31.07.2013 года), в которой утверждается: *«Болгарию не посещают зажиточные западные туристы и курорты становятся притонами криминальных элементов из Западной Европы, которые превращают в настоящий ад пребывание в местных гостиницах и ресторанах.»* По мнению издания, туристы из Англии, Германии и Чехии употребляют на болгарских курортах в огромных количествах алкоголь и наркотики и ведут себя непристойно на дискотеках. Все это, как заключают авторы статьи, создает большие проблемы болгарскому бизнесу и может привести к «масштабной катастрофе» недорогого болгарского туризма.

Научное переосмысление информации, поступающей от реального бизнеса, позволяет сделать вывод, что спасение туризма от вандалов без драматичного увеличения стоимости туристического продукта может осуществляться путем расширения спектра предлагаемых культурных аттракционов и дестинаций. По мнению С.Маринова «этническая сегментация» посещающих болгарское Черноморское побережье туристов показывает, что дополнительные экскурсии на объекты культурного туризма у нас были приоритетом, прежде всего среди немцев и израильтян, причем уменьшение потока туристов из этих стран вызывает все большее беспокойство. Следуя принципу активного применения инноваций в туристической практике, можно было бы подумать о создании топографической классификации болгарских исторических и культурных объектов. Оправданным было бы их предложить на украинском туристическом рынке самым адекватным образом. Мы, в частности, представим только одну инициативу, которая может послужить позитивной матрицей расширения культурно-познавательного туристического фонда, который Болгария предлагает Украине, а также выступить генератором познавательных историко-ностальгических настроений украинских туристов, посещающих Болгарию.

В апреле 2012 года исполнилось 135 лет со дня начала русско-турецкой войны 1877-1878 годов, которая принесла Болгарии освобождение от пятивекового османского владычества. По поводу этой годовщины в Софии был представлен изысканный альбом «Памятники признательности Освобождения Болгарии», подготовленный известным болгарским историком Стояном Райчевским. Ученый посвятил около десятилетия этому труду. В альбоме собраны и освещены самые значимые материальные и духовные следы, связанные с участием других народов в освобождении Болгарии. В издании содержится информация о памятниках погибшим офицерам и солдатам в освободительной войне: русским, украинцам, румынам, финнам, полякам, которые служили в разных частях российской армии. Посещение хотя бы части этих памятников могло бы превратиться в своеобразную форму «паломнического туризма» для украинцев, посещающих Болгарию. Подобные маршруты позволяют заинтриговать туристов, активировать у них историческое сознание, ощутить сакральный дух мест общей памяти, с которыми связаны судьбы двух народов.

Возвращаясь к теоретическим аспектам инноваций в современном мире, отметим несколько очевидных тенденций.

В первую очередь это переход от закрытых инноваций (полностью разрабатываются в закрытой бизнес среде) к открытым инновациям, которые создаются совместно с внешними партнерами на основе новых сетевых бизнес моделей. Здесь болгарский туризм может дать импульс своим украинским партнерам к активному сотрудничеству [4].

Все чаще актуальные потребительские инновации инспирируются опытом, знаниями и творчеством потребителя, самостоятельно принимающего участие в рыночных исследованиях. В

этом отношении украинский туристический рынок следует заново оценить со стороны болгарского туристического бизнеса и принять опцию, что его информированность, настроения и интересы подлежат более углубленному изучению.

Применение потребительских инноваций требует создания инфраструктуры, обеспечивающей эффективную коммуникацию и взаимодействие между потребителями и туристическими предприятиями. В этом направлении определяющую роль играют информационные, телекоммуникационные технологии и интернет. Методами получения информации от потребителей, основанными на он-лайн технологиях являются: анкетирование, фокус группы, группы экспертов среди потребителей, наблюдение, работа с потребительскими общностями, конкурсы, он-лайн панели и другое.

Для поиска и анализа инновационных идей, исходящих от потребителей, туристическим предприятиям необходимо целенаправленно осуществлять интернет мониторинг. Важно не упускать из внимания мощное влияние социальных медийных платформ (Facebook, Twitter, YouTube) и блогов на туристическое поведение групп и отдельных потребителей. Известно, что путешествующие блоггеры являются современными «новыми голосами» в туристическом бизнесе [9]. Около 40% туристов указывают, что комментарии в социальных сетях существенно влияют на их выбор туристических маршрутов, а более 50% действительно планируют поездки с учетом мнения и опыта других путешественников. Учитывая увеличивающуюся долю украинцев в общем потоке посещающих Болгарию туристов, все большую роль приобретает виртуальное партнерство отправляющих и принимающих институций. В результате этого партнерства формируется адекватный информационный банк, представляющий «болгарское предложение» «украинскому спросу», в том числе посещение памятников общей истории, возможных материализованных исторических и культурных встреч представителей двух народов.

Сегодня болгарский туризм делает успешные попытки идти в ногу с этими новыми тенденциями. В начале лета 2013 года болгарское министерство экономики и туризма сообщило о том, что в рамках общественных и бизнес-проектов на украинском рынке стартует рекламная кампания Болгарии с акцентом на культурно-познавательный, бальнео-, СПА и веллнесс туризм. Также предусмотрены несколько тематических туров для украинских туроператоров и журналистов. А на осень этого же года запланировано проведение интегрированных коммуникационных кампаний в Украине и других европейских странах, где есть стабильный интерес к болгарским туристическим дестинациям. На их реализацию будут израсходованы 5 947 520 левов (около 3 млн. евро). Идея состоит в том, чтобы привлечь фирмы, которые осуществят проекты и отдельные мероприятия, нацеленные на формирование позитивного имиджа болгарской туристической индустрии, повысят степень информированности потенциальных потребителей о Болгарии как дестинации с богатыми возможностями для летнего и зимнего отдыха, с древней культурой, историческими и архитектурными памятниками. Специально для Украины можно сделать акцент на памятниках, которые символизируют историческую и культурную близость двух народов.

Таким образом, подобная целенаправленная стратегия способствовала бы проспективному утверждению ретроспективных связей между Болгарией и Украиной и объединила бы обе страны в успешной реализации стратегии «Европа-2020», целью которой является строительство инновационной экономики, интеллектуальное и культурное развитие обществ.

#### **Список использованных источников и литературы:**

1. Антропов М., Белолипецкий В., Коростылева И. Современные инновационные стратегии и бизнес-модели компаний. / режим доступа [http://www.msu.ru/projects/amv/doc/h6\\_1\\_6\\_nom4\\_2.pdf](http://www.msu.ru/projects/amv/doc/h6_1_6_nom4_2.pdf)
2. Асман Ян. Културната памет. - София: Изд. Планета, 2000.
3. Гандев Христо. Българската народност през 15-ти век. Демографско и етнографско изследване. - София: Изд. Наука и изкуство, 1972.
4. Лурье С. В. Историческая этнология. - Москва: Изд. Аспектпресс, 1998.
5. Мутафчиева В., Божилов И, Косев К., Пантев А., Грънчаров Ст. История на България. - София: Изд. Абагар, 1998.
6. Наръчник на предприемача за вътрешен туризъм. Как да привлечаме и обслужваме български

- туристи. - София.
7. Никитин С.А. Очерки по истории южных славян и русско-балканских связей в 50-60-е годы XIX в. - Москва, 1970.
  8. Палей Т. Инновационный менеджмент. - Казань: Фолиант, 2011.
  9. Первова Н. Управление потребительскими инновациями в организациях. - / режим доступа [www.cfin.ru](http://www.cfin.ru)
  10. Прахалад С., Рамасвани В. Бъдещето на конкуренцията. Класика и стил. – София, 2009.
  11. Райчевски Стоян. Паметници на признателност за Освобождението на България. - София, 2012.
  12. Тадарьков Д. Актуални промени на туристическия пазар през XXI век.- Сборник с научни доклади „Предизвикателствата пред туризма. - София, 2012.
  13. Berthon P. Creative consumers: awareness, attitude and action. Journal of Consumer Marketing, Volume 28 (7): Emerald Publishing – Nov 1,2011.
  14. Campbell, C., Creative consumers: Awareness, Attitude Action Instrument Preliminary Results. / режим доступа <http://anzmac2010.org/proceedings/pdf/anzmac10Final00254.pdf>
  15. ITB World Travel Trends Report 2012/2013. [itb-berlin.com / library](http://itb-berlin.com/library)
  16. Marasco, A., B. Masiello, F. Izzo. Customer Interaction and Innovation in Creative-Intensive Business Services: a Framework for Exploring Co-innovation in Advertising Agency-Client Relationships. [www.reser.net/materiali/priloge/slo/marasco\\_et\\_al.pdf](http://www.reser.net/materiali/priloge/slo/marasco_et_al.pdf)
  17. Mark, L., C. Holloway, The Sales Learning Curve. [www.hbr.org](http://www.hbr.org)
  18. [www.mckinsey.com](http://www.mckinsey.com)
  19. The Future of Innovations: The Rise of the Creative Consumer. [www.economist.com/node/3749354](http://www.economist.com/node/3749354)

#### **B. KOPRYNAROV, D. RADOYNOVA**

### **BULGARIAN-UKRAINIAN RELATIONS RETROSPECTIVE AND PROSPECTIVE: HISTORICAL, ECONOMIC, CULTURAL AND TOURISM ASPECTS**

*The article examines the directions of the modern bulgarian-ukrainian cooperation in the field of tourism. It is shown the role of historical and cultural ties between the people in innovation activity.*

**Key words:** *Bulgaria, Ukraine, culture, tourism, innovation, communication.*

#### **Б.КОПРИНАРОВ, Д. РАДОЙНОВА**

### **БОЛГАРСЬКО-УКРАЇНСЬКІ РЕТРОСПЕКТИВНІ І ПРОСПЕКТИВНІ ЗВ'ЯЗКИ: ІСТОРИЧНІ, ЕКОНОМІЧНІ, КУЛЬТУРНІ І ТУРИСТИЧНІ АСПЕКТИ**

*В статті розглядаються напрямки сучасного болгарсько-українського співробітництва в галузі туризму. Показана роль традиційних культурних зв'язків між народами і можливості їх використання в інноваційній діяльності.*

**Ключові слова:** *Болгарія, Україна, культура, туризм, інновація, комунікація.*