



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ



Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013

[www.bgregio.eu](http://www.bgregio.eu)

Инвестираме във Вашето бъдеще!

Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма "Регионално развитие" 2007-2013, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие

## **АНАЛИЗ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ ОПИТ В ОБЛАСТТА НА АЛТЕРНАТИВНИЯ ТУРИЗЪМ**

*Представяне на добри практики  
в алтернативния туризъм*

октомври 2009 г.



## Съдържание

<b>1. ВЪВЕДЕНИЕ</b>	<b>2</b>
<b>2. ПОНЯТИЯ</b>	<b>3</b>
<b>3. МЕТОДОЛОГИЯ ЗА ИЗВЪРШВАНЕ НА НАСТОЯЩИЯ АНАЛИЗ</b>	<b>4</b>
<b>4. АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ</b>	<b>4</b>
4.1. Същност	4
4.2. Видове	5
4.3. Предизвикателства и тенденции в развитието на туризма в световен мащаб	6
4.4. Състояние на туризма в България – развитие на алтернативния туризъм	7
<b>5. ДОБРИ ПРАКТИКИ – СЪЩНОСТ</b>	<b>12</b>
<b>6. СЪСТОЯНИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНИТЕ ТЕРВЕЛ И КРУШАРИ</b>	<b>13</b>
6.1. Състояние на туризма в община Крушари	13
6.2. Състояние на туризма в община Тервел	15
<b>7. ОПРЕДЕЛЯНЕ НА ФАКТОРИ, ДЕФИНИРАЩИ ДОБРИ ПРАКТИКИ В АЛТЕРНАТИВНИЯ ТУРИЗЪМ</b>	<b>17</b>
<b>8. ДОБРИ ПРАКТИКИ</b>	<b>18</b>
8.1. Европейски съюз	18
8.1.1. Италия – община Спечия	18
8.1.2. Испания - област Наваре, община Лумбиер	19
8.1.3. Испания - Проект „ Селски туризъм АМБЕР”	20
8.1.4. Австрия – Пиелахтал	21
8.1.5. Гърция – община Галаксиди	23
8.1.6. Мрежа от геопаркове	25
8.1.7. Полша – Долината Карпия	27
8.1.8. Финландия – Дивата Тайга	28
8.1.9. Ирландия – община Клонакилти	30
8.1.10. Малта - община Надур	31
8.1.11. Румъния - Област Хатег и Национален парк Ретезат	33
8.2. България	34
8.2.1. Община Смолян - Клъстер - "Туризъм Родопи - БГ"	34
8.2.2. Община Карлово	36
8.2.3. Община Суворово и Каолиново – проект „Планиране на местното икономическо развитие на община Суворово и община Каолиново”	38
8.2.4. Община Разлог – проект „Алтернативен туризъм между четири планини в България и Македония”	40
8.2.5. Община Луковит - Геопарк Искър Панега	41
8.2.6. Община Враца – увеселителен парк „Приказката”	42
<b>9. МОДЕЛ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНИТЕ КРУШАРИ И ТЕРВЕЛ</b>	<b>44</b>
<b>10. ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ</b>	<b>47</b>

## 1. Въведение

Настоящият анализ е подготвен по проект „Споделяне на успешни европейски практики в алтернативния туризъм - ключ към устойчиво регионално развитие в общините Крушари и Тервел”, финансиран по Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г.

Общата цел на настоящия проект е *Насърчаване и подпомагане развитието на туризма на местно ниво в общините Крушари и Тервел от Североизточна България, чрез междурегионално сътрудничество с гръцкия партньор Община Ефкарпия*. По-конкретно, проектът цели:

- Да се установят контакти и да се развие устойчиво партньорство с община от друг регион на ЕС, извън България, за да се споделят знания, опит и най-добри практики в сферата на туризма;
- Да се разработи дългосрочна стратегия и методология за проучване и адаптиране на най-добри европейски практики и benchmarking анализи в сферата на туризма за двете общини от Североизточна България, заимствайки предимствата на споделените от гръцкия партньор ноу-хау и най-добри практики;
- Да се подобри използването на културните и природни забележителности и използването им за устойчивото развитие на туризма на местно и регионално равнище.

Понастоящем общините Крушари и Тервел разполагат с богат потенциал за развитието на алтернативен туризъм, който за съжаление не е развит поради исторически заложеното развитие в областта на селското стопанство и силното обезлюдяване на региона. След приемането на България в Европейския съюз и използвайки възможностите за регионално развитие, които дават Структурните фондове се създават условия за двете общини да преодолеят своята изолираност чрез подобряването на инфраструктурата и развитието на алтернативни форми на туризъм. По този начин се инициира създаването на нови контакти, партньорства, обмяна на ноу-хау, опит и добри практики извън рамките на страната.

Чрез изготвянето на настоящия анализ се цели:

- Изследване на предизвикателствата, пред които е изправен алтернативния туризъм и на тенденциите в неговото развитие;
- Събиране на данни относно добрите практики и иновативни методи, които се прилагат на европейско ниво в областта на алтернативния туризъм;
- Идентификация на добри практики в развитието на алтернативния туризъм в Европейския съюз и други региони на страната;
- Оценка до каква степен идентифицираните добри практики са подходящи за прилагане;
- Изготвянето на модел за развитието на туризма в общините Тервел и Крушари.

На база на настоящия анализ, както и използвайки информация от предварително изготвения Анализ на потенциала на българските общини Крушари и Тервел за развитие на туризъм, ще бъде изготвена Дългосрочна стратегия за адаптиране на добрите практики в сферата на туризма в трите общини от България (Крушари и Тервел) и Гърция (Ефкарпия).

В рамките на настоящия анализ са разгледани 11 добри практики от 9 различни европейски държави (Италия, Испания, Австрия, Гърция, Полша, Финландия, Ирландия, Малта и Румъния) и 6 практики от 7 български общини (Смолян, Карлово, Суворово, Каолиново, Разлог, Луковит и Враца). Предложените добри практики засягат теми, като:

- Създаване на иновативни продукти;
- Въвеждане на алтернативни източници на енергия;
- Инициране на програми за обучение в областта на селския туризъм;
- Развитие на селска община като туристическа дестинация;
- Създаване и реализиране на стратегия за развитие на алтернативен туризъм;
- Развитие на риболовен и орнитоложки туризъм;
- Развитие на гео- и еко-паркове;
- Развитие на мрежи в сферата на еко-туризма и др.

За всяка практика е извършена оценка на нейната приложимост в двете целеви общини Крушари и Тервел.

На базата на анализиранияте практики е изготвен „Модел за развитие на туризма в общините Тервел и Крушари”, където са предложени мерки за подобряване на туристическата инфраструктура, повишаване капацитета на човешките ресурси и подобряване предлагането на туристически продукти.

## 2. Понятия

За целите на настоящия анализ бяха използвани следните понятия:

<b>Туризъм</b>	Туризмът включва всички дейности на хората за една календарна година, свързани с пътуване и отсядане на места извън тяхното обичайно местоживеене с цел развлечение, по работа и с други цели (Източник: Световната организация по туризъм)
<b>Алтернативен туризъм</b>	Алтернативните форми на туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажиране на човешкия ресурс.
<b>Туристическа дестинация</b>	Туристическа дестинация е място, на което посетителят прекарва поне една нощувка. Понятието включва туристически продукти, като услуги по настаняване, атракции и туристически ресурси в рамките на един ден път. Туристическата дестинация има физически и административни граници, които определят нейното управление, изглед и атмосфера, определящи нейната пазарна конкурентоспособност. Туристическите дестинации обединяват различни заинтересовани лица, често включващи хотелиерската общност и могат да се обединяват в мрежи с цел създаването на по-големи дестинации.
<b>Туристически продукт</b>	Дейности и преживявания, предназначени за туристи по време на тяхното пътуване, предоставяни на базата на природни, културни и други блага.

<b>Маркетинг на туристическа дестинация</b>	Това обхваща набор от дейности, подпомагащи местните органи в усилията им за развитие на местната туристическа дестинация: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Разработване на регионални стратегии за развитие на дестинацията;</li> <li>- Създаване на регионална идентичност и марка;</li> <li>- Въвеждане на единна регионална система за маркировка;</li> <li>- Въвеждане на екологични стандарти за туристическите услуги;</li> <li>- Подкрепа на организациите и мрежите, основани на принципа на партньорство;</li> <li>- Дейности по изграждане на капацитет в местните туристически асоциации, туристически браншови съюзи и общини.</li> </ul>
<b>Добра практика</b>	Утвърден набор от ценности (утвърдена и с доказан резултат практика), които водят до ефикасно и ефективно използване на наличните ресурси за постигане на качествени резултати на местно ниво. Приетите добри практики трябва да отразяват стандартите за предоставяне на услуги, когато съществуват такива.
<b>Benchmarking</b>	Процес на сравняване на практиките на изследваната организация с реализирани добри практики или стандарти на съпоставими организации.

### 3. Методология за извършване на настоящия анализ

При изготвянето на настоящия анализ бяха използвани следните основни методи:

- [ Дефиниране на понятия, на база на които се извършва настоящия анализ;
- [ Проучване състоянието на туризма в България и на световно ниво чрез публични източници на информация;
- [ Определяне на фактори за извършване на настоящото изследване;
- [ Дефиниране на туристическия профил за община Крушари на база на идентифицираните фактори;
- [ Идентифициране на добри практики от България, Румъния и Европейския съюз на база на факторен анализ;
- [ Benchmarking анализ.

### 4. Алтернативен туризъм

#### 4.1. Същност

Не съществува единна дефиниция за алтернативен туризъм. Предложението, дадено от Българската асоциация за алтернативен туризъм е:

*„... алтернативните форми на туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия*

*туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажиране на човешкия ресурс.”*

Алтернативният туризъм има две изключително характерни особености. Той е:

- **Устойчив** - има за цел не само да намали до минимум въздействието върху биологичната среда, но и да формира възгледите на туристите преди и по време на пътуването им, както и да предизвиква природоопазващи туристически практики още в етапа на концепцията в пазарите, генериращи туристи. Това е свързано с еволюцията в туризма, която е съобразена, от една страна, с интересите на посрещащите, а от друга, с посетителите. Всички дейности в зоната на посрещане трябва да са съобразени с пределния капацитет на природните ресурси, т.е. да се спазва принципа за колкото се може по-икономично използване на ресурсите.
- **Солидарен** - отговорният и солидарният туризъм поставят в центъра на пътешествието човека и съприкосновението с него. Участието на местното население в различните фази на даден туристически продукт, уважението към човешката личност, културата и природата, както и по-равностойното разпределение на печалбите от туристическата дейност са основите на устойчивият солидарен туризъм.

Основните характеристики на **алтернативния туризъм** са:

- Дребномащабен с контролирано и регулирано развитие;
- Голямо разнообразие от дейности на индивидуална или независима база;
- Получаване на опит за местното наследство и запазване на традиционните ценности.

Според Европейския съюз, устойчиво туристическо развитие е това, което посреща настоящите нужди, без това да пречи на бъдещите поколения да задоволяват своите нужди. То трябва да бъде благоприятно за околната среда, икономически изгодно и социално справедливо към местната общност. Активното участие на туризма изисква съвместни действия и участие на всички публични и частни институции, както и ефективно координиране на механизмите на всички нива (местно, регионално, национално и др.). Специалните форми на туризъм не заменят масовия туризъм, а добавят стойност към туристическия продукт, като го обогатяват, разширяват и диференцират. Специалните форми на туризъм се влияят от политическата среда, която създава нови тенденции в търсенето и кара факторите на туристическото предлагане да се адаптират към нови потребителски стандарти.

#### **4.2. Видове**

Форми на алтернативен туризъм са:

- Селски
- Екологичен
- Планински
- Приключенски (преходи с колело, на кон, със ски и снегоходки, спускане с лодки, гмуркане, спускане в неосветени пещери, преминаване на алпийски маршрути с водач)

- Тематичен, напр. свързан с културно-историческото наследство, туризъм свързан с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти.

Специалните форми на туризъм са представени систематизирано в Табл. 1 .

**Таблица 1. Специални форми на туризъм**

Г Социален туризъм	Г Здравословен туризъм
Г Агротуризм	Г Културен туризъм
Г Туризм за възрастни хора	Г Образователен туризъм
Г Пътувания на хора в неравностойно положение	Г Посещения на организирани туристически селища (клубове по интереси)
Г Спортен туризъм	Г Бизнес туризъм
Г Трекинг туризъм	Г Планински-ски туризъм
Г Мореплавателен туризъм	Г Посещения на тематични паркове
Г Еко-туризъм	Г Религиозен туризъм
Г Приключенски туризъм	

#### **4.3. Предизвикателства и тенденции в развитието на туризма в световен мащаб**

По данни на периодичните доклади на Световната организация по туризъм, от 140 държави-дестинации, посещенията на чуждестранни туристи са намалели с около 7% в целия свят през последната година. Броят на чуждестранните туристи е достигнал 500 милиона души за периода януари-юли 2009 г. в сравнение с 540 милиона за същия период през 2008 г. Текущото ниво на посещения е между стойностите за 2007 г. (514 млн) и 2006 г. (488 млн).

Потреблението на туристически услуги бележи отрицателен ръст за всички страни през първите 7 месеца на 2009 г. Районите в Северна Африка и териториите, намиращи се южно от пустинята Сахара са единствените реализирали положителен ръст в областта на туризма. Най-тежко засегнати са Южна Азия, Северна Америка, Северна, Южна, Средиземноморска, Централна и Източна Европа, както и Близкият Изток. Данните сочат, че най-ниската точка в развитието на туристическия сектор, вече е отмината. За това свидетелстват отчетените стойности за месец юли, които показват относително подобрене в сравнение с предходните месеци – спадът в туризма е едва 4%, в сравнение с 10% през май и 7% през юни.

Друго доказателство за това е намалелият спад в покупката на билети от 3% през юли до 1% през август 2009 г. (в сравнение със 7% през предходните май и юни). За втората половина на септември, самолетните компании са резервирани 270 млн. места, което е растеж от 1,4% в сравнение със същия период на миналата година. Асоциацията на европейските авиолинии докладва за спад в приходите от пътнички километри от 3,9% през януари до 8,8% през февруари 2009 г. Тъй като пътуванията на къси разстояния са засегнати още по-силно, то спадът в пътниците е от 8% през януари на 11% през март 2009 година. Наскоро проведени проучвания сочат, че Франция, Германия, Италия, Дания, Испания и Великобритания отчитат най-голям спад във вътрешно-европейските маршрути.

Спадът в настаняването за Европа и Азия е достигнал съответно 6% и 3% за месеците юли и август 2009 г., в сравнение с двуцифрените стойности преди шест месеца. На територията на Европа най-голям спад в нощувките бележат хотелите в



градове като Лондон, Амстердам и Прага, най-вече поради намалелите бизнес посещения. Най-слабо засегната е Западна Европа със спад в ношувките от 9%.

Развлекателният туризъм ще бъде ограничен от загубата на работни места и доверие сред потребителите, придружено от огромния спад в благосъстоянието през последната година. Повечето европейци са запазили своите работи и се възползват от ниските лихвени проценти, за да намалят своите ипотечни вноски. Повечето домакинства все още пътуват, но техните ваканции са с по-кратка продължителност, на по-близки дистанции и с изгодни отстъпки.

Изчислено е че над 25% от европейските туристи търсят нови и алтернативни туристически продукти.

Най-тежко засегнати ще продължат да бъдат бизнес пътуванията.

Изследванията сочат, че ще са необходими близо две години, за да се достигнат нивата, реализирани през 2008 година. Това, разбира се, изключва фактора свинския грип, който може да засегне значително туристическият сектор.

### ***Перспективи***

Последните икономически данни сочат че световната икономика започва да показва белези на възстановяване. Въпреки че най-лошото се предполага, че е отминало, предстоят още много предизвикателства. Експертите предупреждават, че възстановяването може да е много бавен процес, както и че глобалната финансова криза твърде вероятно ще остави дълготрайни белези върху световната икономика. Очакванията за 2009 г. са за спад в туризма от [-6%] до [-4%].

Съзнавайки, че този сектор може да бъде средство за икономическо възстановяване, много страни прилагат различни стимулиращи мерки, като намаляване на таксите, подобряване на транспортните съоръжения, създаване на финансови системи в подкрепа на туристическите компании, повишаване на заетостта и др. В Европа за стимулиране на туризма залагат на ниски цени на горивата, отстъпки в цените и активна ангажираност от страна на правителството. Туризмът трябва да заема централно място в прехода към „Зелена икономика“, допринасяща за развитието на чистите от въглерод дейности, създаване на работни места в управлението на околната среда и изграждането на енергийна ефективност.

Световната организация по туризъм е съставила „Карта за възстановяване“, която съдържа 15 препоръки, базирани на 3 области на действие: гъвкавост, стимули и зелена икономика – набляга се на това, че секторът може да подкрепя краткосрочни стимулиращи дейности, особено целящите създаването на устойчиви работни места.

#### **4.4. Състояние на туризма в България – развитие на алтернативния туризъм**

Туризмът остава най-динамичното перо на българската икономика, осигуряващо нови работни места и стабилни приходи в държавния бюджет. За чужденците България е евтина и достъпна туристическа дестинация, поради което интересът от тяхна страна е налице. Приходите от международен туризъм през периода януари – юли 2009 г. възлизат на 1 417 млн. евро, което е с 2,6% по-малко в сравнение със същия период на 2008 г. Въпреки растежа в отрасъла обаче, за втора поредна година хотелиери и туроператори отчитат слаб летен сезон. Спрямо същия период на 2008 година спадът на броя на чуждестранните туристи е с 3,9%, като спадът в посещенията на граждани на Европейския съюз е 1,7%. През периода януари - юли 2009 г. България е посетена от 3 199 407 чуждестранни граждани (без

транзитно преминалите), като 2 387 558 от тях са граждани на държави-членки на ЕС. Запазва се стабилността на туристите от ЕС, които посещават България. Има страни, при които се отчита увеличение на туристите, като Германия - с почти 17% и Русия - с 18%. Отчита се ръст на туристите от Полша - с 48%, Беларус – 64%, както и от Молдова, Чехия и Унгария.

През първото тримесечие на 2009 г. в страната са функционирали 1 975 средства за подслон и места за настаняване с над 10 легла - хотели, мотели, къмпинги, хижи и други места за краткосрочно настаняване. Броят на стаите в тях е 55,6 хил., а на леглата – 118,6 хиляди по данни на Националния статистически институт. В сравнение със същия период на 2008 г., общият брой на средствата за подслон и местата за настаняване нараства с 262 (15,3%), като най-голямо е увеличението в групата "Други места за краткосрочно настаняване" - със 134 (24,6%), следвано от хотелите - със 120 (11,5%).

Броят на реализираните нощувки през първото тримесечие на 2009 г. във всички средства за подслон и места за настаняване намалява с 205 хил. (11,2%) в сравнение със същия период на 2008 г. и достига до 1 632 хиляди. През първото тримесечие на 2009 г. реализираните нощувки от български граждани в средствата за подслон и местата за настаняване намаляват с 52 хил. (5,6%) спрямо първото тримесечие на 2008 г. до 982 хиляди.

Броят на реализираните нощувки от чужденци в средствата за подслон и местата за настаняване намалява с 19,0% спрямо първото тримесечие на 2008 година. Повече нощувки са реализирали гражданите на: Исландия - 10 пъти, Словакия - със 72,1%, Румъния - с 48,3%, Китай - с 20,7%, Унгария - с 19,8%, Люксембург - с 18,3%, Словения - с 14,1% и други. Намаляват нощувките на чужди граждани в средствата за подслон и местата за настаняване от Естония - с 73,1%, Малта - с 72,2%, Белгия - с 68,0%, Латвия - с 56,7%, Ирландия - с 50,9%, Литва - с 39,9%, Турция - с 39,2%, Испания - с 33,3%, Норвегия - с 28,6%, Кипър - с 27,2%, Русия - с 25,6%, Великобритания - с 23,6%, и други. През първото тримесечие на 2009 г. намалява и броят на пренощуващите лица в средствата за подслон и местата за настаняване с 85 хил. (10,6%) и достига до 713 хил., от които 71,4% са български граждани. Броят на пренощуващите чужденци в средствата за подслон и местата за настаняване намалява с 48 хил. (18,9%) спрямо същия период на предходната година. Най-висок е делът на нощувалите граждани от Великобритания (25,9%).

Почти всички чужди граждани (99,4%) са предпочели да нощуват в хотели, а в останалите средства за подслон (къмпинги, хижи и други места за краткосрочно настаняване) са нощували само 0,6% от тях. Общата заетост на леглата в средствата за подслон и местата за настаняване през първото тримесечие на 2009 г. намалява с 2,7 пункта спрямо същия период на предходната година и достига 16,3%.

През първото тримесечие на 2009 г. приходите от нощувки в средствата за подслон и местата за настаняване общо за страната намаляват с 11,1% г. в сравнение с първото тримесечие на предходната година и достигат до 79 млн. лв., като приходите от реализираните нощувки от чужди граждани намаляват с 24,7% до 37,5 млн. лв.

### ***Алтернативен туризъм в България***

България разполага с третото по обем културно наследство в Европа (след Гърция и Италия). В страната са идентифицирани над 40 000 исторически, етнографски и културни обекта, като има огромни възможности в развитието на СПА и Уелнес-индустрията. Характерна особеност за СПА туризма в България е, че той се базира в голямата си част на минералната вода (регистрирани над 8 000

минерални извора), докато в редица държави е основан на свободно течащата или изворната вода.

Днес културният туризъм носи от 5 до 7 пъти е по-големи приходи в сравнения с традиционния. Този вид туризъм определя облика на нашата страна в чужбина. Приходите от екологичен, приключенски и селски туризъм на чуждестранните туристи, посетили през 2009 г. България, са между 13 и 15 млн. евро. Това е над 1,5% от приходите в целия национален туризъм. По данни на Българската асоциация за алтернативен туризъм, годишно страната ни посреща около 10 хиляди чуждестранни любители на приключенския и селския туризъм. Причината за този огромен интерес, разбира се, са природните красоти на България. Делът на индивидуалните туристи е 30%. За разлика от чуждестранните гости, пребивавали у нас средно 8-10 ваканционни дни, българите, предпочели нетрадиционните дестинации и селския туризъм, почиват по-кратко, обикновено през уикенда. Експертите отчитат, че селският и алтернативният туризъм като цяло се поддържат най-вече от българския потребител. За това спомага факта, че през изминалите няколко години стана модерно да прекараш уикенда или ваканцията си в къща за гости сред природата. Семействата с малки деца предпочитат да наемат цели вили, разполагащи с детски кът за игра. Фирмите, опериращи на българския пазар, пък все по-често организират своите тийм билдинги на село.

Причината за спада в разглеждания отрасъл се крие в нерегламентираното строителство на хотелски комплекси по българското Черноморие и в планинските курорти. Някогашните тихи и уютни кътчета за отдих сред запазената природа все повече се презастрояват, което намалява привлекателността на туристическата дестинация. В момента страната ни разполага с над 1 милион хотелски легла. Само за второто тримесечие на 2008 г. са открити 91 нови хотела. Съществува тенденция ръстът на строителството на почивни бази да изпреварва този на туристите, вследствие на което в пика на летния сезон много морски хотели са останали празни, а техните собственици - изправени пред фалит.

Въпреки това, безконтролното строителство на нови хотели и вилни селища продължава. Представители на бизнеса и на браншовите организации изтъкват необходимостта от увеличаване на бюджета за национална реклама, възлизащ на около 2 млн. евро годишно, сравнен с този на Турция и Гърция, които разполагат с по над 40 млн. евро годишно. Втората пречка за развитието на туристическия сектор е сивият сектор и нелоялната конкуренция в отрасъла. В допълнение, слабо развитата инфраструктура също е един от основните проблеми за развитието на отрасъла.

Българските експерти препоръчват създаването на две предпоставки - първо, премахване на пречките пред стартирането на нов туристически бизнес и даване на път на младите, на новите идеи, атракции и продукти. Второ, справяне с големия сив сектор, който допринася за развитието на нелоялна конкуренция, корупция и престъпност.

Препоръките на Европейската комисия за развитието на туризма в близко бъдеще са свързани с разработването на програми, базирани на гастрономията и виното, с популяризирането на малките градове и селища със запазена архитектура, както и чрез различните местни фестивали, празници и културни изяви.

### ***Стратегия за развитие на културния туризъм в България***

Интересен подход за идентифициране на сравнителните предимства на България и за превръщането им в конкурентни, дава разработеният Стратегически план за развитието на културния туризъм в България. Документът е подготвен в

периода 2007-2009 г., като в разработването му са взели участие български и италиански експерти. Този документ ще стане основа за развитието на туристическият сектор в страната до 2013 г.

В Планът се дефинират някои явления, които в резултат на икономическата криза ще определят облика на туризма в световен мащаб през следващите 2 до 3 години. Те са взети предвид и при извършването на настоящия анализ, а именно:

- Пътуванията ще бъдат извършвани до по-близки дестинации предвид свързаните с това разходи, като ще се предпочитат национални пътувания пред далечни и презокеански такива;
- Пътуванията до близки и познати, на независими и често пътуващи туристи с конкретни интереси, ще се възстановят по-бързо;
- Продължителността и общите разходи по пътуванията ще намалеят както по абсолютна стойност, така и по обем;
- Цената ще остане основен фактор на конкурентноспособността, като ще се предпочитат дестинации с по-висок паритет на покупателната способност на местната валута (т.е. в които с единица валута ще се получава по-голям обем от продукти и услуги в сравнение с други дестинации);
- Броят на покупките в последния момент ще се повиши вследствие на несигурността (намаляване на срока на планиране на почивката предвид текущото икономическо състояние на туриста); отлагане на решението до последния момент или в очакване на подходяща промоция;
- Туристическите фирми ще предлагат продукти с по-ниска ценова стойност с цел генериране на повече продажби за запазване на тяхната конкурентноспособност;
- Съвместната работа между публичния и частния сектор, между дестинациите и туроператорите ще бъде от особено значение в състезанието между обектите за настаняване и за предлагане на почивки и туристически услуги.

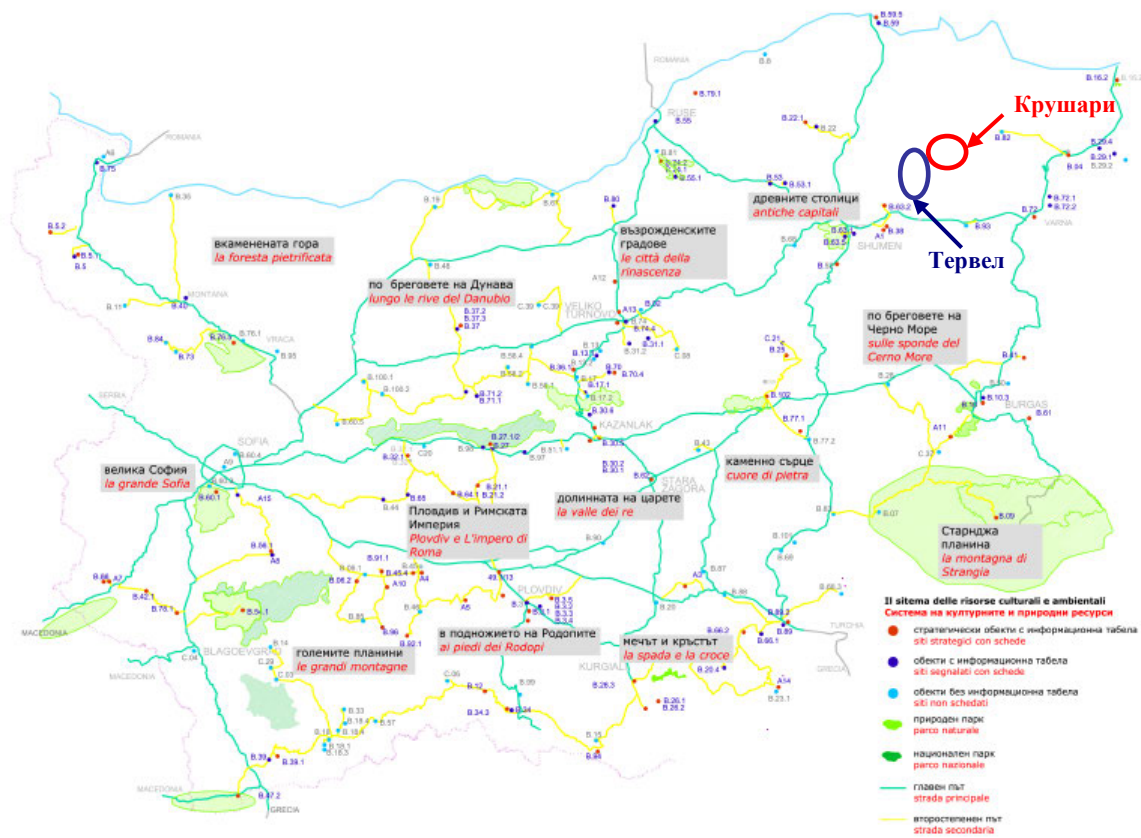
Българските курорти и места за настаняване и почивка имат следните предимства, които поставят страната ни сред конкурентните доставчици на услуги:

- България има уникално и все още не достатъчно разработено от туристическа гледна точка културно-историческо наследство;
- Регионалното представяне на туризма е добре развито на базата на активната работа на редица местни туристически асоциации;
- Географското положение е подходящо предвид стойността на транспортните разходи, които са сравнително еднакви за туристи от Западна и Централна Европа, Русия и Близкия Изток, които се едни от основните изходящи дестинации за туристи в тази част на света;
- България има редица морски курорти, които са входящи точки за големи обеми от туристопотоци и позволяват разпределянето им във вътрешността на страната на база на тематичния туризъм;
- Има отлично съотношение между цената на туристическия продукт и неговото качество.

В този смисъл страната ни разполага с достатъчно предимства, които да обосноват привлекателността ѝ както за местните, така и за чуждестранните туристи. Освен това, пазарът на туристически услуги за хора, търсещи автентичен туристически продукт, различен от масовия, се увеличава точно в периоди на намаление на финансовите ресурси, когато хората поставят приоритета на вътрешното преоткриване и на търсенето на нови преживявания.

В Стратегическия план, с цел локализиране на туристическия ресурс се дефинират ограничен брой културни системи, които дават възможност за концентриране и промоция на туристическия продукт.

**Фиг. 1. Локални културни системи в България**



Източник: Стратегически план за развитието на културния туризъм в България, 2009

Съгласно Стратегията, територията на страната е разделена на 13 области, наречени "локуси", всяка от които има специфични културни ресурси. Това са:

- [ "Велика София"
- [ "Долината на царете"
- [ "Възрожденският град" (Велико Търново и Пловдив)
- [ "По бреговете на Дунава" (Плевен и Русе)
- [ "Каменно сърце" (Стара Загора и Сливен)
- [ "Древните столици" (Мадарския конник)
- [ "По бреговете на Черно море"
- [ "Странджа планина"
- [ "Мечът и Кръстът" (Мадарския конник)
- [ "Пловдив и Римската империя"
- [ "Портата на Родопите"
- [ "Големите планини"
- [ "Вмаменената гора"

Тези "локуси" обхващат 500 културно-исторически обекта, като в рамките на стратегията са разработени и досиета на 300 археологически обекта, съставляващи 80% от археологическото наследство на страната.

От гледна точка на своето местоположение, общините Крушари и Тервел се намират между две културни системи, а именно между "Древните столици" и "По бреговете на Черно море" и може активно да се възползват от ресурсите, които те предоставят.

Чрез създаването на Стратегия за развитие на културния туризъм се цели изграждането на връзката между бизнеса и културното наследство, т.нар. публично-частни партньорства. Тя е инструмент за изпълнителната власт, кметове, туроператори, за всички, имащи отношение към културното наследство на България. Уникалността на този продукт е, че той е универсален и може да се ползва от широк кръг потребители, ще помогне за развитие с ускорен темп на културната индустрия. Стратегията трябва да допринесе за подчертаване на идентичността, специфичността и богатството на културните, историческите, археологическите и природните ресурси на България, да свърже ресурсите на една област в обща рамка и да ги превърне във фактор за усилване на туристическата атрактивност и за икономическо развитие.

Финансирането на заложените в стратегическия план дейности ще се извършва от държавния бюджет, както и по оперативните програми от структурните и Кохезионния фонд на ЕС, главно програмата "Регионално развитие".

Стратегията съдържа раздел за местната власт – всяка общинска управа може да види кои туристически обекти на нейна територия трябва да развива приоритетно, както и какви средства от еврофондовете са предназначени за тази дейност.

Като основни пречки пред развитието на културния туризъм у нас при разработването на Стратегията са идентифицирани лошата инфраструктура – разбити пътища, хотели и места за отдих без канализация. Друг недостатък на туристическия продукт у нас е ниско квалифицирания персонал.

## **5. Добри практики – Същност**

Добрите практики е техника/метод/процес/действие, което се счита за по-ефективно при предоставянето на конкретен резултат от всяка друга техника, метод или процес. Идеята се състои в това, че с провеждането на подходящи процеси, проверки, тестове, може да се получи желания краен резултат с по-малко проблеми и непредвидени усложнения. Добрите практики могат да се определят, като най-ефикасен (с най-малко усилия) и ефективен (най-добри резултати) начин за изпълнението на задача, базирана на повтаряеми процедури, доказани във времето пред широк кръг от хора.

Въпреки нуждата от подобрението на процесите във времето, добрите практики се считат за бизнес понятие, използвано при описването на процеси на развитие и следване на стандартен път за изпълнение на дадена практика, които много организации могат да прилагат в своето управление, организационни политики и особено в сферата на информационните технологии.

С еволюцията на понятието постепенно терминът „добри практики“ става носител на смисъла ”добри идеи”.

## 6. Състояние на туризма в общините Крушари и Тервел

### 6.1. Състояние на туризма в община Крушари

Община Крушари се намира в източната част на Дунавската равнина в рамките на област Добрич, състои се от 19 населени места с обща площ 417,5 км<sup>2</sup>. Административният ѝ център е с. Крушари. Общината граничи на север с Република Румъния, на изток с Община Ген. Тошево, на запад с Община Кайнарджа обл. Силистра и Община Тервел, на юг граничи с Община Добричка. Крушари се намира на 32 км. от областния център, на 85 км. от гр. Варна, на 70 км. от градовете Балчик и Силистра.

Фигура 2. Основни населени места в община Крушари



Източник: Министерство на държавната администрация и административната реформа

### Потенциал за развитие на туризъм

- **Еко-туризъм** – изключително чиста околна среда, незамърсени води, въздух и почва. В общинската стратегия за развитие е заложено определянето на някои райони на общината за защитени. Местността „Сухата река” предоставя възможности за развитието туристически маршрути, постройки за наблюдение на птици и развитието на любителски риболов.
- **Ловен туризъм** – заложено е обогатяването на местната флора и фауна.
- **Селски туризъм** – в общината селското стопанство е водещ отрасъл и източник за препитание на местното население. В общинската стратегия за развитие 2007 – 2013 г. е заложено неговото стимулиране и развитие като приоритетно.
- **Културно-исторически туризъм** – на територията на общината има 19 археологически забележителности, сред които укрепени селища, римски път, некрополи, Крепост Залдапа (най-големият укрепен античен център в земите на днешна Добруджа), Светилището на Каиб деде в с. Поручик Кърджиєво, Двубредното светилище Мустафа Канаат – Св. Илия край с. Александрия, известно още като „Текето”, Светилището на Каиб Деде в с. Поручик Кърджиєво, манастир „Св.Пророк Илия” край



село Александрия, местност „Сухата река”, където са открити редица пещери и скални манастири (напр. манастирът “Гяур евлери”, чието име означава “християнски къщи”). В културен план голямо значение за посетителите има провеждането на регионалния фолклорен събор в местността “Текето”.

### **Състояние на туристическата база**

Транспортната инфраструктура не е в особено добро състояние, тъй като голяма част от преобладаващите пътища са III и IV клас. Съществуват редица пътища както в населени, така и в междуселски области, които не са асфалтирани.

Крушари се характеризира със сравнително ниско ниво на човешките ресурси, необходими за развитието на туристическия сектор. Това е общината с най-малобройно население в област Добрич (6092 души за 2004 г.), като съществуват села с население под 50 души. Населението показва тенденция на застаряване. В община Крушари етническият състав е 42% българи, 40% турци, 13% роми и 5% неопределили се. Общината се характеризира с висока степен на търпимост между отделните етноси и липса на етнически конфликти.

Образователното ниво в община Крушари е сравнително ниско, като едва 2,5% от населението има висше образование, а преобладаващата част е с начално и основно образование. На територията на общината има 4 училища – 3 основни и 1 средно образователно училище. Жителите на общината имат ограничени възможности за получаване на знания и умения в сферата на туризма.

В общината няма развит достъп до интернет, съвременна литература, театри и кина, което е благоприятен фактор за развитието на автентичен еко- и селски туризъм, далеч от градския шум, създавайки атмосфера на уединение и отмора.



Изключително благоприятното съчетание на природо- климатичните условия в региона са реална предпоставка за високата степен на развитие на селското стопанство. То винаги е било и сега също е един от приоритетните отрасли в икономиката на общината. Селското стопанство е застъпено във всички селища на общината и има важна роля за цялостното ѝ развитие, като остава единствен и основен източник на доходи за населението. Развитото селско стопанство, което е предпочитаният източник на доход за местното население, създава предпоставки за развитието на селски туризъм. За това допринасят и планираните мерки за развитието на сектора от страна на общинската администрация.

### **Потребности за действия в областта на алтернативния туризъм**

- Създаване на общинска програма за алтернативен туризъм, в която да се експонира културно-историческото и природното ни наследство;
- Създаване на специализирана инфраструктурна схема благоприятстваща развитието на туризъм в общината;
- Проучване на интегрирани природно-културни маршрути на територията на общината и Североизточния район;
- Включване на местното население в развитието на туристическия сектор - информиране на населението за възможните инициативи и достъпните



- финансови източници за изграждане на туристическа инфраструктура и предлагане на туристически услуги;
- Промоция и реклама на туристически продукти за привличане на инвеститорски интерес;
- Обучение на специалисти в интерпретиране и маркетинг на културно - историческото и природното наследство;
- Създаване на общински туристически информационен център за предлагане на туристически услуги;
- Проучване, обогатяване и популяризиране на видовия състав на флората и фауната в територията на общината;
- Изграждане на екотуристическа инфраструктура - направа на екопътеки, пейки, детски площадки, места за палене на огън, биваци и др. съоръжения с цел опазване на биологичното разнообразие.

## 6.2. Състояние на туризма в община Тервел

Община Тервел се намира в Североизточна България, като заема западната част на Добричка област с обща площ от 579,7 кв. км. Надморската височина е от 50 до 300 м. На север и северозапад общината граничи с общините Дулово, Алфатар и Кайнарджа от област Силистра, на изток с Крушари и община Добричка от област Добрич, на юг с Вълчи дол от област Варна, и на югозапад с Никола Козлево и Каолиново от област Шумен. Административният център град Тервел се намира на 42 км от областния център - гр. Добрич, на 91 км от морското пристанище Варна и на 58 км от дунавското пристанище Силистра. Най-близката ж.п. гара в гр. Дулово отстои на 32 км от град Тервел. Редовни автобусни линии свързват общинския център с областните градове Добрич, Варна, Шумен, Русе и Силистра.

### Фигура 3. Основни населени места в община Тервел



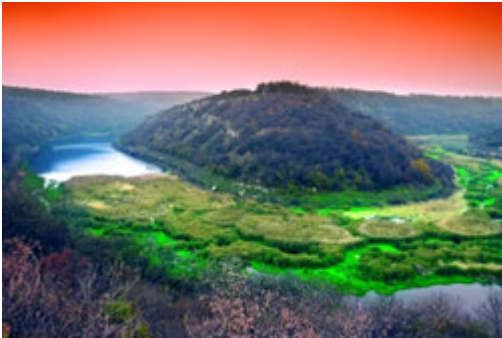
*Източник: Министерство на държавната администрация и административната реформа*

### Потенциал за развитие на туризъм

Община Тервел и районът около нея разполага с богат потенциал и неусвоени ресурси за развитие на туризъм. Основна тежест имат природните ресурси. На територията на общината има редица атрактивни ландшафти и феномени. Повечето от тях са подходящи за развитие на туризъм и отдих.

Общината има потенциал за развитие на следните форми на алтернативен туризъм:

- **Еко- туризъм** - местността "Суха река" - подходяща за наблюдения на уникални птици и растителни видове. На територията на общината



има и редица скални манастири. – историческата местност “Калето” край село Балик, местността “Сандък пещера” по течението на река Суха е скално селище от късното средновековие разположено край село Оногур - изграждане на екопътеки, пункт за наблюдение на птици(орнитоложки туризъм), по “специални интереси” (археология).



- **Ловен туризъм** - Държавна дивечовъдна станция “Тервел”. Изкуствените водоеми в северната част дават възможност за развитието на спортен риболов.

- **Културно-исторически туризъм** – Историческият музей в град Тервел съдържа 240 художествени творби, етнографска сбирка с над 810 уникални експонати, археологическа експозиция с над 950 предмета от античната епоха и средновековието. Сред историческите

забележителности на общината са античната крепост край с. Балик, античната и средновековна крепост “Калето” край с. Войниково, ранно-средновековната крепост “Скалата” край с. Кладенци, 360 тракийски некропола, Скалните манастири край с. Оногур, с. Балик и с. Брестница и още редица недвижими паметници на. Културният календар на Общината изобилства от селски сборове, фолклорни празници, събори и конкурси, сред които най популярен е Празникът на фолклора състоящ се на 6-ти май (Гергьовден).

- **Селски туризъм** – общината разполага с редица добре запазени селски къщи с дворни пространства, които се предлагат за продажба.
- Като съпътстваща туристическа продукция се разработва програма за **конна езда** в с. Войниково.

### Състояние на туристическата база

Транспортната инфраструктура е сравнително добре развита. В общината има богато разклонена пътна мрежа. Общата дължина на републиканската пътна мрежа на територията на общината е 154,2 км, от които към момента 10,2 км са второкласни пътища. На територията няма изграден ж.п. транспорт. През общината има изграден второкласен път Добрич-Силистра през с. Коларци и третокласен път Добрич-Силистра през град Тервел, които гарантират излизането от състоянието на тупиков район.

Материалната база в Държавна дивечовъдна станция “Тервел” е представена от хижа в с. Каблешково и ловен дом в местността “Къостата” край с. Войниково, разполагачи общо с 10 стаи, използвани за ловен туризъм. Физическото състояние на сградните фондове е добро, като в момента се извършва основен ремонт на ловната хижа в с. Каблешково.

Състоянието на ловната инфраструктура е добро, има запазено ловно-стопанско съоръжение на базата за интензивно развитие на дивеча с площ 24 ха в м. “Къостата”.

### **Потребности за действия в областта на алтернативния туризъм**

- Необходимост от разработване на общ стратегически план за развитие на туризма;
- Необходимост от изграждане и откриване на културно-информационен туристически център – в общината липсва единен център за организация на туризма;
- Необходимост от подобряване качеството на туристическите услуги и опазване на културно-историческите обекти;
- Необходимост от включване на местното население в сектора на туризма - на територията на общината с изключение на Държавна дивечовъдна станция “Тервел” (ловен туризъм) няма други фирми, които да се занимават с организиран туризъм;
- Повишаване на капацитета на човешките ресурси - в община Тервел няма специализирани учебни заведения за обучение по туризъм. Липсват специализирани знания, умения и квалификация. Съществува необходимост от подобряване на информираността на населението относно възможностите за развитие на туризма и стартиране на собствен бизнес в този неразвит за общината отрасъл;
- Необходимост от установяване на активни връзки с фирми от други общини и региони, както и по-добро сътрудничество с аграрния сектор и културните институции в общината;
- Необходимост от създаване и сдружаване на туристическите фирми, установяване на връзки и сътрудничество с туроператорите;
- Необходимост от провеждане на активен маркетинг, съвместно с общината, туристически фирми и НПО;
- Необходимост от подобряване на материално-техническата база – подобряване на системата за визуална информация (указателни и информационни табели) и условията за посещение на туристи до природни и културни обекти (паркинги и др.);
- Необходимост от увеличаване на броя на нощувките - реализираните нощувки за последните 5 години (2000 – 2004 г.) са средно по 30 на година и не отговарят на традициите и възможностите на ловното стопанство. Официалната статистиката за 2003 и 2004 г. не отчита наличие на средства за подслон (хотели, хижи, къмпинги).

### **7. Определяне на фактори, дефиниращи добри практики в алтернативния туризъм**

На база на извършената характеристика на общините Крушари и Тервел, се вижда, че те имат сходни туристически профили, обособени от своето близко географско разположение – приблизително еднаква отдалеченост от международното летище във град Варна и областния център град Добрич, еднакъв климат, релеф, сходен бит и култура, общи природни и архитектурни забележителности и др. Сходството между Крушари и Тервел, е предпоставка за разработването на общи, за двете туристически дестинации, продукти – напр. туристически маршрути, обхващащи обекти от териториите на двете общини.

От направеният анализ личи и че община Тервел има по-добре развита транспортна и туристическа инфраструктура в сравнение с община Крушари, което ще улесни интегрирането на добрите практики там.

Вследствие на направената характеристика на туристическата база в двете общини се търсят добри практики в следните области на алтернативния туризъм:

- Еко-туризъм;
- Ловен туризъм;
- Селски туризъм;
- Културно-исторически туризъм.

Също така предложените добри практики ще трябва да предлагат възможни решения на установените необходиминости за развитието на сектора на туризма, като:

- Разработване на общ стратегически план за развитие на туризма;
- Изграждане и откриване на културно-информационен и туристически център;
- Включване на местното население в сектора на туризма;
- Повишаване на капацитета на човешките ресурси;
- Изграждане на мрежи и клъстери в сектора на туризма;
- Маркетинг на туристическите дестинации;
- Подобряване на материално-техническата база - направа на екопътеки, указателни и информационни табели, пейки, детски площадки, места за палене на огън, биваци и др. съоръжения и условията за посещение на туристи до природни и културни обекти (паркинги и др.);
- увеличаване на броя на нощувките.

На базата на така установените фактори за идентифициране на добри практики, в следващата точка е представен опитът на няколко европейски и български общини и региони.

## **8. Добри практики**

### **8.1. Европейски съюз**

За изготвянето на настоящия анализ са подбрани практики в общини, които са отличени като Отлични европейски дестинации по инициативата EDEN. EDEN е инициатива на Европейската комисия, целяща да увеличи познаваемостта на по-малко популярни дестинации, които не само са реализирали изключителни постижения в областта на туризма, но и са подпомогнали специалисти и територии да максимизират своя потенциал и да развият туристически услуги чрез интегрирането на принципа за устойчиво развитие.

#### **8.1.1. Италия – община Спечия**

Община Спечия се намира в Южна Италия, провинция Лече (Регион Пулия), в сърцето на нос Санта Мария ди Лука, който е граничната точка, отделяща Йонийско от Адриатическо море. Това е местност с богата природна и културна стойност и важен център на селскостопанската икономика в региона. Общината е ярък пример за пресечна точка на традициите и иновациите. Например, на територията ѝ се намира замъкът Протонобилисимо, датиращ от 15 век, както и обществено достъпен Център за напреднали дигитални услуги. Характерното за общината е, че от фасадите на сградите са премахнати всички телефонни и електрически кабели, както и че пътната настилка от 19 век е била възстановена.

Възстановени са и стари подземни мелници за добиване на олио (някога пещерите в местността са служели за добиване на зехтин) и магазинът за тютюн в

село Кардилиано. Старият замък Протонобилисимо съхранява местната мултимедийна библиотека и мултифункционален филмов архив на Европейското Средиземноморие.

Проектът на общината е реализиран с финансовата подкрепа на Международният съвет за кино, телевизионна и аудиовизуална комуникация на ЮНЕСКО. Традиционните фермерски дейности са трансформирани в сектор за производство на билки, съставляващ много важна част от икономиката на Спечия, тъй като след тяхното събиране и обработка те се лансират в специализирани магазини. Пример за устойчиво развитие е усилието на новият Туристически център, който функционира като еко-селище и използва алтернативни източници на енергия, като вятърна и слънчева енергия. Община Спечия е възстановила също така голяма част от типичните за региона гозби. В областта на културата, общинската администрация е възстановила бившия францискански черен манастир, датиращ от 15 век. Важен международен туининг проект за младите хора привлича участници от Спечия и други села от Финландия, Германия, Унгария и Полша.

### **Приложимост на добрата практика:**

Съвременните тенденции в развитието на туризма налагат създаването на иновативни продукти, основаващи се на информационните технологии, което дава възможности за повишаване на конкурентоспособността на дестинацията. Това изисква текущо следене на съвременните туристически тенденции, от които да се генерират идеи за реализирането на нови проекти. Тази практика е изключително полезна, но към момента би било трудно тя да се реализира предвид ниската степен на използване на информационните технологии на територията на двете общини. Ето защо, е важно при изработването на бъдещи стратегически и маркетингови документи да се заложи на внедряването на информационни технологии в обществената дейност.

На територията на общините Тервел и Крушари (предвид техния сравнително равнинен релеф) съществуват много добри условия за извършване на реклама на екологични практики – използване на екологични продукти, разработване на инициативи за опазване на околната среда, които същевременно са важни предпоставки за развитие на екологичен туризъм. Не на последно място, следва да се има предвид, че развитието на туристическата дестинация ще привлече много временно пребиваващи туристи, което неминуемо ще наруши екологичното равновесие, ако не се вземат адекватни мерки, като например изграждане на съоръжения за отпадъци в туристическите маршрути, тоалетни, въвеждане на контрол върху чистотата и т.н.

#### **8.1.2. Испания - област Навара, община Лумбиер**

Проектът, който ще бъде разгледан като добра практика носи името „Еко-туризъм в защитените зони на Лумбиер, Навара”. Проектът засяга планиране в областта на еко-туризма и управление на защитените територии, включени в община Лумбиер (Навара, Испания), както и разглеждане и оценка на съществуващите ресурси. В рамките на проекта целта е била да се промени до тогава провежданата пасивна политика с активна, ангажираща всички местни структури и фирми. Първоначално тя се е провеждала в областта на планирането и управлението на общественото ползване на териториите, тъй като това са били областите с най-много конфликти между различните организации, но и са предоставяли най-много възможности на местното население да генерират приходи и по-висока заетост.

Схемата се е основавала на три стълба:

- Създаване на разнообразна база за настаняване и подобряване на инфраструктурата;
- Заетост на местни групи от населението, които трудно биха били заети в селските райони;
- Изграждането на обща система за управление.

До ден днешен тази система за планиране и управление е един от принципните източници за заетост в областта. Тя се отличава и със забележителната възможност за трансформирането ѝ в други области, като е провокирала редица други инициативи в област Наварае.

### **Приложимост на добрата практика:**

Представената по-горе испанска община е била изправена пред сходни проблеми в развитието си като общините Крушари и Тервел. Идентифицираните три стълба, на които трябва да се основава една успешна и устойчива стратегия за развитие, могат да послужат като база за при изготвянето на стратегически планови документи за двете целеви общини.

#### **8.1.3. Испания - Проект „Селски туризъм АМБЕР”**

Проектът „Селски туризъм АМБЕР” е реализиран по програма Леонардо да Винчи и е имал за цел разработването на програма за самообучение на професионално ниво в областта на селския туризъм. Програмата за обучение се фокусира върху възможностите в целевата област за бъдещи и настоящи предприемачи и работници. В нея се разглеждат дисциплини като маркетинг, гостоприемство, привличане на клиенти с допълнителни дейности в областта на селския туризъм.

Проектът е адресиран към нуждите на настоящите и бъдещите предприемачи и служители в областта на селския туризъм, малки и средни предприятия, регионалните и местните организации за развитие на сектора, както и за безработните хора. Основната целева група на проекта АМБЕР са били предприемачите, които вече са ангажирани в сектора, предприемачите, които искат да започнат развитието на такава дейност, както и студентите по туризъм. Бенефициенти са били предоставящите услуги, европейските организации в областта на селския туризъм, държавните институции, както и организациите за професионално обучение.

Изпълнението на проекта започва през октомври 2005 и продължава две години.

Крайни продукти от проекта са следните модули за обучение:

- „Умения в областта на информационните технологии в селския туризъм – повишаване на предприемаческите възможности и маркетингов потенциал” – съдържа интерактивен обучителен материал „Как да създадете и публикувате свой собствен туристически уеб сайт”;
- „Основни принципи на гостоприемството при малки заведения в областта на селския туризъм”;
- „Дейности в областта на селския туризъм – допълнителни атракции за клиентите” – включва четири под-модула: „Вкусотийки – идея за тапас (традиционни испански мезета)”, „Водене на турове”, „Развлекателен риболов”, „Сауната в селския туризъм”.

Модулите са предоставени на CD (с интерактивни елементи) и на хартиен носител. Модулите са разработени, като са взети предвид всички специфики на регионите в отделните държави: национално законодателство, социо-културна среда, географско разположение, стандарт на живот и сертифициране на хотелите.

#### Приложимост на добрата практика:

Като цяло по-голямата част от проектите в сферата на обучението се реализират по програмата Леонардо да Винчи, където си партнират организации от поне три различни страни-членки. В сферата на обучението, с напредването на информационните технологии, все повече се акцентира върху разработването на веб базирани платформи, съдържащи модули за самообучение. Предимствата на този метод са, че той е сравнително евтин и достига до неограничен брой потребители от различни страни по света. Обикновено тези модули са със свободен достъп, но понякога се налага и използването на пароли. Предимството на тази практика за общините Тервел и Крушари е свободният достъп до подобни платформи за обучение или биха могли да взимат идеята, иницирайки подобен проект, с който да се кандидатства за европейско финансиране. Работата с партньори от други държави би повишило капацитета на разглежданите общини и би допринесло за развитието на човешките ресурси и за внедряването на редица иновативни продукти. Недостатък на тази практика е, че голяма част от материалите са на английски език и достъпа до тях се извършва само чрез интернет.

#### 8.1.4. Австрия – Пиелахтал

Пиелахтал (регион Моствиртел, провинция Долна Австрия) е долина от алпийските предпланини и е избрана за победител сред двадесет и четири кандидата. Там културата, природата, начинът на живот, занаятите и специалитетите се обединяват, за да формират мрежа от иновативни продукти. „Дирндл” или „Корнел”, известен още като череша, е много стар вид, който се отглежда като „търговска марка” на долината. „Дирндл” се представя като туристическа атракция, същевременно атрактивна и образователна. Иницирайки проекти, които съчетават селско стопанство, занаяти и туризъм, както и доклад за устойчивост на националните богатства, Пиелахтал е заслужил титлата „Най-добре развиваща се селска дестинация”.

В Пиелахтал живеят около 18 000 души. В равнината базата за ношувки е около 800 легла, като регистрира около 42 000 леглоденонощия на година. Пиелахтал е известна със своята красива природа, както и с изключително устойчивото си развитие. Железницата Мариазелербан минава през Пиелахтал, като свързва столицата на провинцията Пьолтен с град Мариазел.

В Пиелахтал устойчивостта е традиционна. В миналото фермерството е оформяло живота в долината, като заема значителен дял от местните приходи и до днес. Човешката дейност се развива около отглеждането на добитък, птици, овце, билки и плодове, както и най-типичния плод за областта - сайдеровата круша.

Идеята за развитието на Пиелахтал като Еко-регион се е зародила през 1994 г. „Еко” се отнася едновременно за екология и икономика. Целта е



регионът да остане екологично непокътнат и икономически процъфтяващ, съчетаващ почивката и развлеченията.

През 1996 г. е създадена Общност за регионално планиране на Пиелахтал, която има за цел да изпълнява местните регионални стратегии.

В развитието на региона, освен на екологията и икономиката, се набляга и на изграждането на мрежи и оползотворяването на културните ресурси. Инициирани са множество културни проекти, сред които „Дни на пиелахталските творци”, редовни програми с фолклорна музика в местните ханове и срещи с директора на Виенския младежки хор.

Интегрирания туризъм осигурява подкрепа и стимули за местното население да предлага туристически продукти. Устойчивостта на региона се отнася не само до характера на предлаганите продукти, но и до начина на комуникация.

Гостите имат възможността да научат принципите и предимствата на устойчивото градинарство и преработката на плодове и билки. В долината има множество маршрути и градини, където туристите могат да се разхождат. Общата дължина на пътеките е 1000 километра.

Съществува голямо разнообразие от грижливо отглеждани природни пейзажи, градини на местните жители, градините Щайншалер. Квалифицирани екскурзоводи разкриват факти за възможностите за разходки, местните пещери и природата.

В долината са изградени два изключителни хотела – Steinschalerhof и Steinschaler Dörfel (малко село в планината). И двата хотела са били автентични ферми, като днес представят висок стандарт на обслужване. Тези „природни хотели” са оформени в типичен за региона стил с употребата на много дървен материал и безброй малки детайли. Разположени в тяхната прекрасна природна среда, те предоставят най-съвременните удобства.

Проучванията сочат, че устойчивостта и здравето ще стават все по-важни фактори за туристите в близкото бъдеще. Ето защо в Пиелахтал се планира разработването на редица проекти, които ще се концентрират върху тези два аспекта. В тази връзка, ще се насърчава включването на здравословни упражнения в туристическите пакети.

Регионът на Пиелахтал се различава от останалите по:

- *Трансфер на потенциал*: Докладът за устойчивост на региона е уникален за Австрия и в ролята си на добра практика може да послужи за пример на други дестинации.
- *Здраве – темата на бъдещето*: на база на медицински проучвания е развита темата за здравето, като са изготвени и редица академични анализи. Разработеният продукт се основава на лекуване на дисфункции в метаболизма.
- *Здраве и екология*: документирано е взаимодействието между здравето и екологията - „Градини за устойчивост”, които имат голям потенциал за развитието на "уникално предложение за продажба" (маркетингова концепция, според която компаниите правят уникални предложения на клиентите, с което ги убеждават да преминат към тяхната марка).
- *Интегриран туризъм*: изразява се в сътрудничество между фирми от различните сектори – напр. туризъм, селско стопанство, търговия и местни асоциации.



## Приложимост на добрата практика:

Регионът на Пиелахтал притежава сходни природни богатства с тези на общините Крушари и Тервел (красива равнинна природа, развитие на растениевъдството и животновъдството). Прави впечатление наличието на структура, която се грижи за изпълнение на местните регионални стратегии. Практиката би могла да се интегрира в двете разглеждани общини, но за целта трябва да се предприемат мерки по изготвянето и управлението на местните стратегии, за което ще е необходим квалифициран персонал. Препоръчва се в тази сфера общините да работят в тясно сътрудничество с научни работници и външни консултанти, които притежават богат опит в планирането и прогнозирането. Не на последно място, общините могат да черпят опит в развитието на растениевъдството, животновъдството и реновирането на старинни сгради като местни туристически атракции.

Поставянето на фокуса върху развитието на селскостопанския туризъм е едно от преимуществата, които може да използват общините Крушари и Тервел, особено предвид огромния ресурс в тази сфера, с който разполагат. Също така, следва да се фокусират усилията и върху разработването на уникален продукт (unique selling proposition, уникално предложение за продажба), който да бъде водеща тема в привличането на туристи.

### 8.1.5. Гърция – община Галаксиди

Галаксиди Фокидос, пристанищният град на северното крайбрежие на Коринт Гулф, има стратегическо географско положение, запазващо непокътнато благородното минало. Градът е оформен като традиционна общност, която се отличава с известните капитански къщи. Невероятното културно наследство заедно с обичаите придават уникален вид на града. Ето защо, благодарение на своите природни, културни и социални ресурси, общината развива един конкурентоспособен туристически сектор. Основните фактори за определяне на туристическото развитие на района са:

- Туристическите ресурси на района и тяхното подходящо използване за създаване на конкурентни предимства;
- Търсенето в сектора на туризма като резултат на специфичните мотиви насърчаващи туристите да пътуват;
- Социо-професионалните групи, целящи печалба и други фактори, включени в създаването на туристически продукти и влияещи на управлението на туристическото развитие;
- Стандартите на туристическото развитие в конкретната област играят важна роля при създаването на основи и услуги;
- Туроператорите влияят на туристическото търсене;
- Формираната туристическа политика.

Дестинацията Галаксиди често страда от пренаселване. Това засяга нормалното функциониране на областта и оказва негативно влияние на туристите, както и на местното население. Това поражда въпроса има ли „граница“ на туристическото развитие или „колко туристическо развитие“ може да поеме конкретната дестинация. Този проблем се наблюдава често в крайбрежните региони. Галаксиди съчетава различни разнообразни туристически атракции, които са изключително подходящи развитието на туристически дейности, като плажове,

крайбрежна зона, археологични забележителности, църкви и пещери. Болшинството от хотелите в общината са основно малки семейни хотели и къщи за гости (2-4 звезди), заемащи малка площ. Хотелиерите в Галаксиди нямат подходящо туристическо образование и са негативно настроени спрямо обединението с други представители на туризма.

Имайки предвид тези особености на общината, основните цели на стратегията за туристическо развитие по отношение на туристическия продукт, туристическия пазар и туристическата индустрия са:

- Преструктуриране и обогатяване на местния туристически продукт;
- Подобряване на качеството на туристическия продукт;
- Дифузия на туризма в областта;
- Разширяване на туристическия пазар и удължаване на туристическия сезон;
- Постоянен и обединен от една тема маркетинг и публичност на община Галаксиди;
- Преструктуриране на разпределението на основите в туристическия сектор;
- Оползотворяването на природните малки и големи планински територии за развитието на алтернативни форми на туризъм;
- Опазване и проектиране на културните ресурси и тяхната връзка с туризма.

Предвид предложените мерки за туристическата политика в Галаксиди, са включени и няколко взаимозависими категории:

- Инвестиционни мерки, срещащи се в публични и частни инвестиции в областта на туризма;
- Административни мерки засягащи основно опазването и подобряването на природните ресурси в района на Галаксиди;
- Мерки в областта на образованието – обучение на служителите в областта на туризма.

При изпълнението на поставените цели Префектурата на Централна Гърция трябва да: а) състави и изпълни регионален план за развитието на туризма; б) да извърши туристическо изследване; в) подобряване на човешките ресурси и тяхното професионално обучение.

На второ ниво, Префектурата Фокида трябва да: а) развие и изпълни професионална политика за развитие на туризма и маркетингов план; б) подобряване на фундаментите и услугите и в) защита на околната среда.

На трето ниво, община Галаксиди следва да преследва следните цели: а) съставяне и изпълнение на местен план за развитието на туризма; б) изграждането на градски, социални и туристически фундаменти, в) популяризиране на местния туристически продукт; г) опазване на околната среда и осигуряване на нейното устойчиво поддържане; д) създаване на местен научен клуб за прилагане на местната туристическа политика.

На четвърто ниво, по отношение на сътрудничеството между публичния и частния сектор, следва фокуса да се съсредоточи върху: а) защита на печалбите на участниците; б) оформяне на местните политики за туристическо развитие и в) насърчаване на постоянно професионално обучение.

На пето ниво, частните туристически организации в Галаксиди трябва да следват различни стратегии с цел да се справят с конкуренцията. Основна роля тук

има маркетинговата политика на организацията, развитието на човешките ресурси, внедряването на информационни технологии, сътрудничество с местните власти с цел създаването на нови организации. Основната цел на тези стратегии е използването, управлението, популяризирането и защитата на туристическите ресурси в Галаксиди, както и развитието на нови форми на туризъм или засилването на съществуващите такива.

На база на формулираните стратегии се изготвя план за действие, в който са описани стъпките за материализиране на дефинираните вече цели. Той е разделен на хоризонтални дейности и тип туризъм.

### **Маркетингова стратегия на общината**

Препоръчва се създаването на офис за туристическо и културно популяризиране. Новата услуга ще се помещава в сградата на община Галаксиди. Агенцията за популяризиране на туризма и културата е иновативна концепция и цели свързването на публичния с частния сектор.

Необходимо е и създаването на маркетингов и комуникационен план на местно ниво, който да цели опазване, инициране, документиране, оценка и развитие на основни и второстепенни елементи съставлящи туристическият продукт на Галаксиди.

Друг важен маркетингов елемент е рекламирането в местната, националната и международната преса, участието в национални и международни туристически изложения, както и интернет рекламата.

### **Приложимост на добрата практика:**

В разработената стратегия за община Галаксиди се наблюдават редица елементи, които са приложими и за региони като общините Крушари и Тервел. Прави впечатление йерархичността при планиране развитието на туристическата дестинация. Формирането на туристическа стратегия започва още в Регионалния план за развитие на сектора, след това тя се конкретизира в общинския план и най-накрая в местния план за развитие на града. При изготвянето на стратегията за развитие на туризма се набляга на публично-частното партньорство и ролята на общината да защитава интересите на местните производители. При промотирането на туристическата дестинация се акцентира на активна медийна реклама, тъй като съществува голяма конкуренция на местно и най-вече на международно ниво. Общините Крушари и Тервел могат да взаимстват основните елементи, на които се основава стратегията за развитие на туризма в община Галаксиди при разработването на своите стратегически документи.

### **8.1.6. Мрежа от геопаркове**

Проектът озаглавен „Геопаркове: идеална дестинация за алтернативен туризъм и образователни дейности в селските райони на Европа” засяга сътрудничеството между 7 територии, съдържащи признати геопаркове, членки на Европейската мрежа на геопарковете. Партньорите по проекта са от пет европейски държави и прилагат проекти за местно развитие в рамката на общностната инициатива Leader +.

Геопарковете, които участват в програмата, са членове на Световната мрежа на геопарковете, установена от ЮНЕСКО, което потвърждава уникалността и важността на тяхното геолошко наследство.

Според ЮНЕСКО „геопарк” е територия, която включва геотопни зони с изключителна геоложка важност и уникалност и които територии са защитени. Геопарковете могат да включват и елементи, различни от геологията като архитектурни забележителности, територии от специален екологичен, исторически или културен интерес или дори територии използвани за икономическо развитие.

Европейската мрежа на геопарковете е основана през 2000 г. от четири LEADER II зони с подкрепата на инициативата LEADER IIC. Тя е създадена със съдействието на подразделението на ЮНЕСКО “Отдел науки за земята”. Днес в мрежата членуват 31 геопарка от 12 страни-членки на ЕС и 1 страна-кандидат. Основната цел на мрежата е устойчиво развитие на селските райони чрез популяризиране на геоложкото наследство на територията на всеки геопарк.

Предвидено е партньорите да участват в общи дейности по създаване на стратегии за насърчаване на алтернативния туризъм чрез разработването на нови политики за развитие, нови продукти и нови методи, експериментирание в областта на тези въпроси и извършването на дейности по опазване на геоложкото наследство.

Основната цел на проекта е да популяризира геопарковете като идеална дестинация за обучителни и развлекателни дейности на открито. Проектът е фокусиран върху младите европейски граждани. Тъй като целевата група се състои предимно то ученици, образователни дейности се извършват във всеки геопарк. Поради факта, че целевата група е съставена от представители на различни възрастови групи (от ученици до студенти), образователните материали са съобразени с потребностите на различните посетители.

В рамките на проекта се провеждат проучвания върху развитието на алтернативния туризъм и образователните дейности в селските райони на Европа. Предоставят се съвети на нови геопаркове относно подобряването на тяхното състояние и покриване на международните стандарти за качество. Специални консултанти от членуващите територии проучват новите кандидатури. Настоящата ситуация и нивото на туристическите услуги се изследват и сравняват с европейските геопаркове. На базата на това проучване се оценяват съществуващите услуги и се предлагат подобрения.

Ценен инструмент за развитието на алтернативен туризъм е предлагането на общи туристически пакети и организирането на събития. Освен това, се използват и нови технологии като телевизионна продажба по интернет с цел по-добро достигане на продукта до неговия пазар.

Образователните дейности за университети и училища правят новото поколение по-съпричастно към опазването на околната среда. Сред разработените образователните инструменти са: музейни пакети, тетрадки с упражнения за ученици, информационни дипляни и книги за учителите. Предлагания информационен материал включва: специализирани ръководства за всички възрасти, карти и информационни дипляни.

#### **Инструменти за популяризиране, които ще бъдат използвани:**

- Уеб сайт на геопарковете и неговото периодично обновяване;
- Информационни пунктове – създаване на пунктове с промоционални панели, разположени в главните информационни центрове на всеки геопарк;
- Брошури и плакати – брошурите информират посетителите относно туристическите и образователните програми, както и относно предлаганите гео-туристически дейности. Брошурите са основно на английски език, но се публикуват на още четири различни европейски езика;

- Мултимедийна презентация на CD-ROM – съдържа информационен материал за европейските геопаркове, целящ популяризиране на световния имидж на мрежата.

### Приложимост на добрата практика:

Опитът на мрежата от геопаркове дава идеи за обмен на опит между различни дестинации със сходни ресурси. Членството в подобна международна мрежа би предоставило материали и възможности за повишаване квалификацията на служителите, ангажирани в подобна туристическа атракция, както и за използване на мрежата за прилагане на широкомащабни промоционални дейности.

#### 8.1.7. Полша – Долината Карпия

Наричана още Долината на шарана, тя покрива територия, която е исторически център за отглеждане на шарани, известна още от Средновековието. Риболовните езера са разпръснати на стотици хектари в долините Вистула, Скава и Виепрозовка. Най-голямото риболовно езеро е Пилава, разположено в комплекса Прзереб.



Проектът е инициран от трите общини: Затор, Пзецижов и Спутковице.

Други три общини се присъединяват към проекта – Бржежница, Поланка и Осиек – с цел да работят по програма за общо развитие. Тези шест общини от долината Южна Вистула и от Капаските възвишения решават заедно да популяризират това



прекрасно късче земя. „Долината на шарана” е програма, съдържаща няколко взаимосвързани дейности, целящи изграждането на кохерентна туристическа оферта, базирана на наличните природни ресурси. Концепцията е базирана на няколко вековни традиции в развъждането на шарани. Тези техники не са се променили и до днес, което се отразява в уникалния вкус на рибешкото месо. Заторският шаран, известен

още като „кралски” шаран, е широко търсен и ценен в цяла Полша. Рибата е включена в списъка с местни деликатеси.

Всяка година, през последната седмица на юни, се състои Фестивал на шарана, когато се приготвят рибни деликатеси.

Долината е любимо място на рибарите и отлична туристическа дестинация.

Риболовните езера са хабитат на голямо разнообразие от редки и застрашени птици и растителни видове.

Териториите на Долна Скава и Горна Вистула са предложени за защитени територии по НАТУРА 2000. Тук има и изградени редица велосипедни маршрути и природни атракции.

Наблюдение на птици - начинът, по който се управлява риболовната икономика, историческите забележителности и оформените езера са предпоставка за голямото биоразнообразие изразяващо се най-ясно в



наличието на редки и застрашени видове птици и растения. Това се обуславя и от наличието на реките Сола, Скава и Вистула и разположените в близост запустели чакълени ровове, предоставящи отлични възможности за размножаване и хранене. Това привлича целогодишно стотици орнитолози. Сезонът за наблюдение на птици започва от ранна пролет и продължава до късна есен, въпреки че и през зимата могат да се наблюдават редица видове край незамръзналата част от река Вистула.

Най-добрият начин за транспорт в „Долината на шарана” е с кола или колело. За любителите на колоезденето има изградени над 100 км. велосипедни маршрути.

### **Проект ITACA**

Проектът ITACA (Подобряване на туристическите дейности в района на CADSES) цели да подкрепи устойчивото развитие на защитените райони, част от мрежата Natura 2000. Проектът популяризира равновесието между опазването на природата и оползотворяването на природните ресурси чрез насърчаване на алтернативни форми на туризъм и особено на еко-туризъм.

ITACA се реализира в рамките на програма INTERREG III B CADSES за периода от 2006 до 2008 г. с партньори от Република Чехия (Район Карлови Вари), Унгария (Колеж Харсаний Янос), Италия (Регион Ферара) и Полша (Малополска агенция за регионално развитие). Проектът е съ-финансиран от ЕФРР с общ бюджет от 724 500 евро.

В рамките на проекта от полският партньор са реализирани поредица от дейности за насърчаване развитието на еко-туризма в „Долината на шарана”, като:

- Разработена концепция за велосипеден маршрут от Грабосуце до Затор;
- Създадена концепция за кану-рали по река Скава;
- Маркиране на велосипедни маршрути и разработена концепция за нов велосипеден маршрут Затор – Добтзуце;
- Изготвен анализ на туристическото движение и неговите условия;
- Разработена маркетингова стратегия на „Долината на шарана”;
- Издадена готварска книга с рибни ястия и традиционни ястия с прочутия шаран от Затор;
- Публикуван еко-туристически наръчник за „Долината на шарана”;
- Създаване на уеб сайт на долината съдържащ богата информация за местния еко-туризъм.

Вследствие на големия брой мерки, инициирани в подкрепа на „Долината на шарана” не само по настоящия проект, но и от други спонсори и инициативи, общината се развива като атрактивна туристическа дестинация с всяка изминала година и привлича все повече туристи, като съхранява своето природно богатство.

### **Приложимост на добрата практика:**

Добрата практика доказва, че за развитието на една туристическа дестинация, се изисква преди всичко наличието на инвеститори. Те са били привлечени в „Долината на шарана” посредством реализирането на проекти за изграждането на подходяща туристическа инфраструктура. Предвид сходството на климатичните и природните условия между Долина Карпия и общините Крушари и Тервел, тази практика е напълно приложима.

### **8.1.8. Финландия – Дивата Тайга**

Дивата Тайга се намира в най-източната част на Финландия до границата ѝ с Русия. Тя се намира в най-западната част на евроазиатската тайга. Местността е покрита с иглолистни гори, поляни, формирани по време на ледниковия период, бистри реки и богат животински свят. В миналото тук са се състояли редица сражения. Икономиката на района се основава на дребен семеен бизнес, като маркетинговата стратегия на дестинацията залага на реклама на местния начин на живот, традициите и природната среда.

Големите природни запаси на региона заедно със защитените територии от Русия са част от „Зеленият пояс на Европа” (европейска инициатива, целяща изграждането на екологична мрежа и защита на застрашените животински видове). Тези дадености позволяват наблюдаване и снимане на дивия живот. Районът е един от най-добрите за наблюдение на кафява мечка, рис и вълк. Изградени са два центъра за информирание на посетителите в областта на дивия живот. Съществува и възможност за наблюдение на дивия живот през нощта.

Областта позволява голямо разнообразие от дейности, провеждани на открито – от конна езда и риболов до каране на велосипеди и каяк. През есенните дни се предлага бране на гъби и горски плодове. За любителите на силните усещания в Хоса по руската граница има изградено сто-километрово маркирано трасе за велосипедизъм.

На територията има редица исторически забележителности, предимно свързани с минали сражения. Военната история е представена на изложби в Зимния и други музеи с картини, снимки, възстановени окопи и военни укрепления, и издигнати паметници.

Паркът „Духът на Калевала” е нова атракция, чийто ключови характеристики се основават на местната култура и природните дадености. Паркът е подходящ за организиране на тим билдинг. Паркът предлага няколко атракции:

- [ Поход „Тест доколко сте финландец” – това е вид организиран престой в гората, където се цели да се достигнат максимално условията на живот сред природата. Живее се в дървена колиба, прави се преход през гората и др.
- [ Игра „Открадни сампо” – това е тематична игра за деца. Всяко дете получава карта с отбелязани предмети, скрити от Коминочистача, които те трябва да открият.
- [ „Коледна приказка” – приключението включва три елемента – среща с Дядо Коледа и Вечер с Дядо Коледа. Посетителите пекат любимите сладки на Дядо Коледа, търсят Дядо Коледа с помощта на елфите, возят се на шейна с впрегнати елени, опитват истинска коледна вечеря и др. Тази атракция е една от най-предпочитаните, като резервациите за нея се изчерпват още през ранна есен.



Друга атракция, предлагана от местните ресторанти е т.нар. „Ортодоксален бюфет”, който включва набор от традиционни задушени и печени ястия. Кухнята е подбрана съобразно сезона и по този начин се осигурява голямо разнообразие от ястия по всяко време на годината. За туристите са създадени условия, в които те могат да приготвят традиционен карелийски пай.

#### **Приложимост на добрата практика:**

Практиката е пример за изграждането на еко-парк, предоставящ редица забавления за посетители от всяка възраст. Практиката показва как добавеният продукт (кулинария, игри, тематични преходи и т.н.) може да засили местните природни и исторически дадености, като превърне естествения парк в атрактивна туристическа дестинация. Практиката е напълно приложима за общините Крушари и Тервел, като някои от предлаганите във Финландия атракции (напр. наблюдение на диви хищни бозайници) могат да бъдат заменени с наблюдение на птици. За да бъде интегрирана тази практика, е необходимо изграждането на туристическа и най-вече на леглова база. Смесеното население в Тервел и Крушари е предпоставка за наличието на разнообразни местни ястия и деликатеси, които да бъдат предлагани на посетителите.

### 8.1.9. Ирландия – община Клонакилти



Община Клонакилти се намира в Югоизточна Ирландия, има около 3500 жители и над 4000 леглова база (през 1996 г. е имало едва 400 легла). Тя включва 20 града, 10 туристически маршрута, 2 конни бази, 10 риболовни кътчета, възможности за морски риболов и др.

На територията на областта има редица природни забележителности, сред които са местностите „Седемте глави“ и „Разходките на Клонакилти“. Посетителите могат да наемат колело за цял ден, за активното практикуване на риболов има на разположение езеро, река и морски бряг. В общинската камара се предлага туристически наръчник, съдържащ 50 местни атракции.

Фестивалите на занаятите са редовни събития в общината. Голяма атракция е фермерският пазар, където се продава голямо разнообразие от местни продукти, като риба, хляб, сирене, занаятчийски изделия, произведения на изкуството и др. По тези пазари често могат да се срещнат разказвачи на местни митове и легенди.

Общинската камара на Клонакилти е добър пример за изграждане на мрежа между различни участници, предоставящи туристически продукти. Камарата обединява представители на всички сектори в региона, а не само на имащите пряк туристически интерес. Това позволява на всички членове да представят идеи и проекти, като това разширява предлагането и развитието на туристически продукти. В частност, това са представители на Камарата, които се грижат за интересите на туристическите представители извън границите на общината.

Развитието на местностите „Седемте глави“ и „Разходките на Клонакилти“ са пример за подчертаване на селското, природното и културното наследство като конкурентно предимство. Разработени са и планове за запазване на местното блато, обитавано от голямо разнообразие от живи организми.

Като практика за развитието на устойчив туризъм е създадено село с Модели на влакчета. То е изградено на територия край морето, която поради своята непригодност за масивно строителство е била използвана за сметище. Ежегодно увеличаващият се брой на посетителите е доказателство за предвидливостта на всички участници в неговото конструиране. Като резултат от успеха на селището е стартиран надграждащ проект със заглавие ‘Choo Choo Train’, който върви от селото с Модели на влакчета към град Клонакилти и прилежащите му територии.



Исторически забележителности в областта са Центърът Майкъл Колинс/ Arigideen Heritage Park, реконструкцията на древното селище Lios Na gCon, възстановяване на пръстенообразно военно укрепление от 10 век (единственият



подобен исторически обект в Ирландия, възстановен на оригиналното си място) и др.

В областта се провеждат редица събития, като Фестивал „След 50-те“ през месец октомври и рали West Cork в средата на март всяка година. Областната управа полага усилия да удължи продължителността туристическия сезон.

### Приложимост на добрата практика:

Практиката би могла да бъде полезна на общините Крушари и Тервел по четири основни причини. Първата е възможността за изграждането на мрежа с участието на общините и участници от всички икономически сектори в нея. Не случайно мрежата в ирландската община се помещава в общинската сграда. По този начин се постига по-интегрирано развитие на туристическия продукт, като от това печелят участниците и в останалите икономически сектори. Втората причина се състои в идентифицираните възможности за оползотворяване на участъци, които на пръв поглед са негодни за използване, а третата – създаването на успешни проекти, които да позволяват бъдещо мултиплициране. Чрез надграждането на изпълняваните проекти се постига интегриране на всеки следващ туристически продукт, както и се създава възможност общината лесно да формира дългосрочна визия за своето развитие. Четвъртата причина е реализираната възможност за реконструиране и възстановка на културно-исторически забележителности, които да се превърнат в притегателен център за туристите.

Общините Тервел и Крушари е желателно при изграждането на мрежи за развитието на туризма да следят цялостното икономическо развитие на общината и това как останалите икономически участници да останат интегрирани. В противен случай, развитието на туристическия сектор би било за сметка на други икономически сектори.

#### 8.1.10. Малта - община Надур

Малта е държава, гордееща се с високата степен на интеграция на градски и селски райони. Сред конкуриращите се дестинации, Надур е единствената, която успешно успява да покрие изискванията за качество, устойчивост, управление на историческите дадености и напредък и първа успява да предложи на своите посетители продукти на алтернативния туризъм. Реализираният проект от общината съчетава принципите на икономическа, социална, екологична и културна устойчивост.



Надур се намира на остров Гозо. На тази територия се отглеждат ябълки, праскови, круши, сливи, портокали, лимони и др. Общината има богато културно наследство – няколко кули - Ta' Soppa Tower и Ta' Kenuna Tower, фестивал "Mnarja", който се празнува на 29 юни и води началото си от малтийските сезонни ритуали. Общината разполага и с райони, които се отличават със своята рядка красота и живописност.

Стратегията за развитие на туризма в Надур обхваща следните направления:

- [ Качество на живот;
- [ Запазване и развитие на природните богатства;
- [ Възстановяване на скрит съкровища и културни местности;
- [ Инициране на по-голямо търсене в областта на туризма;

- ┌ Предприемане на международни инициативи за събиране на ноу-хау в областта на европейските политики и рекламиране на острова.

С население от едва 4700 души и голям процент от територията, излизащ от разрешената за развитие зона, Надур успява в развитието си на туристическа дестинация в областта на селския туризъм и вероятно е единствената такава дестинация в Малта. Благодарение на тази успешно реализирана стратегия, Надур получава Отличие за туристическа дестинация на базата на:

- **Потенциал за агро-туристическата дестинация** – Общинският съвет на Надур е катализатор на за развитието на туристическата дестинация. Общината е закупила 7000 цитрусови и маслинови дръвчета, които са били предоставени на местните фермери под формата на субсидия. Тази инициатива не само довежда до съживяване на селскостопанския сектор, но и повишава култивацията в равнините на общината;
- **Комбиниране на туристическото преживяване и местните интереси** – общината е идентифицирала фермери, които са били положително настроени към проекта и ги е насърчила да позволяват на туристите да берат плодове. Тъй като първоначално общината се е изправила пред много скептично настроени и консервативни производители, първоначално е започнала да работи само с най-позитивно настроените, като е залагала на това, че по-консервативните ще променят мнението си, като видят проекта в действие;
- **Културно и природно наследство** – разработени са 6 маршрута за разходка, които съчетават красивата природа със селскостопански дейности като брането на плодове. Общината организира събития, които се превръщат в традиция и впоследствие са включени в туристическият календар на Надур, като например Карнавалът на Надур (има сатирична тематика и се посещава от все повече хора), Фестивалът на виното (тридневна дегустация на вина), Коледният пазар и др. Тези фестивали са едно отлично допълнение към агро-туризма и опосредстват запълването на пазарната ниша за реализиране на местните продукти.
- **Дейности по реставрация на исторически паметници**, което обогатява предлагания исторически продукт и привлича все повече любители на историческия туризъм.
- **Дейности по „разкрасяване“** – общината предприема редица дейности по подобряване на местната инфраструктура, оказваща пряко влияние върху потреблението на туристическите продукти.
- **Промоция на дестинацията като място за организиране на срещи и конференции** – в последните години се засилват приходите от конгресен туризъм.
- **Организиране на еднократни събития**, като срещи между кметове, провеждането на обучения за усвояване на средства от Европейските фондове, честване на 50 години от основаването на ЕС и др.

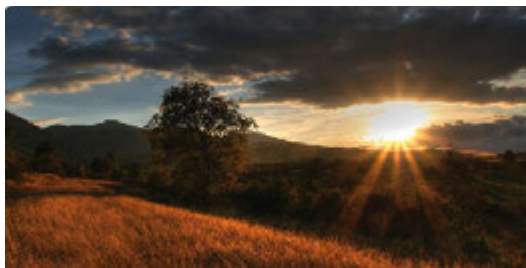
За изминалото време след въвеждането на тези туристически продукти общината е успяла да докаже на практика, че избраните от нея методи са довели до успешни резултати, привлекли са туристи, успели са да интегрират местните общности и да използват стратегически местните дадености без да ги унищожават безвъзвратно. Като краен ефект от реализирането на този проект е било отчетено покачване в степента на заетост.

## Приложимост на добрата практика:

Ценността на предложената добра практика се състои в доказани във времето успех на предложения план за развитие на селски туризъм. Добрата практика показва, как една селска община успява да се развие успешно като туристическа дестинация посредством предприемането на редица **взаимно свързани** действия. Най-важното тук е, че община Надур предприема инициативи не за развитието на туристически продукти, а по-скоро инициативи, стимулиращи създаването на туристически фирми. Ролята на общината е да създаде предпоставките (на ниво политика и икономически), така че местното население да пожелае да създаде бизнес в този сектор. Ето защо практиката е много ценна от гледна точка на това, че общините Крушари и Тервел са в процес на формиране на своята стратегия за развитието на туризма. Предложеният успешен подход не е характерен за българската икономика. Двете български общини трябва да се съсредоточат върху подобряване на местната инфраструктура и да инициират събития, в които да участват местните предприемачи, напр. различни селскостопански панаири, инициране на нови фестивали в областта на фолклора и селското стопанство, издаване на печатни материали, които да рекламират туристическите фирми в общините, стимулиране на развитието на селското стопанство и др.

### 8.1.11. Румъния - област Хатег и Национален парк Ретезат

Област Хатег има една от най-красивите природни дадености и е така разнообразна, че често се счита за малко изображение на Трансилвания. За местността са характерни планините, високите пасища, овчите стада, плажовете, дъбовите гори, овощните градини, поляните и малките села. Територията на Хатег е отправна точка към градовете Дачиан и планините Орастией, както и курорта Геоагиу-Бей, известен със своите древни минерални извори. Туристическият потенциал на Хатег се определя от природните, историческите и културните дадености. Живописността на областта се определя от минералните и термалните извори, ловните резервати, както и с разнообразните архитектурни и фолклорни елементи. Със своята надморска височина от 300-400 метра, регионът е един от най-добрите примери за развитие на планинския еко туризъм. На територията е изградена съвременна пътна мрежа, водеща до всички по-големи зимни курорти.



Национален парк Ретезат се намира в близост до градовете Петросани и Дева. Той е единственият национален парк в Румъния, заемащ площ от 140 000 акра. На територията му има над 80 високопланински езера.

Културни забележителности в областта са Рисуваните манастири в Буковина, дървените къщи в Марамуреш и укрепените саксонски села в Трансилвания. В местността и до ден днешен мога да се срещнат фермери, ораци на ръка, овчари с овчи ямурлуци и занаятчии.

На територията на Хатег е разположен архитектурният паметник Colonia Ulpia Traiana Augusta Dacica Sarmizegetusa, изграден през 106-271 г. пр.н.е. от римски заселници. Това е най-значимият религиозен и културен метрополис в

провинция Дачия. От него могат да се видят амфитеатъра и останки от останалите постройки. Други архитектурни забележителности в областта са:

- [ Замъкът в Сантамария Орлеа изграден в бароков стил през 1782 г. и реконструиран през 19 век;
- [ Крепостта в Налатвад;
- [ Църквата Сантамария Орлеа, изградена в готически стил през 13 век;
- [ Манастирът Прислоп.

За туристите се предлагат следните атракции:

- [ **Планински** - туристически преходи, велосипедизъм, конна езда, зимни дейности (планински преходи със ски), водни спортове (кану, рафтинг, плаване със сал), наблюдаване на птици (над 320 различни видове птици), наблюдаване на диви животни, разглеждане на пещери; за любителите на скалното катерене има маршрути от всякаква степен на трудност. Организиран се летни лагери за деца и други младежки инициативи.
- [ **Културни** – опит в занаятчийски дейности, разглеждане на средновековни селища.

За популяризиране на дестинацията е изграден интернет портал, съдържащ информация както за местността и всички предлагани възможности за туризъм, така и съдържащ контакти на местните фирми, предлагащи туристически услуги. Удобството за потенциалните потребители е, че след всяка атракция е приложена контактна информация на организациите, които я предлагат.

На територията на Геопарк Хатег се развива и модерен туризъм, в който са заложили инфраструктурни мерки (изграждане на агро-туристически пансиони, пътища и информационни пунктове) и предлагането на нови туристически атракции. Сред новите атракции, най-съществена е създаването на открит музей на динозаврите, обитавали местността Хатег, който включва техни репродукции в реални размери.

### **Приложимост на добрата практика:**

Регионът на Геопарк Хатег е отличен като “Region of excellence“ по инициативата на Европейската комисия – EDEN. Той представлява добра практика за развитието на планински туризъм. Проектът предоставя набор от характерните за планинския еко-туризъм атракции. За да се увеличи потокът от туристи се инициира мащабен проект за създаването на открит музей на динозаврите. Другото, с което тази практика би могла да бъде полезна, е разработеният интернет портал, който е пример за активно интегриране на бизнеса в сектора на туризма. Практиката е напълно приложима за целевите общини, като дава идеи за иницирането на туристически продукти и изграждането на туристически интернет портал.

## **8.2. България**

### **8.2.1. Община Смолян - Клъстер - "Туризм Родопи - БГ"**

Родопският клъстер за туристически услуги е създаден преди три години и се развива в географска област, която има потенциал за развитие на планински, спа, ски, исторически и конгресен туризъм. Клъстерът обединява редица съоръжения, като туристически пътеки с означения, ски лифтове и писти, нови хотели, които

посрещат много български и туристи от Европейския съюз. Има добре развита Регионална туристическа асоциация „Родопи“, чиито членове имат амбицията да развият марката „Родопи“ и да създадат интегриран продукт, който да има сравнителното предимство да привлича повече туристи, любители на природата и планината и да гарантира високо качество на услугите. Една от целите на кълъстера е да бъде оборудван туристически център в Смолян, който да работи като ядро за управление на целия туристически поток, идващ в района.

В обединението членуват 37 физически и юридически лица - хотелиери, туроператори, туристически организации и сдружения на територията на общините Смолян и Чепеларе. Някои от членовете на кълъстера са: хотел „Мургавец“ в Пампорово, ваканционно селище „Малина“, хотел „Бор“ в Пампорово, хотел „Макрелов“ в Смолян, хотел „Турист“ в Чепеларе, хотел „Флора“ в Златоград, хотел „Смолян“ в Смолян, туристически дружества и др.

Идеята за създаване на кълъстер за туристически услуги в Родопите е продължение на цялостната стратегия за развитие на туризма в този регион. Кълъстерът се подкрепя от Смолянската областна администрация. Целта на организациите, участващи в кълъстера, е да предложат туристически стоки и услуги с гарантирано и контролирано качество и поддържане на високи стандарти на обслужване, тъй като това ще доведе до повишаване на конкурентноспособността на отрасъла.

Членовете на кълъстера приемат вътрешни правила, които да осигурят на посетителите на региона близък контакт с природата, тишина, спокойствие, възможности за активно прекарване на свободното време и разнообразяване на атракциите, контакт с местните хора, опознаване на техните обичаи и традиции. Организациите в кълъстера работят ефективно и съвместно, в дух на равнопоставеност. Кълъстерът има за цел да повиши динамиката в туристическия бранш и да стимулира гражданската активност за работа в единна регионална мрежа. Той ще съдейства за устойчивото развитие на региона и съхраняването на природните и културно-историческите ресурси, ще генерира нови работни места и ще подобри регионалната инфраструктура.

### **Проектът**

Кълъстерът е създаден по проект по програма ФАР "Въвеждане на кълъстерен подход и установяване на кълъстерния модел" насочен към разработване на национална политика в подкрепа на кълъстерния подход и на практически действия по изпълнението на тази политика. Проектът е завършен успешно през 2006 г. В резултат са били разработени Национална стратегия за развитие на кълъстерите в България и План за действие по стратегията, насоки и процедури за управление на кълъстерите, основани на най-добрите практики от ЕС.

### **Възможности за национално финансиране на кълъстера**

#### ***ОП "Конкурентноспособност":***

Приоритет 2 "Повишаване на ефективността на предприятията и насърчаване на развитието на бизнес средата" - "Укрепване на производствения капацитет и достъпа до пазари чрез използване на предимствата на кълъстерите и бизнес мрежите" - проекти за технологична модернизация, въвеждане на системи за управление, постигане на съответствие с европейските норми и международно признати стандарти и въвеждане на енергоспестяващи технологии.

Приоритет 1 "Развитие на икономика, базирана на знанието и на иновативните дейности" - за МСП, участващи в клъстер заедно с научно-развойна организация за разработване на съвместен иновативен проект.

Приоритет 3 "Финансови ресурси за развитие на предприятията" – проекти за създаване на асоциации за взаимно гарантиране или кредитни кооперации с цел улесняване на достъпа до финансов ресурс на своите членове и на други предприятия. Клъстерите могат да се включат и в мрежа за бизнес ангели за привличане на потенциални инвеститори или самите те да учредят подобна мрежа, използвайки своите бизнес контакти и авторитет.

### Приложимост на добрата практика:

Изграждането на клъстери става все по-популярна практика в България. На територията на страната към момента са създадени около 20 клъстера, от които приблизително 14% са в сферата на туризма. На територията на област Добрич предстои изграждането на два клъстера в областта на хранително-вкусовата промишленост, единият от които е поставил за фокус на своята дейност отглеждането на пчели и използването на пчелни продукти в медицината, храните и т.н..

Предимството на клъстерите се състои в това, че те подпомагат развитието на стартиращите и малките предприятия и предоставят нови възможности за тяхното финансиране (напр. посредством Структурните фондове на ЕС). Изграждането на клъстер в областта на туризма в област Добрич би стимулирало развитието туристическите предприемачи не само финансово и икономически, но и чрез предоставянето на материали за повишаване на тяхната квалификация, знания и умения. Вземайки предвид настоящото състояние на туристическата база в общините Крушари и Тервел, тази практика може да бъде разглеждана като една бъдеща перспектива, към която те да се стремят, защото създаването на клъстер изисква преди всичко наличието на инвеститори.

#### 8.2.2. Община Карлово

Общината е идентифицирана като добра практика от гледна точка на доброто развитие на туристическите си дестинации и интегрираното предлагане на туристически продукти. Предлагащите услуги в общината от гледна точка на еко-туризма са:

**Туристически маршрути** – територията на общината е много подходяща за пешеходен, велосипеден и конен туризъм, а през зимния сезон предлага добри условия за ски-походи. Разработени са еднодневни, двудневни, триденни, четири-, пет- и шестдневни туристически маршрути с различна степен на трудност. Пример за подобен маршрут е:

- ден 1: Карлово - хижа Хубавец (3 часа)
- ден 2: хижа Хубавец - хижа Васил Левски (4 часа)
- ден 3: хижа Васил Левски - вр.Ботев (6 часа)
- ден 4: вр.Ботев - хижа Рай (3 часа)
- ден 5: хижа Рай - Калофер (6 часа)



**Туристически маршрути на територията на общината** – това са едnodневни екскурзии до близките на Карлово градове, а именно до град Пловдив, Калофер, Баня, Клисурa, Сопот и др. Екскурзията включва посещение на околните градове и природни забележителности. По желание на туристите се организира дегустация във Винарска изба „Старосел” или изба „Розова долина”. По време на обиколката си туристите могат да се възползват от дегустация на аромати от маслодайни култури, да посетят розоварене в Бухаловия хан, намиращ се в архитектурно-историческия резерват “Старият град” Карлово или да посетят автентична розоварна в гр. Клисурa и др. Пример за подобен маршрут е и маршрутът Карлово - Калофер – Баня, който включва следните елементи:

- Посещение на къща-музей "Васил Левски" - гр. Карлово;
- Исторически музей - гр. Карлово;
- Разходка из архитектурно-исторически резерват "Стария град" (посещение на Мазаковата къща, Даскал Ботьовата къща, разглеждане фасадите на къщи-паметници на културата и Обредния дом);
- Площад "Васил Левски" и паметник на Васил Левски;
- Посещение на Бухаловия хан и магазин за сувенири;
- Църквата "Света Богородица";
- Отпътуване за гр. Калофер;
- Посещение на Сандевата воденица;
- Посещение и беседа в национален музей "Христо Ботев" - гр. Калофер;
- Посещение и беседа в Даскал Ботьовото училище;
- Посещение на Девическия манастир в града;
- Разходка из Калофер;
- Паметника на Христо Ботев;
- Отпътуване за гр. Баня;
- Разходка в Двореца на Цар Борис III и дегустация на вина от винарска изба "Розова долина";
- Отпътуване за гр. Карлово.

На територията на общината е създаден СНЦ “Бизнес център – Бизнес инкубатор – Карлово” (БЦ-БИ – Карлово), който е нестопанска организация, създадена по проект JOBS – “Заетост чрез подкрепа на бизнеса” през май 2001 г. по инициатива на Министерство на труда и социалната политика и с подкрепата на Програмата на ООН за развитие за подпомагане на микро, малките, стартиращите, средните предприятия, земеделските производители и занаятчиите. Съучредители на организацията са юридически и физически лица по Закона за юридическите лица с нестопанска цел. Партньори са Община Карлово, Дирекция “Бюро по труда” – Карлово, местни фирми и физически лица.

Целите и усилията БЦ-БИ – Карлово по проекта са насочени към активно съдействие за разкриване на нови работни места чрез подпомагане на безработни, земеделските стопани, микро, малкия и средния бизнес, занаятчиите и групите в неравностойно положение на местно равнище и създаване на устойчива заетост сред населението. СНЦ "Бизнес център - Бизнес инкубатор - Карлово" развива дейност като Туристически информационен център към Националната мрежа за бизнес развитие и е един от 19-те туристически звена в страната, работещи в мрежата. Центърът разполага с подготвена база данни от атрактивни туристически маршрути, места за настаняване и резервации. Атракциите, културните събития и местни занаяти са само част от развлеченията, с които може да се запознаете.

### Приложимост на добрата практика:

Тази практика е много добър пример за разработването на туристически маршрути. Интересен е начинът, по който са съчетани обиколките до отделните туристически обекти и как между тях са вмъкнати добавени туристически атракции (напр. посещение на винарни, дегустации на местни специалитети и продукти от роза). Тези допълнителни атракции, особено когато са организирани за посетителите, правят обиколката много по-интересна и атрактивна. За общините Крушари и Тервел би било приложимо съчетанието на посещението на природни с исторически забележителности, като между тях да се вмъкват и допълнителни посещения на местни музеи, ферми, селскостопански градини, къщи за гости, където да се дегустират традиционни специалитети и др. Предвид лошата инфраструктура, тези туристически маршрути биха имали по-голям успех, ако се организират групови посещения с осигурени транспорт и екскурзовод. За реализирането на тази практика е необходимо първо да се изгради туристическа база, въз основа на която да се разработи туристическия продукт.

#### **8.2.3. Община Суворово и Каолиново – проект „Планиране на местното икономическо развитие на община Суворово и община Каолиново”**

Проектът е реализиран през 2007 г. по Програма “Активни услуги на пазара на труда”, на база на заемно споразумение със Световната банка. Изпълнението на проекта се разбива на два под-проекта за двете отделни общини. Те протичат по сходен начин, с използването на идентична методология, като разликите в проведените обучения и изследвания се обуславят от спецификите на общините Суворово и Каолиново. Общо изпълнението на проектите протича в следните етапи:

**Етап 1:** Организиране на работни срещи, на които се обсъждат важни за общините въпроси в сферата на туризма.

**Етап 2:** Провеждане на специализирани обучения по важни стратегически въпроси за представители на местния бизнес, туристически организации и администрация.

**Етап 3:** Детайлно проучване на потенциала на общината.

**Етап 4:** На базата на изготвеният анализ са изготвени следните документи:

- *Стратегия за развитие на алтернативния туризъм в общините;*
- *План за реализирането на изготвената стратегия;*
- *Комуникационната стратегия на общината;*
- *Маркетингов план за информиране на обществеността.*

По-долу е представена по-подробна информация относно изпълнението на проекта в двете отделни общини:

#### **„Планиране на местното икономическо развитие на община Суворово”**

По проекта са организирани работни срещи с местната общественост и представителите на общинската администрация, на които са проведени дискусии по важни туристически и икономически въпроси, очертани са основните проблеми, амбиции и потенциални възможности в района на Суворово. Един от основните недостатъци в общината, според всички, е липсата на квалифицирани служители и



предприемачи, които да развиват успешен бизнес в сферата на алтернативния туризъм.

С много голям интерес са били посрещнати организирани семинари, в рамките на които утвърдени преподаватели от Висше училище "Международен колеж" са представили теми, като "Политики и инструменти за регионално развитие", "Селският туризъм - мит, или възможност за българската икономика", "Работа в екип" и "Предприемачески умения".

Следващият много важен етап на проекта е дълбочинното проучване на всички аспекти на икономическото развитие на Община Суворово. Извършени са били анализи на инвестиционния потенциал, процесите и тенденциите в развитието на алтернативния туризъм в региона, възможностите за осигуряване на нови работни места. На базата на обобщените резултати е подготвен анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите за общината, определящ проблемите, разполагаемите ресурси и постиженията. Вследствие на направеното проучване са подготвени два основни документа: 1) *Стратегия за развитие на алтернативния туризъм в община Суворово* и 2) *План за реализация на стратегията*.

По проекта е разработена Комуникационна стратегия и План за информиране на общината. Към тях са създадени информационни брошури, филм, презентации и рекламни щандове.

### **„Планиране на местното икономическо развитие на община Каолиново“**

Проектът е осъществен паралелно с този на община Суворово. Основната задача на проекта е била изграждането на ясна и точна визия за развитието на еко- и селския туризъм като важна алтернатива за стимулиране на заетостта и икономическото развитие в региона. Предварителната подготовка на екипа по проекта е показала, че потенциалът на община Каолиново в тази насока е голям, но трябва да бъде изследван, обобщен и развит в подробна Стратегия за развитие и План за реализирането ѝ.

Основните задачи, които са били реализирани, са включвали няколко важни работни срещи с представители на местната общност - общинска администрация, НПО, бизнеса и активните граждани, придружена с информационна кампания, която да повиши интереса към разработваната тематика.

За да бъде по-ефективно проучването, са били сформирани 3 групи, съставени от 7-9 експерта, обхващащи по един подсектор - „Инфраструктура, свързана с туризма“, „Качество на човешките ресурси“ и „Маркетинг“. Оценката на слабите места е определило поставянето на акцента върху няколко обучения - „Развитие на туристическата инфраструктура и организация на туристическия процес“, „Основни принципи при разработката на бизнес план“, „Развитието на човешките ресурси - ключ към успешно предприемачество“, „Маркетинг на туристическите продукти - силни и слаби страни, перспективи за развитие“. Следващата стъпка по проекта е била събирането на информация за наличните обекти на еко- и селския туризъм.

В подготвената Стратегия за развитие на еко- и селския туризъм и План за нейното реализиране се залага на две основни направления, в които да бъдат съсредоточени усилията на местните власти и общественост – 1) *Създаване на Лудогорско еко-училище за деца и младежи* и 2) *Познавателен етнографски екопарк Мини Лудогорие „Кючук Делиорман“*.

Успешното развитие на общината се опира и на още два документа, разработени по проекта - Комуникационна стратегия и Маркетингов план на община Каолиново, с чиято помощ ще се рекламира регионът като непозната, но много

красива и спокойна дестинация, предлагаща всички условия за семеен и познавателен туризъм.

#### **Приложимост на добрата практика:**

Предложената добра практика е избрана поради две причини. Първо, общините Суворово и Каолиново са разположени в близост до Крушари и Тервел (в област Варна и област Шумен, съответно), което е фактор, улесняващ обмяната на опит с тях. Втората причина е, че описаният проект ясно разкрива методиката по изграждането на стратегическите документи в областта на алтернативния туризъм на общинско ниво. Тази практика би могла да бъде повод за сътрудничество и изграждане на връзки между отделните общини в областта на алтернативния туризъм, особено като се има предвид, че разработените стратегии за общините Суворово и Каолиново вече би следвало да са в процес на реализация и да се отчитат постигнати резултати в резултат на тяхното изпълнение.

#### **8.2.4. Община Разлог – проект „Алтернативен туризъм между четири планини в България и Македония”**

Проектът се реализира от Сдружение за икономическо развитие на Брегалнишко-Струмски регион, Община Пробищип и Община Разлог. Неговата обща цел е:

- 1) Разширяване на трансграничното сътрудничество между общините Разлог и Пробищип за постигане на съгласуваност и единодействие между институции и представители на туристическия бизнес с цел социален и икономически растеж.
- 2) Повишаване на икономическия ръст в общините Разлог и Пробищип, както и конкурентноспособността в граничните региони чрез разнообразяване и устойчиво развитие на алтернативен туризъм.

По-конкретно, проектът цели:

- Популяризиране на партньорства като средство за постигане на конкурентноспособност и устойчиво развитие;
- Създаване на контакти между собственици на малки туристически обекти, наети в сферата на туризма и институции от общините Разлог и Пробищип;
- Изграждане на капацитет сред собственици на малки туристически обекти, наети в сферата на туризма за повишаване на качеството на предлаганите услуги чрез обучителни семинари и консултации;
- Повишаване на практическите умения при предлагането на услуги в сферата на туризма;
- Изграждане на устойчив туристически ресурс с цел превръщането на региона в туристическа дестинация.

Проекта е адресиран към представители на малкия и средния бизнес в сферата на алтернативния туризъм от общините Разлог и Пробищип, представители на институции и организации, свързани с развитието на туризма, планински водачи, екскурзоводи, аниматори, преводачи. Крайните бенефициенти по него са 40 души: собственици на места за настаняване и хране, предимно в селата; собственици или управители на места, предлагащи различни туристически атракции; представители на институции и организации в сферата на туризма и местна власт.

Основните дейности, реализирани по проекта са:

- Информационна кампания сред бенефициенти и медии за началото на проекта и дейности по изпълнението му;
- Инвентаризация и анализ на съществуващия туристически ресурс в общините Разлог и Пробищип;
- Провеждане на двудневен семинар в Пробищип;
- Двудневен обучителен семинар за крайните бенефициенти в три модула;
- Създаване на „Информационно-консултантско бюро” към Местна агенция за икономическо развитие-Разлог;
- Изработване и внедряване на уеб сайт за виртуална информация на български, македонски и английски език;
- Разработване на три туристически ръководства;
- Провеждане на двудневен форум България-Македония за обмяна на контактна информация и представяне на туристически ресурс;
- Осигуряване на консултантска помощ за изработване на маркетингова концепция за предлаганите от бенефициентите услуги;
- Подготовка и публикуване на каталог с информация за наличния туристически ресурс в двете общини;
- Заключителна конференция, представяща резултатите от проекта;
- Кампания по връзки с обществеността за постигане на прозрачност и публичност.

#### Приложимост на добрата практика:

Предложената практика е идентифицирана като добра, тъй като тя съчетава елементите на транс-граничното сътрудничество с развитието на устойчив туризъм. Тя би могла да се използва като методическа база за разработването на бъдещи проекти за между-регионално и транс-гранично сътрудничество, особено с Румъния. Дейностите по проекта в голяма степен допринасят за решаването на идентифицираните проблеми в общините Крушари и Тервел. Едно от най-големите предимства на тази практика е изграденият интернет сайт на проекта, където са достъпни всички презентации и обучителни материали от проведените обучения, за повишаване на капацитета на човешките ресурси в областта на алтернативния туризъм. Прави впечатление, че в проекта е заложено засиленото провеждане на информационни и ПР кампании, както и изготвянето на туристически ръководства и други рекламни материали.

#### 8.2.5. Община Луковит - Геопарк Искър Панега

“Природата е в нас и ние сме в нея” – тази сентенция е в основата на замисъла за създаването на първия в България Геопарк “Искър – Панега” на територията на община Луковит. Той включва два микрорайона – Карлуковския карстов комплекс и Крайпътен ландшафтен парк “Панега”.

Геопаркът е устойчив туристически продукт от геоложки, геоморфоложки или палеонтоложки обекти с естетическа или културно-историческа стойност.

Той обединява наличните природни и исторически дадености на територията на общината, като повишава тяхната атрактивност както за местните



жители, така и за туриста. Геопаркът като цялостен продукт предлага образователни и информационни програми, които имат за цел да повишат заинтересоваността на местните жители и посетителите от запазването на обектите от неживата природа в региона и гарантират създаването на устойчиви работни места.

Основна задача на геопарка е да стимулира развитието на геотуризма и да съхрани геоложкото и геоморфоложкото наследство за бъдещите поколения. На територията на геопарка има изградени два геомаршрута: Карлуковски карстов комплекс и Крайречен ландшафтен парк "Панега".

Културно-исторически маршрут обхваща скалния манастирски комплекс от скитовете "Св. Марина", "Св. Св. Дамян и Козма", "Св. Григорий", националният паметник на културата - църквата "Успение Св. Богородица" (единствената запазена сграда от Карлуковския манастир) и село Карлуково, родното място на големия български музикант Дико Илиев.

Други атракции и услуги

- Туристическият информационен център, при предварителна заявка, предлага организирано посещение с аниматор по пътеките на геопарка, предоставя информация за възможностите за настаняване в околността, възможност за организиране на дегустация на рецепти от северния край на България и др.;
- Информационно-познавателен модул за района се представя в Балканския център по спелеология (разположен в Националния пещерен дом);
- Под ръководството на опитни специалисти, при предварителна заявка и подходящи метеорологични условия се организират бързи скокове от северния вход на Проходна;
- Други атракции в геопарка са алпийско спускане от "очите" на пещерата, рафтинг и разходка със сал по река Панега, тийм-билдинг програми на открито, планинско колоездене, пейнтбол, оф-роуд, скално катерене, нощуване в устроен палатков лагер пред Проходна.

### **Приложимост на добрата практика:**

Предложената практика за изграждане на геопарк е в съответствие със съвременните европейски тенденции в областта на еко-туризма. И двете целеви общини разполагат с подходящи геоложки, природни и исторически дадености за създаването на подобен парк. Общините Тервел и Крушари биха могли, чрез сътрудничество с община Луковит да се запознаят с методическите стъпки при създаването на подобен геопарк. Реализирането на такава практика би допринесло за решаването на някои от идентифицираните проблеми в двете общини, а именно необходимостта от изграждането на туристически съоръжения и туристически информационен център. За създаването на подобен парк ще е необходимо да се разработят обучителни модули и да се обучат туристически водачи.

### **8.2.6. Община Враца – увеселителен парк „Приказката”**

Увеселителният парк "Приказката - 1" е открит на 29 септември 2007 година. Той е разположен в подножието на Врачанския балкан по пътя за връх Околчица. Намира се в непосредствена близост до гр. Враца, на около 300 м от хотелски комплекс "Хъшове" в посока с. Паволче.

Паркът е разположен върху 17 дка горска площ. Той съчетава атракционни за посетители от всички възрастни, кътове за отдих и подкрепа и етюди от българския фолклор.

За посетителите се предлагат следните забавления:

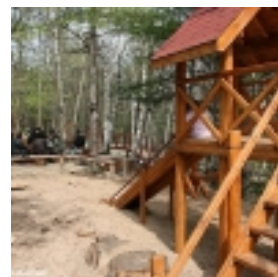
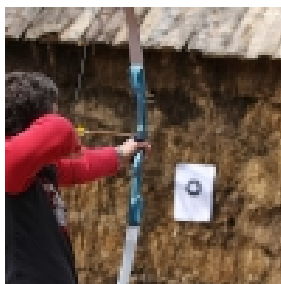
- Пейнтбол, алпийска градина (известна още като височинен град), луда стълба и лудо колело;
- Мини голф, мини боулинг, табла и билиард, дартс, стрелба с лъкове и пневматично оръжие;
- Лятно кино и лабиринт;
- Волейболно игрище;
- Барбекю;
- За децата се предлагат изградени детски площадки, езда на магаре и дистанционно управление на моторни лодки в изкуствено езеро.

Паркът разполага с 22<sup>ма</sup> обучени инструктори, които при нужда оказват физическа помощ, дават съвети и напътствия. Той работи в сътрудничество с хотелите и други бази за настаняване, което дава възможност за ползване и на оборудвани конферентни зали за провеждане на стандартни фирмени обучения.

Екипът на парк "Приказката" предлага разработена разширена програма за тимбилдинг. Извън Парка се предлагат: спускане с 6-местни надуваеми лодки (рафтинг) по течението на река Искър, влизане в необлагодородени пещери, спускане с въже (рапел) по 60-метров водопад, конна езда - понита и големи коне, лов и фотография, стрелба с ловна пушка по летящи порцеланови панички, поход по две екопътеки, 1-, 3- до 6-дневни лагери в Парка и Врачанския Балкан, посещение на археологически разкопки с водач-историк, пейнтбол и стрелба с лъкове в планината, планинско ориентиране и много други развлекателни мероприятия.

За да бъде удължен туристическият сезон, паркът има възможност да бъде отворен и през зимата. За целта се монтира сглобяемо хале, което побира най-забавните атракциони и се отоплява с камина.

Планирано е в увеселителния парк да бъде изградена писта за шейни, дълга 120/150 м с влек за връщане. С приоритет в списъка с предстоящите намерения и задачи е безплатно посещение в парка на деца от социалните домове в областта. Предвижда се в ниската част на парка да бъде построено вилно селище с конферентна и спортна зала. Идеята е тук да се подготвят за състезания спортисти в дисциплини, за които има нужните съоръжения.



### Приложимост на добрата практика:

Общините Крушари и Тервел могат да заимстват от тази практика разработването на разнообразни туристически продукти и съоръжения в областта на еко-туризма. И двете общини разполагат с подходяща природна среда за изграждането на подобен увеселителен парк. От стратегическо значение при избора на местоположение на парка е неговата близост до потенциалните посетители и места за нощувка. За успеха на тази практика допринасят иновативната идея (в България няма много подобни паркове), изключително богатия асортимент от

туристически атракции и широкообхватната целева група (паркът предлага атракции за хора от всички възрастови групи).

## **9. Модел за развитие на туризма в общините Крушари и Тервел**

Настоящият модел цели да идентифицира основните стъпки за подобряване състоянието на туристическите обекти в общините, повишаване на потенциала на човешките ресурси, заети в планирането и управлението на туризма и подобряване предоставянето на туристическите услуги. Той ще бъде развит като стратегия в следващия продукт по настоящия договор.

*Стъпка 1: Планиране на работни срещи, на които да се обсъждат и идентифицират приоритетите в общините*

Препоръчително е провеждането на една до две работни срещи в разстояние на не повече от един месец. На срещите трябва да бъдат поканени служители от общината, които имат отношение в сферата на туризма – кмет, заместник кметове, служители от специализирани дирекции.

*Стъпка 2: Изготвяне на детайлен анализ на текущото състояние*

Анализът се извършва на базата на проведените работни срещи. Той трябва да включва характеристика на туристическия потенциал на общината, състоянието на туристическите обекти, налична туристическа база, потенциални къщи за гости и семейни хотели, състояние на потенциала на човешките ресурси и др. Изключително важно е в този анализ да бъде включено и проучване на обществените нагласи по отношение на развитието на туристическия сектор в общината.

*Стъпка 3: Идентифициране на потребностите от обучение*

Идентифицирането на потребностите се извършва на базата на предходните две стъпки.

*Стъпка 4: Провеждане на обучение за общинската администрация*

Обучението трябва да се съсредоточи върху теми, засягащи стратегическото планиране, планирането в областта на туризма, развитието на туристическите дестинации, маркетинга на туристическата дестинация, брандинг (създаване на марка) и др. Препоръчва се в тази фаза засилено сътрудничество с университетски преподаватели, специализирани организации в сферата на туризма, общини с опит и не на последно място с консултантски компании, тъй като те следят последните тенденции в областта на планирането и развитието. При извършването на обучения се препоръчва и издаването на наръчник за местната администрация, съдържащ основните теоретични моменти, необходими за провеждането на обучението.

*Стъпка 5: Изготвяне на Общинска стратегия за развитие на туризма (туристическата дестинация)*

Стратегията трябва да е в съответствие с „Областна стратегия за регионално развитие на Област Добрич 2005-2015 г.“, както и с националните политики за развитието на туризма. Стратегията трябва да е насочена в следните четири посоки:

- 1) *Реструктуриране на общинската администрация* – създаване на звено или друга структура, която да ръководи и координира общинските дейности в областта на туризма.
- 2) *Мерки за подобряване на туристическата инфраструктура* – осигуряване на достъпност до местните туристически обекти, извършване на дейности по реставрация, изграждане на заслони, беседки, пейки, поставянето на указателни табели, подобряване на пътната инфраструктура и др.
- 3) *Мерки за повишаване на икономическата активност на местното население* – те трябва да бъдат насочени към привличане на нови инвестиции и стимулиране на местното население да участва в сектора на туризма. Предприетите мерки ще бъдат определени както на базата на извършения Анализ на текущото състояние, така и на изготвения Анализ с добри европейски практики и опита на община Ефкарпия. Ролята на общината трябва да се състои в създаването на предпоставки и стимули, както и в оказването на подкрепа на развитието на местния бизнес. Тук трябва да се наблегне на ролята на публично-частното партньорство като ключ към изграждането на устойчив бизнес. Подбраните мерки трябва да бъдат съобразени с факта, че общината трябва да оказва подкрепяща, а не водеща роля в развитието на бизнеса, като създава предпоставки, а не ограничения.
- 4) *Мерки за повишаване на капацитета на човешките ресурси:*
  - Осигуряване на обучения и форуми за цели в сферата на туризма (основно за местните доставчици на туристически услуги, като хотелиери, ресторантьори и производителите на туристически продукти). За целта най-важно е предварително да се определи целевата група от местното население, към която да бъдат адресирани обученията. Препоръчително в териториите около туристическите обекти е да се проведат анкети или интервюта, с които да се установят местните нагласи по отношение на развитието на туристическия сектор. На второ място, обученията трябва да бъдат разгласени сред местното население, за да се привлекат максимален брой участници.
  - Подготовка и отпечатване на печатни материали – наръчници, дипляни, които да бъдат достъпни за местното население. По този начин се цели повишаване на познанията на хората в областта на туризма, предлагането на туристически продукти и създаването на собствен бизнес.
  - Маркетингова кампания, чрез която да се достигнат местните жители и да бъдат убедени в ползата от развитието на туризма за подобряване на социално-икономическото състояние в общините.
  - Изграждане на туристически информационен център - провеждането на обучения и реализиране на маркетинговата кампания могат да бъдат възложени на специализирана структура – туристически информационен център, който да бъде връзката между местните предприемачи и пристигащите туристи.

*Стъпка 6: Изготвяне на маркетингов комуникационен план за рекламиране на туристическата дестинация*

Планът трябва да цели опазване, инициране, документиране, оценка и развитие на основни и второстепенни елементи, съставляващи туристическия продукт на общините. Предвид състоянието на туризма в общините Тервел и Крушари, е необходимо маркетинговият план да бъде насочен в две посоки:

- *Към населението от региона или туристи, които вече са избрали региона за почивка (напр. туристите по северните Черноморските курорти, в старите столици – Плиска, Преслав и т.н.) – за популяризиране на общината като туристическа дестинация на местно ниво и за привличането на туристите в региона към туристически възможности в общините. За тази целева група може да се изготвят брошури и дипляни с възможностите за посещение на туристически обекти, които да бъдат разпространени в хотелите и местата за настаняване в региона.*
- *Към потенциалните нови посетители – използването на маркетингови способности за привличането на повече външни туристи (както от България, така и от чужбина, напр. Румъния). Тук могат да се използват стандартните инструменти, като създаване и разпространение на информационни брошури и дискове, създаване туристически интернет портал и др. Важно е предвиждането на реклама в местната, националната и международната преса, участието в национални и международни туристически изложения, както и интернет рекламата.*

Като широко използвана и доказана практика за развитието на алтернативния туризъм се препоръчва създаването на офис за туристическо и културно популяризиране.

*Стъпка 7: Изпълнение на Общинската стратегия за развитие на туризма и изготвения маркетингов план*

Изпълнението трябва да се извършва под ръководството на общините, като се акцентира върху текущата отчетност и документиране на постигнатите резултати. Препоръчва се изпълнението на отделните мерки да протича паралелно, а не последователно, тъй като по този начин се осигурява по-лесното интегриране на отделните елементи в изпълнението на цялостната политика на общината в сферата на туризма.

*Стъпка 8: Отчетност*

Необходимо е да се води редовна статистика за проследяване на туристическия поток и развитието на туристическата база (хотели, ресторанти, брой ангажирани в тях) с цел въвеждане на изпреварващи действия за отговаряне на туристическото търсене и за предприемането на адекватни действия за развитие на туристическата дестинация.



## 10. Използвани източници на информация

- [ Световна организация по туризъм, Барометър, септември 2009 г
- [ Европейска комисия по туризъм, „Европейският туризъм през 2009 г.: перспективи и възможности”, тримесечен доклад 1/2009 г.
- [ European destinations of excellence,  
[http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/good-practices/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/eden/good-practices/index_en.htm)
- [ Стратегически план за развитието на културния туризъм в България, Executive summary, 2009
- [ Общински план за развитие на община Крушари за периода 2007 – 2013 г.
- [ Alternative Tourism in Galaxidi Fokidos - A Strategic Planning Approach, N. Theocharis and N. Klada