



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ НА БУРГАСКИ ЧЕРНОМОРСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН 2021-2024

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Съдържание

1. Ситуационен анализ	4
Обхват	4
Преглед на стратегически документи	4
Преглед на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии в областта на туризма в туристически район „Бургаско Черноморие“	8
Добри чуждестранни практики на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии.....	15
Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура.....	37
Пътна инфраструктура	37
Ж.П. транспорт	38
Въздушен транспорт	38
Морски транспорт.....	39
Велосипеден транспорт.....	40
Изводи:	40
Основни туристически обекти.....	40
Традиционни ястия	62
Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО	62
За състоянието на Организацията за управление на туристически район (ОУТР) Бургаски черноморски туристически район	63
Обобщение	72
SWOT анализ на Бургаски Черноморски туристически район.....	73
PESTEL анализ - анализ на външната среда	75
2. Визия.....	116
3. Мисия	117
4. Цели	117
5. Целеви пазари и групи потребители.....	121
Източници на информация.....	121
Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района	121
Целеви пазари.....	122
6. Уникално предложение за продажба и желано пазарно позициониране	128
Виждане за предимствата и недостатъците на района	128
Асоциации със символи на района.....	129
Идеи за уникално предложение за продажба	130
Поведение и предпочитания на туристите	130
Поведение и предпочитания на туристите	131
Предпочитания на чуждестранните туристи.....	134
Предложения за уникално предложение за продажба.....	135
Желано пазарно позициониране.....	136
Ключови послания на района	136
7. Общи насоки за брендиране на всеки туристически район и предложения за лого и слоган.....	137
Предложния за лого и слоган	138
8. Концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район	141

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

9.	Стратегии и тактики за постигане на целите и достигане до потребителите (маркетинг микс)	143
	Маркетинг микс:	143
	1. Продуктова политика	143
	2. Ценова политика	149
	3. Дистрибуционна политика	152
	4. Комуникационна политика	153
	Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район	156
	Препоръки към регионалния маркетинг в туризма	156
	Пътувания и туризъм: тенденции за 2021 – 2022 г.	159
	Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали	164
10.	Механизъм за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията за района	190
	Мониторинг	190
	Набиране на информация за напредъка	191
	Методи за набиране на количествени данни	192
	Методи за набиране на качествени данни	192
	Анализ на получените данни	193
	Заключения на база на анализа	194
	Изготвяне на предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация	194
	Представяне и обсъждане на резултатите и предложенията на заинтересованите страни	194
	Отразяване на получените коментари и предложения	195
	Официално приемане на необходимите документи и действия	195
	Оценка:	195
	Междинна и последваща оценка	196
11.	Институционална рамка	197
	Министър на туризма	198
	Национален съвет по туризъм	200
	Експертни комисии към министъра на туризма	202
	Управление на областно ниво	203
	Управление на местно ниво	204
12.	Бюджет	211
13.	План за действие	213
14.	Приложения:	231
	☐ Приложение 1: Комуникационен план на туристическия район	231

1. Ситуационен анализ

Обхват

Бургаски Черноморски туристически регион обхваща 13 общини в 2 административни области: област Бургас: Айтос, Бургас, Камено, Карнобат, Малко Търново, Несебър, Поморие, Приморско, Руен, Созопол, Средец, Царево; и област Ямбол: Болярово.

Дели се на подрегиони Бургаско Черноморие и Странджанско Черноморие. Център на региона е гр. Бургас, който се намира в подрегион Бургаско Черноморие и е административен център на община и област Бургас.

Организацията за управление на туристическия регион е учредена със Заповед № Т-РД-17-37/05.07.2018 г. Членове на УС на организацията са общините Бургас, Несебър, Поморие, Царево, Приморско, Созопол и Малко Търново.

Според Концепцията за туристическо региониране на България¹ Бургаски Черноморски туристически регион е с основна специализация морски и културен туризъм и разширена специализация морски рекреативен туризъм, всички видове културен туризъм, приключенски и екотуризм, всички видове здравен туризъм, селски туризъм и религиозен и поклоннически туризъм.

Преглед на стратегически документи

Прегледът на съществуващите стратегически и програмни документи има за цел да обобщи зададената стратегическата рамка за развитие на туризма в туристически район „Бургаско Черноморие“ и да се проследи съгласуваността между националните, областни и общински документи с въздействие върху туристическия сектор. В рамките на района попадат 13 общини в границите на 2 области от състава на Югоизточен район за планиране. Обхванати са 27 документа с регионално, областно и общинско значение.

Регионалният план за развитие на Югоизточен район (РПР на ЮИР) от ниво 2 за периода 2014-2020 г. залага туризма в рамките на формулираната визия за развитие „Югоизточен район – привлекателно място за живот и бизнес, със съхранено природно и културно наследство, ефективно използващ своя потенциал за постигане на устойчиво и балансирано социално-икономическо развитие със затвърждаване на традициите си в туризма и енергетиката“. Туристическият сектор е развит като приоритет за постигането на социално-икономическо развитие чрез използването на наличния собствен потенциал. Дефинираните цели и приоритети са съгласувани с документите, задаващи националната стратегическа рамка и е реализиран преглед на обвързаността между тях.

Дефинираните цели и дейности за насърчаване на туризма са насочени към развитието на специфични видове туризъм., опазване на недвижими, движими и нематериални

¹ МТ, <https://www.tourism.gov.bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/koncepciya-za-turisticheskoy-rayonirane-na-bulgariya>

културни ценности, реализиране на регионален маркетинг и реклама на туристическите продукти, културните и творческите индустрии. В РПР на ЮИР не са дефинирани водещи видове туризъм, които да бъдат възприети като приоритетни за съставлящите го административно-териториалните единици.

Туристически район „Бургаско Черноморие“ включва общини от две области – Област Бургас (12 общини) и Област Ямбол (1 община). Областните стратегии за развитие са съобразени със зададените стратегически цели и приоритети в Национална програма за развитие на Република България „България 2020“, Национална стратегия за регионално развитие на Република България в периода 2012-2022 г., Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., РПР на ЮИЗ и др., както и с общата политика за развитие и сближаване на регионите в Европейския съюз. Осъществен е изричен анализ на съответствията. Обхванати са документи, действащи в периода 2007-2013 г. чрез изготвяне на междинни оценки и преглед на приемствеността. За територията на Област Ямбол е разработен самостоятелен документ - План за развитие на туризма в Област Ямбол за периода 2011-2013 г.

Водещите съответствия с документите от по-висок порядък са насочени към усъвършенстване на туристическата дейност, удължаване на туристическия сезон, популяризиране на туристически забележителности и атракции, дигитализиране на услуги и културно наследство, комуникационна и маркетингова политика на областите, подобряване на техническа база и инфраструктура и др.

Общата специализация на туристическия район включва морски и културен туризъм. Отчета се съответствие на ОСР съгласно определената специализация за района. При ОСР на Област Ямбол включва не се включва морски, а воден туризъм по течението на река Тунджа поради географските характеристики. ОСР на Област Бургас обхваща културен и морски туризъм. Посочени са подвидовете културно-исторически, творчески, религиозен, селски, СПА-туризъм, винен, мистичен, медицински, приключенски, хоби, спортен, туризъм.

От обхвата на Област Бургас са включени 12 общини в туристическия район - Айтос, Бургас, Камено, Карнобат, Малко Търново, Несебър, Поморие, Приморско, Руен, Созопол, Средец, Царево. Прегледът на общинските документи показва висока степен на вертикална координация с документите от по-висок ранг. Във всички общински планове за развитие на разглежданите общини има обособен преглед или анализ на основните документи, с които целите и мерките на местно ниво следва да са съобразени. Общо за 7 от общините са извършени междинни оценки, анализ на резултати и преглед на постиженията в предходни програмни периоди.

Туризмът е включен във визиите за развитие на 5 общини (Малко Търново, Несебър, Приморско, Созопол и Царево). Отразява се на междинно ниво като приоритет или специфична цел за постигане на конкурентоспособност и развитие на местната икономика, използване на разполагаемите ресурси на съответната община и подобряване на социално-икономическото състояние. Общините Карнобат и Созопол предвиждат туризма като самостоятелна стратегическа цел в ОПР. При ОПР на общините Бургас, Руен и Средец е предвиден на оперативно ниво и са предвидени комплексни и

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

задълбочени дейности и проекти. Самостоятелни специализирани документи за развитие на туризма са създадени от 6 общини (Айтос, Бургас, Малко Търново, Несебър, Поморие, Царево).

Основните съответствия в целите и мерките между документите от различно йерархично ниво включват създаване на местен туристически продукт, ефективен маркетинг и популяризиране на дестинации, създаване на специализирана и обслужваща туристическа инфраструктура, създаване на туристически продукти и пакети с конкурентно предимство на туристическия пазар, подпомагане на инвестиционни дейности в помощ на туризма, устройване на културни маршрути и атракции, рекламни дейности и изработване на материали, участие в международни, национални и регионални туристически събития, повишаване квалификацията на заетите в туризма, подпомагане на целогодишен туризъм и др.

Водещите видове туризъм, определени в общинските документи, са културен и морски. Постигнато е пълно съответствие с общата специализация на туристическия район. Посочените подвидове са културно-исторически, природен, селски, екотуризм, медицински, лечебен, балнеоложки и СПА-туризъм, ловен и риболовен, културен, конгресен, бизнес, воден, фестивален, развлекателен и приключенски, познавателен, ваканционен, религиозен, воден и спортен туризъм. Висока е степента на съответствие и с разширената специализация на район „Бургаско Черноморие“.

На базата на прегледа на съществуващите документи могат да се направят следните изводи:

- Отчита се висока степен на съответствие между заложените цели, приоритети, мерки и дейности в плановете и програми стратегически документи на областно и общинско ниво в рамките на туристически район „Бургаско Черноморие“. Основната рамка на национални документи, с които се отчита съгласуваност са Стратегията Европа 2020, Националната програма за развитие „България 2020“, Националната стратегия за регионално развитие на Република България 2012-2022 г., Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013 - 2025 г. и др.
- Осъществен е преглед и/или анализ на съответствието с националните и европейски документи, както и на законодателната рамка от 12 общини и 2 области. Посочени са въздействието и постигнатите резултати от предходни стратегии, програми или плановете, действащи в периода 2007-2013 г. при 7 общини.
- Основните съответствия и проявления на съгласуваността между целите и приоритетите подобряване на уменията и квалификация на заетите в туристическия сектор, подобряване на материалната база и туристическата инфраструктура, консервация и реставрация на културни ценности, създаване на местен туристически продукт, маркетинг, реклама и популяризиране на обекти и дестинации, представяне на международни, национални и регионални туристически събития, подобряване на туристическите услуги, разработване на дейности, атракции и маршрути за обезпечаване на целогодишен туризъм и др.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Формирана е практиката туристическият сектор да бъде обхванат в йерархията на целите като приоритет или специфична цел в рамките на икономическото развитие, оползотворяването на местния потенциал и повишаване на конкурентоспособността. Туризмът е включен във визиите за развитие на 5 общини (Малко Търново, Несебър, Приморско, Созопол и Царево). Като отделна водеща стратегическа цел секторът е поставен от 2 общини.
- Самостоятелни специализирани документи за развитие на туризма са създадени от 6 общини (Айтос, Бургас, Малко Търново, Несебър, Поморие, Царево) като програми или стратегии.
- Наличните интегрирани планове за градско възстановяване и развитие включват проекти, отнасящи се пряко до туристическия сектор. Предвидените проекти са насочени предимно към опазване на културно наследство, поддържане на културна инфраструктура и облагородяване на природни обекти.
- Съгласно методическите указания на МРРБ за разработването на подобни документи и нормативната рамка, в ОПР се използват релевантни понятия при основните елементи на планирането.
- Общата специализация на туристическия район включва два компонента: морски и културен туризъм. Отчита се високо ниво на съответствие при всички общини в туристическия район. Водещите видове туризъм, определени в общинските документи, са културен и морски. Постигнато е пълно съответствие с общата специализация на туристическия район.
- Посочените подвидове са културно-исторически, природен, селски, екотуризм, медицински, лечебен, балнеоложки и СПА-туризъм, ловен и риболовен, културен, конгресен, бизнес, воден, фестивален, развлекателен и приключенски, познавателен, ваканционен, религиозен, воден и спортен туризъм.
- В 19 от наличните областни и общински документи са определени индикатори за измерване на резултат, ефект или въздействие с различна степен на задълбоченост и пълнота. В някои случаи са формулираните измерители без дефиниране на източници на информация. Най-често се посочват собствени източници на информация, общински администрации, Националният статистически институт (НСИ) и Информационната система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България (ИСУН).
- В документите, предмет на прегледа, изрично е посочено трансграничното и регионално сътрудничество при Програмата за развитие на туризма на Община Болярово и План за развитие на туризма в Област Ямбол 2011-2013 г. Като форми на сътрудничество са предвидени обмен на опит в областта на трансфера на добри практики за създаване на конкурентен туристически продукт и ефективен начин за тяхното популяризиране. При общините Айтос, Бургас и Поморие сътрудничеството и партньорството са насочени към бизнеса, туристически организации, неправителствени организации.
- Програма за трансгранично сътрудничество Interreg - ИПП България - Турция 2014 - 2020 г. обхваща и двете области, част от туристически район „Бургаско Черноморие“. В нея се посочва, че основната цел на регионалното сътрудничество между двете държави е насочено към сътрудничество в областите на опазването на природата, устойчивото

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

развитие на туризма, териториалното сближаване. Една от приоритетните оси е „Устойчив туризъм“. Бенефициенти могат да бъдат местни, регионални и национални власти, национални и регионални агенции; администрации на природни паркове, културни институции; читалища, образователни институции и др.

С оглед общите специфики, показани в отделните документи и отчитайки социалните, икономически и природни особености на съответната територията, могат да бъдат определени допълващи цели:

1. Развитие на партньорства – предвидените партньорства в общинските и области документи са ограничен брой. Предвид обхвата на туристическия район (13 общини) и не голямата географска и транспортна отдалеченост между различни туристически обекти и забележителност, се констатира потенциал за насърчаване на вътрешнорегионално сътрудничество за изграждане на общ продукт и маршрути.
2. Целогодишен туризъм – климатичните и географски характеристики на повечето общини в района предполагат развитието на летен туризъм. Поставените цели на общинско ниво адресират предимно летен туристически сезон. Потенциална възможност е разнообразяването на предлаганите туристически услуги и прилагането на форми, които да подпомогнат утвърждаването на целогодишен туризъм в района.

Преглед на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии в областта на туризма в туристически район „Бургаско Черноморие“

Ограничена е практиката по съставяне на самостоятелни маркетингови и комуникационни стратегии на общините в рамките на района. Специфичните дейности, насочени към развитие на туристическия сектор и в частност – туристически продукти, дестинации и услуги, са включени главно в общинските планове за развитие, общински стратегии и програми за туризъм. В рамките на район „Бургаско Черноморие“ общо 8 общини включват маркетингови мерки и дейности. На областно ниво се отчитат подобни цели при област Ямбол.

Община Айтос

- В *Плана за общинско развитие на Община Айтос (2014-2020)* като туристически ресурси се посочват минералните извори, природните и археологическите забележителности, близостта на Черноморието и разнообразния релеф (планински и равнинен). На територията на общината се намира защитената природна местност „Хисаря“, скални образувания, археологически паметници, архитектурни забележителности и църкви. Със значим потенциал се определят еко-туризма, културно-историческия и археоложкият туризъм. Като възможност се посочва комбинирането на туристически пакети със съседни общини.
- Развитието на туризма е заложено като приоритет в *Плана*, а като индикатори се посочват участието в туристически борси и проведените рекламни кампании.
- Община Айтос има разработена *Програма за развитие на туризма за периода 2020 – 2023 г.* Една от специфичните цели на Програмата е създаването на реклама

----- www.eufunds.bg -----

и публичност на дейностите на общината в областта на туризма. Сред заложените дейности са: изготвяне и разпространение на рекламни материали, провеждане на маркетингови кампании и

- рекламиране на предстоящи събития в медиите.

Община Болярово

- Община Болярово има условия за развитие на еко, балнео и ловен туризъм. В *Плана за общинско развитие (2014-2020)* се посочва, че отрасълът не е достатъчно развит, но има предпоставки за това. Основните предимства на общината са: екологично чистата територия, природните обекти, изградената язовирна мрежа – за съчетание на отдих, риболов и спортен риболов, традиционните обичаи и кухня – за развитие на селския и екологичния туризъм, минералните води в с. Стефан Караджово.
- В *Програмата за развитие на туризма в Община Болярово (2020-2021)* се отбелязва, че създаването на туристически продукт е дългосрочен процес, който общината все още не е реализирала, както и че общината не може да привлече силен туристически интерес самостоятелно. По отношение на рекламата в Програмата се посочва разработването на няколко информационни материала:
 - книгата „Сто причини да се гордея, че съм от община Болярово“, която съдържа информация за забележителностите във всички населени места в общината;
 - атлас „Патриот“, в който се съдържа информация за туристическите забележителности в Болярово, Стефан Караджово и Воден;
 - пътеводител „Странджа“, издание на Тангра, в който се съдържа информация за туристическите забележителности на всички населени места в община Болярово.

Община Камено

- Потенциал за развитие на територията на Камено имат еко-туризмът, културно-историческият, риболовният и археоложкият туризъм. В плана на общината като възможност се посочва комбинирането на туристически пакети със съседни общини. Развитието на туризма е посочено като приоритет съвместно с развитието на спорта в общината. Конкретните дейности за реализиране са маркирани по-общо. По отношение на рекламата е предвидено само организиране на инициатива "Опознай Общината" – крепостта "Русокастрон" и "Еркесията".

Община Карнобат

- Предимството на общината се изразява в чиста и запазена природа, исторически, архитектурни и културни забележителности, музеи, традиционни поминъци и занаяти, подходящи за културно-познавателен и еко туризъм. Културните събития и фестивали са предпоставка за развитие на културен туризъм. Има условия за развитие и на ловен туризъм.

----- www.eufunds.bg -----

- Развитието на туризма е заложено като стратегическа цел в Общинския план за развитие. Като мярка е заложено развитието на планински, ловен и риболовен, културен, конгресен, бизнес и селски туризъм. Заложено е и развитие на цялостна маркетингова политика за популяризиране на Карнобат като национална и международна дестинация. Като дейности към тази мярка са предвидени: създаване на местен туристически продукт, създаване на интернет страница, представяне на туристически борси, организиране на информационни турове и други.

Община Малко Търново

- На територията на общината се намира архитектурно-историческия резерват село Бръшлян. Горските ресурси предоставят възможност за развитие на ловен туризъм. Поречието на Велека създава възможности за плажуване и риболов. В *Общинския план за развитие (2014-2020)* се отчита, че въпреки напредъка, е необходимо да се работи върху популяризирането на общината като дестинация и развитието на ресурсите, с които разполага. Като възможност се посочват: културен, развлекателен, познавателен, религиозен, екологичен, селски, риболовен, спортен, ваканционен, балнео и СПА-туризъм. Подчертава се необходимостта от използване на близостта на община Бургас.

Община Несебър

- В *Общинския план за развитие на Община Несебър 2014-2020 г.* се акцентира върху разнообразните природни и антропогенни туристически ресурси. Посочва се още, че Несебър се е утвърдил не само като морски, но и като културно-туристически център. Град
 - Обзор и с. Равда са с имидж на дестинации, предлагащи морски рекреативен туризъм със
 - средно качество на оптимални цени, подходящи за семеен туризъм, индивидуални пътувания и за почивка на хората от третата възраст. В последните години се развиват аква-парковете, които увеличават привлекателността на курорта.
- В *Стратегията за развитие на туризма в общината (2018-2024 г.)* се посочват различните туристически продукти и тяхното позициониране спрямо фазите на продуктовия жизнен цикъл:
 - Етап въвеждане: фестивален, сватбен, еко и селски туризъм
 - Етап растеж: културно-познавателен туризъм
 - Етап зрялост: ниско бюджетен летен морски рекреативен туризъм и хазартен туризъм
 - Етап насищане: средно бюджетен летен морски рекреативен туризъм
 - Етап упадък: спортен и конгресен туризъм

----- www.eufunds.bg -----

- Като основни туристически пазари са дефинирани чуждестранните туристи и основно от следните дестинации: Германия, Великобритания, Русия, Полша, Румъния, Чехия, Украйна, Словакия, Израел и Унгария.
- Визията на общината за периода 2018-2024 г. е следната:
 - *„...дестинация за екологично отговорни, икономически рентабилни и социално интегриращи видове туризъм в четири сезона, генериращи висок жизнен стандарт и качество на живот на местното население.“*
- Една от заложените цели на общината е развитието на туристическия бранд на общината като сигурна, безопасна и качествена дестинация за устойчиви видове туризъм в четири сезона. Заложена е промяна на имиджа на общината като “дестинация-стока” единствено за ниско бюджетен морски ваканционен туризъм и брандирането ѝ като качествена дестинация за различни специализирани съвременни видове туризъм. Предвижда се фокусиране върху определени подсегменти на специфичните сегменти на туристическия пазар (например, младоженци, семейства с деца, младежи, трета възраст, културна общност, спортисти, организационен пазарен сегмент) и реализиране спрямо тях на диференциация в сравнение с конкурентните дестинации – община Балчик, община Варна, община Поморие, община Созопол и други в страната и чужбина.

Община Поморие

- Освен за традиционния морски туризъм, в Общинския план за развитие се упоменават и предпоставки за алтернативни форми на туризъм – културен, екологичен, селски, балнеолечебен. Като благоприятен се посочва фактът, че туристическото предлагане в община Поморие не е идентично с това на съседните общини - Несебър, Бургас, Созопол, Приморско и Царево.
- В плана се посочва, че развитието на туристическия продукт трябва да бъде съобразено с динамичните промени в предпочитанията на чуждестранните туристи – засилен интерес към културното наследство (тематични културни турове), стремеж към здравословен живот (балнеолечение и здравен туризъм), отношение към обкръжаващата среда и природата (селски и екотуризъм). Ясно изразената тенденция на избор на кратки почивки, в сравнение с дълги ваканции, също улеснява развитието на специализирани туристически продукти. В общината е започнато изграждане на туристически голф комплекс „Black Sea Golf and Country Club” край Каблешково.
- Община Поморие има Програма за развитие на туризма за периода 2014-2020 г. В нея са описани основните туристически дейности, в които се включват посетителите на общината – морски туризъм, балено/калолечение, дегустация на вина, културни събития (Яворови дни, Фестивал на църковната песен, Мажоретен фестивал и Дни на виното), участие в религиозни празненства. Освен тези дейности, като потенциални разновидности се посочват: спортно-развлекателен, орнитоложки, фолклорен и етноложки, кулинарен и еко туризъм.

----- www.eufunds.bg -----

- Заложената визия на Програмата е към края на 2020 година Поморие да стане един от водещите туристическите центрове на Балканите чрез превръщането му в:
 - Централна дестинация за балнеотуризм и калолечение;
 - По-нататъшното му утвърждаване като един от европейските центрове за екотуризм – орнитоложки, биоразнообразие, Музей на солта;
 - център за развитието на винен туризм по Българското Черноморие;
 - Център на конгресен туризм – културни и спортни прояви и събития
- Една от специфичните цели е маркетингова политика на дестинацията за популяризиране и налагане на продукта на туристическия пазар. За реализирането ѝ е заложена комуникационна кампания, уеб маркетинг и други.

Община Руен

- В Плана за развитие на Общината се посочва, че Руен не е добре познат като туристическа дестинация. Въпреки това са посочени някои предпостави за развитие на туризма като: винен туризм в с. Просеник (посещавано от туристи в Слънчев бряг), маршрута Ком-Емине, ловна база в местността „Гермето“, сватбен, религиозен и речен туризм. Като потенциални се посочват еко, пешеходен и ловен туризм. От планинския туризм с най-значимо влияние са: планинско колоездене, делта и парапланеризъм, планинско ориентиране, скално катерене и оф-роуд. Посочва се, че най-ефективният начин да се разработи туризмът в общината е да се съчетае туристическият продукт, който тя предлага с този в съседни общини.

Община Созопол

- В *Общинския план за развитие (2014-2020 г.)* се посочва, че освен морския туризм, макар в значително по-малка степен, е развит и конгресния туризм. Като добри се определят и предпоставките за развитие на селски, еко, ловен и риболовен туризм. На територията на общината се намират обекти от културно-историческото наследство (Резерват „Старинен Созопол“, остров „Свети Иван“, Архитектурно-исторически комплекс „Южна крепостна стена и кула“, древното селище Акра, археологически музеи в Созопол и Черноморец, Музей Южна крепостна стена и кула и Художествената галерия. Широко представена в община Созопол е традиционната архитектура в три основни типа - черноморска, странджанска и тракийска къща.
- Като важна се посочва диверсификацията на туристическия продукт и създаване на условия за целогодишен туризм, както и създаването на силен бранд. По отношение на морския туризм, се отчита, че общината следва да търси позициониране като дестинация за „немасов“ туризм чрез повишаване на качеството на обслужване, подобряване на инфраструктурата, разнообразяване на предлаганите услуги

----- www.eufunds.bg -----

- С оглед на тенденциите в туризма, Общината отчита необходимост от разработване на туристически продукти за хора над 65 години, както и туристически продукти с потенциал за преодоляване на сезонността.
- Като слабост се отчита липсата на уникално лого и слоган, които да залегнат в нейната брандинг стратегия.

Община Средец

- В Общинския план за развитие (2014-2020 г.) като възможност се определя развитието на културно-познавателен туризъм. Като основни фактори за това се посочват красивата природа, наличието на редки птици, наличието на дивеч и възможности за практикуване на риболов, както и историческите паметници и обекти, музеи и културни събития. На територията на общината се намира средновековен митнически комплекс с църква, където се предполага, че княз Борис I приема християнството.
- И в тази община се отчита необходимостта от сътрудничество със съседните общини в областта на туризма.
- Сред мерките в плана е заложено развитието на културен и екологичен туризъм, но конкретните посочени дейности са общи (напр. популяризиране на дестинацията).

Община Царево

- В Общинския план за развитие (2014-2020 г.) се отбелязва, че потенциалът на туристическите ресурси дава основание да се очаква развитието на туризъм в мащаби, които да я определят като дестинация, заемаща самостоятелно място на регионалния, националния и международния туристически пазар. Освен водещият морски туризъм, като потенциални възможности се отбелязват селският и културно-историческият туризъм.
- В Плана е заложено развитие на устойчиви форми на туризъм, а като мерки се посочват най-общо рекламни и маркетингови дейности. Следва да се обърне внимание, че е заложено и съвместно сътрудничество с други общини за общи туристически дейности.
- Програмата за развитие на туризма за 2009-2013 г. посочва, че Общината се е утвърдила като дестинация предлагаща рекреативен туризъм със средно качество на оптимални, атрактивни и изгодни цени, подходяща за семеен туризъм, индивидуални пътувания и за почивка на хората от третата възраст, предимно на море. Освен морския и културно-познавателния туризъм, като перспективен се определя яхтеният, еко и селски, ловен и риболовен туризъм. Като ресурси се посочват още: научно-познавателен (ботанически, орнитоложки и др.), спортен, велосипеден, конен, фото и селски туризъм.

Община Бургас

- Според *Общинския план за развитие на Бургас (2014-2020 г.)* освен традиционния морски рекреативен туризъм се развиват и специализирани видове туризъм като конферентен и бизнес, спа туризъм, културно-историческия туризъм, еко туризъм, алтернативен и хоби туризъм. Като мярка за интегрирано териториално развитие е заложено развитие на туризма, интегрирани туристически продукти и креативни индустрии. Мярката включва три ключови и интегрирани проекта:
 - Мерки за реставрация на обектите ФОРОС и Аква Калиде Термополис
 - Развитие на курорта „Бургаски минерални бани“ като атрактивна туристическа и СПА дестинация и да се създаде нова СПА дестинация при Атанасовска коса
 - продукти с акцент върху риболова и рибарските занаяти.
- В Стратегията за устойчиво развитие на туризма (2018-2023 г.) като основни генериращи пазари за Бургас (освен българския) са посочени Турция, Русия, Израел, Германия и Гърция. Освен инвестиция в тези пазари, като потенциални са посочени още Китай и Естония. В документа са дефинирани и основните видове туризъм – морски, културен, еко- и велотуризм, спа/балнео, спортен, събитиен, city breaks, религиозен и круизен туризъм. Като „перспективни туристически продукти“ са определени следните видове туризъм: културен, фестивален, спортен, екотуризм, конферентен/конгресен.
- В Стратегията са определени основните конкуренти на общината по различни сегменти:
 - Морски туризъм – Несебър, Созопол, Поморие и Варна
 - Културен туризъм – Несебър и Созопол
 - Спа/балео туризъм – Поморие и Варна
 - Конферентен туризъм – Варна и Стара Загора
- Като част от стратегическите цели е заложено развитието на нови продукти, сред които пасивен и активен спортен туризъм, здравен туризъм („Медицински град Бургас“), СПА (лечебен) туризъм, културно-исторически туризъм. Като част от подобряване качеството на предлагания туристически продукт се предвижда и развитие и популяризиране на местен бранд за качество на туристическото предлагане. За неговото популяризиране са заложени различни мерки: създаване на иновативно портфолио, популяризиране на рекламен продукт със социална стойност, разширяване обхвата на ресурсите (напр. чрез интегриране на потребителски ревюта като нов акцент в туристическия бранд и други).
- Заложено е и развитие на „зелен град Бургас“ чрез екотуризм и действия на открито. За постигането на тази цел се предвижда по-широко използване на плажните пространства за разнообразни събития, удължаване на активни летен сезон. Заложено е и стимулиране на туристически услуги на открито, напр. орнитоложки туризъм.

Обобщени изводи

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Развитието на туризма е застъпено като приоритет в общинските планове за развитие на почти всички общини от туристически район „Бургас“. Въпреки това той не е еднакво развит на територията на всички общини. Докато водещите морски дестинации могат да разчитат на туристопоток, общините без излаз на море на този етап не успяват да използват туристическите си ресурси максимално.

Разделението между общини със и без излаз на море се очертава по още една линия. Морските общини по-скоро възприемат съседните общини като конкуренти и в повечето случаи отсъства разбирането за създаване на общ туристически продукт. Обратното, общините без излаз на море акцентират върху необходимостта от създаване на общ туристически продукт и използване на близостта до атрактивните дестинации за летен туризъм.

Всички документи посочват основните видове туризъм и туристически атракции. В по-малка част от общините се наблюдават дефинирани туристически пазари, а структурирани брандове и слогани отсъстват повсеместно.

Освен основният морски летен туризъм, районът има развит и други туристически продукти, които могат да позволят целогодишен туризъм. Въпреки това основните туристически потоци остават характерни за летния сезон. Като други водещи видове туризъм се открояват: риболовен, селски и еко, културно-исторически, археологически, балнео и СПА, религиозен, планински, спортен и конгресен туризъм.

Чрез прегледът могат да се изведат няколко основни обекти и дейности, които са посочени като специфични и отделни добри практики, отличителни за съответните територии:

- Културно-исторически обекти: Архитектурен и археологически резерват Старинен Созопол, Архитектурно-историческият резерват Несебър, Крепост Месемврия
- Дейности и атракционни: Авиомузей Бургас, Замъка “Влюбен във Вятъра” в Равадиново, Яхтеното пристанище “Марина порт Созопол”
- Фестивали: Фестивал „Бургас и морето“,
- Природни обекти: Бургаското езеро, Солници – Бургас, Остров Свети Иван, Поморийско езеро, плаж Иракли, Атия, Алепу, къмпинг Градина, къмпинг Каваца, къмпинг Смокиня, Блато Аркутино, Резерват Ропотамо, нос Арапя.

Добри чуждестранни практики на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии

Туристическото райониране дава възможност да се отговори по-добре на очакванията, изискванията и интересите на различните пазарни сегменти. Туристическото райониране допринася и за по-ефективното достигане на пазарите с потенциал, като стимулира търсенето, особено от страна на по-отдалечени генериращи пазари, чрез обособяването на достатъчно големи туристически региони, „видими“ на картата и разпознаваеми не само за българите, но и за чужденците. Приложените критерии за избор на региони/видове туризъм, от които може да се почерпи опит, най-вече поради сходствата

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

им с българските дестинации, ресурси, продукти и др., могат да бъдат обобщени в три групи:

Първа група:

Подобен тип туризъм в страни с по-развита организация на туризма при сходни природни, географски и културни дадености:

- Румъния
- Турция
- Гърция
- Испания
- Италия

България има териториално сходство с тези страни, което личи и от основните видове туризъм, развити на тяхна територия. По-конкретно, наличието на развит планински, морски и културен туризъм в тези държави дава възможност да се почерпи ценен опит от тях.

Втора група:

Прилика в правната система на България с останалите страни от континентална Европа, като членове на романо-германското правно семейство, основано на континенталната правна система:

- Франция
- Германия

Природно-географските особености на тези страни се различават от тези на България, но в същото време те силно разчитат на регионално профилиране на туристическите продукти.

Трета група:

Световни лидери и екзотични дестинации:

- Австралия
- Малдивите

Следва да се обърне особено внимание на маркетинговите подходи, разработени от тези водещи туристически дестинации.

Критерии за избор

Идентифицирани са общо 9 най-добри практики от 9 дестинации. Тези държави са избрани, тъй като почти напълно удовлетворяват критериите за „най-добра практика“, а именно:

- Приложени са успешно;

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Оказали са осезаемо и устойчиво положително въздействие под една или друга форма;
- Взели са предвид важни социални, икономически и екологични аспекти;
- Базирали са се на ефективни партньорства между различни страни – публичната администрация, частния сектор, местните общности и др.
- Демонстрирали са креативност и мислене извън традиционните рамки – насърчават напускане на зоната на комфорт и промяна на установените парадигми;
- Могат да бъдат прехвърлени, адаптирани и възпроизведени на други места.

Представените най-добри практики са на практика истории за успеха. Всяка една от идентифицираните дестинации има своята уникална формула или модел за успех, които са емпирично тествани и доказано генерират широка гама от краткосрочни, средносрочни и дългосрочни ползи.

Съществуват много начини за учене, като проучването и анализирането на чуждия опит е може би най-ефективният от тях. Разглеждането на добри практики ускорява напредъка по „кривата на научаването“, намалява риска от провал, спомага за избягването на уловки, води до по-бързи резултати и по-добра ефективност на разходите.

В по-общ план, при представянето на деветте инициативи се обръща особено внимание на важни „мениджмънт“ аспекти. Основна цел на този доклад е да изгради и подобри управленските и лидерските компетенции на вземащите решения сферата на туризма и тези, заемащи надзорни и ръководни длъжности в публични и частни предприятия, свързани с туризма.

Ключов момент, на който поставя акцент този доклад, е, че ефективните лидери играят възлова роля за успеха на всяко поето начинание. Ефективните лидери трябва да бъдат както визионери, така и изпълнители – еднакво добри в изграждането на визия, в трансформирането ѝ в ясни и работещи подходи, както и в ефикасното им приложение. В този смисъл, всички инициативи, представени в настоящия доклад, предоставят възможност за надграждане на важни лидерски и мениджърски умения.

При представянето на важната информация и фактите, касаещи всяка от идентифицираните добри практики, е следван стандартизиран подход. Това спомага вниманието на читателя да бъде насочено към ключовите теми и аспекти при всяка една от деветте разгледани добри практики.

Представянето на всичките девет добри практики обхваща следните компоненти:

- **Обща информация:** информация за името на инициативата, контактна информация, спечелени награди / признания (ако има такива);
- **Резюме:** представяне на предисторията на инициативата и други важни детайли;
- **Цели:** открояване на основните причини и аргументи за предприемането и реализирането на инициативата

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- **Модел:** ключови аспекти, механизми и процеси при реализирането на инициативата;
- **Въздействие:** очертаване на резултатите и ползите, генерирани от инициативата;

Преглед на добрите практики

Представени в следващата таблица са добрите практики, които предстои да бъдат разгледани по-подробно в следващите глави:

	Държава	Добра практика
1	Румъния	Дунавски круизи
2	Турция	Гастрономия
3	Гърция	Програма „EDEN“
4	Испания	„50 преживявания“
5	Италия	Култура - посетителски карти за област Романя
6	Франция	„Наслади се на френските планини“
7	Германия	Достъпен туризъм – пътуване без бариери
8	Австралия	Програмата „Aussi Specialist“
9	Малдиви	„12 преживявания, които трябва да опиташ“

Румъния: Дунавски круизи

Наименование на добрата практика	Развитие на круизен туризъм по река Дунав
Инициращи организации	Румънското Министерство на туризма
Контактна информация	Bd. Dinicu Golescu 38 Букурещ 1 - Румъния promocare@mturism.ro

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Година на стартиране на инициативата	Стартира през 2015 г. и продължава и до момента
Държава дестинация	/ Румъния

Инициативата за развитие на круизен туризъм по река Дунав представлява програма за маркетинг на дестинацията. Нейна цел е да популяризира туристическия продукт „Дунавски круизи“, както и да стимулира круизните оператори да предоставят услугите си на по-високо ниво.

В рамките на програмата е предвидено предлагането на обучения и подготовка на туристическите агенти с цел превръщането им в експерти в сферата на круизния туризъм по река Дунав.

Програмата цели да се създаде програма за обучение на круизните оператори и да се изгради капацитет за предлагане на туристическите услуги на нови пазари, по начини, които са в по-голяма степен ориентирани към потребителите.

Програмата обхваща две фази:

- Създаването на коучинг програма в подкрепа на нуждите на круизните оператори за надграждане на техните услуги / структури и с цел удовлетворяване на потребностите на чуждестранните туристи.
- Идентификацията на круизните оператори, които желаят да станат партньори на румънското Министерство на туризма / румънската Агенция за туризъм, и които са готови да направят необходимите инвестиции за подобряване качеството на предлаганите от тях услуги.

Програмата предлага обучение на круизните оператори за подобряване на обслужването и удовлетворяване на нуждите на потребителите. Преминалите обучението получават квалификацията специалист – круизи по река Дунав. Квалификацията следва да се подновява на всеки 24 месеца, за да се гарантира, че круизните оператори поддържат желаното ниво на предлаганите услуги.

Нарастването на бизнеса е най-добрият стимул за круизните оператори. То е именно резултат от тяхното по-добро познаване и разбиране на нуждите на чуждестранните туристи.

Благодарение на участието в програмата профилите на круизните оператори биват представени в потребителския уебсайт „Туризъм в Румъния“ (www.romaniatourism.com), както и в различни туристически гайдове.

Турция: Гастрономия

Наименование на добрата практика	Промотиране на турските гастрономически специалитети
Инициращи организации	Министерство на културата и туризма Afiyet Olsun / Асоциация на готвачите в Турция
Контактна информация	Исмет Инону Булвари 32-06100 Емек - Анкара Тел: +90 (312) 4708000
Година на стартиране на инициативата	Стартира през 2018 и продължава и до днес
Държава / дестинация	Истанбул, Турция

Инициативата цели промотиране на турските гастрономически специалитети. Тя представлява програма за туристически продукти маркетинг, имаща за цел да повиши информираността сред туристите по отношение на традиционната турска кухня и да осигури възможности да опитат автентичния вкус на местната кухня и да опознаят местните специалитети.

Програмата предоставя също информация и знания на представители на ресторанти и заведения за хранене, предлагащи традиционна местна кухня, като стремежът е да се надгради нивото на услугите им и да стимулира по-доброто обслужване на туристите.

Програмата цели да стимулира опознаването на турската традиционна кухня и свързаната с нея култура, като се осигурят възможности както за опитване на традиционните ястия, така и за получаване на уроци за приготвянето им от професионални готвачи.

Друга цел на програмата е да предостави на туристите насоки за това как да бъдат различени автентичните ресторанти и заведения за традиционна турска кухня, предлагащи едновременно качество и високи хигиенни стандарти.

Не на последно място, програмата цели да даде насоки и информация на ресторантите по отношение на стандартите за качество и хигиена, които трябва да бъдат постигнати, за да бъдат удовлетворени както местните, така и чуждестранните туристи.

Програмата обхваща три етапа

- Предлагане на серия от работилници (workshops), които представят турската кухня и нейните културни особености. Семинарите са насочени към:
 - конферентни групи,
 - студентски групи,

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- специални групи по интереси,
- семейства, самостоятелни посетители, любители.
- създаване на различни гастрономически обиколки и маршрути, фокусирани върху преживяването на специфични аспекти на традиционната турска кухня, например:
 - закуска с традиционни турски деликатеси;
 - тайни османски вкусове и билкови колбаси;
 - изключителни месни ястия в традиционен ресторант;
 - турски мариновани зеленчуци и невероятен боб в черноморски стил;
 - световноизвестни турски мезета и „rakı“ (ракия)
 - вкусът на прясно уловена риба в някой от рибните ресторанти на моста Галата.
- идентифициране на ресторанти / заведения за хранене, които са готови да станат партньори на турското Министерство на туризма и турската Асоциация на готвачите, и които са склонни да направят необходимите инвестиции за подобряване на качеството на своите услуги.

Тази програма промотира местните кулинарни специалитети и предлага обучения, насочени към автентичните турски ресторанти и заведения с цел подобряване обслужването и удовлетворяването нуждите на туристите. Програмата дава признание за качеството, предлагано от ресторантите, и присъжда отличителен флаг „Ресторант за турски специалитети“. Признанието следва да бъде подновявано на всеки 24 месеца, за да е сигурно, че ресторантите / заведенията за хранене поддържат желаните стандарти по отношение на своите услуги.

Програмата допринася за повишаване на информираността и признанието на турските гастрономически специалитети като контрапункт на глобалната култура на „бързото хранене“.

Повишаване на критериите за качество и хигиена, прилагани от участващите в програмата ресторанти / заведения за хранене чрез открояването на серия от разпознаваеми и контролирани стандарти.

Нарастването на бизнеса в резултат на придобиването на флага „Ресторант за турски специалитети“ е най-добрият стимул за ресторантите / заведенията за хранене за участие в програмата.

В резултат на своето участие ресторантите / заведенията за турски специалитети са отразявани в потребителския уебсайт на турското Министерство на туризма и културата, както и в различни туристически гайдове, включително в сайта и промоционалните материали на турската Асоциация на готвачите.

Гърция: Програма „EDEN” – Европейски дестинации за високи постижения (European Destinations of Excellence)

Наименование на добрата практика	Програма „EDEN” Европейски дестинации за високи постижения (European Destinations of Excellence)
Инициращи организации	Програма EDEN на Европейската комисия, Министерство на културата и туризма, Национална туристическа организация
Контактна информация	Ул. Цоха 7, Ампелокипой - Атина Тел. +30 210 87 07 000
Период на провеждане на инициативата	2016 – 2017 г.
Държава/ дестинация	Патра - Гърция

Програмата "Европейски дестинации за високи постижения" (EDEN) на Европейската комисия е учредена през 2006 г.

Тя е фокусирана върху представянето на качествата, разнообразието и общите характеристики на европейските туристически дестинации, както и върху насърчаването на области, в които туристическото развитие допринася за социалното, културното, икономическото и екологичното благосъстояние на района.

Програмата е насочена и към задълбочаването и укрепването на връзките между европейските граждани.

Град Патра и заобикалящия го регион в Западна Гърция, който включва областите Ахая, Илея и Айтолоакарнания, са отличени с годишната награда на Европейската комисия по програма EDEN. Проектът, с който Патра участва в конкурса през 2016-2017 г., е озаглавен "Културен туризъм". Той се класира на първо място сред останалите гръцки дестинации, взели участие.

EDEN е европейски проект, който има за цел да насърчи устойчивото управление на туризма и да разкрие разнообразието от туристически възможности в Европа: нейните природни ресурси, историческо наследство, традиционни празници, местна гастрономия. За целта, всяка година чрез национални конкурси внимателно се подбират и отличават няколко дестинации. Дестинациите се избират най-вече заради интересните туристически атракции, които предлагат. Важен фактор е също демонстрираното

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

внимание към опазването на околната среда и популяризирането на селските райони, защитените територии и туристическата дейност в извънградски условия.

Проектът се базира на провеждането на национални конкурси, които се организират на всеки две години и спомагат за определянето на една "туристическа дестинация с отлични постижения" и на четири подгласници във всяка от участващите държави.

Европейската инициатива за откриване и отличаване на високи постижения в областта на туризма всеки път е с различен тематичен фокус, определян от Комисията, в сътрудничество с туристически агенции във всяка от участващите страни.

Изборът на печелившия район се основава на качеството на неговите културни ресурси и на убедителната документация в подкрепа на номинацията, демонстрираща:

- Как дестинацията е промотирана и през четирите сезона,
- Кои са основните забележителности и обекти в район
- Кои са местните производители и продукти и каква е ролята на местната кухня в предлаганите туристически услуги?
- Какви са особеностите на района и как те залягат в изпълнението на програма за специализирани туристически дейности?

Оценява се приоритетно демонстрираната ангажираност към социалната, културната и екологичната устойчивост.

Наградата се присъжда на нови, все още не толкова популярни дестинации в държави членки на ЕС или в страни кандидатки.

Програмата EDEN допринася за прилагането на устойчиви практики в избраните дестинации и в целия Европейски съюз, спомагайки за превръщането им в „горещи точки“ за посетителите през цялата година.

Програмата допринася за повишаване на запознатостта и оценката на културните активи на местно ниво, като се акцентира на уникалното предложение за продажба на региона.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с разширяването на туристическите посещения и удължаването обхвата на посетителския сезон, благодарение на разпространяваната информация и промотирането, предлагани като част от програмата EDEN.

Наред с всички други европейски дестинации, получили наградата EDEN, Патра също се радва на голяма публичност в рамките на целия континент, благодарение на обвързани с проекта инициативи и рекламни кампании на ЕК, например:

- Видео: [Discover Europe's hidden sustainable tourist destinations](#)
- Архивно видео: [EDEN presentation - short version](#)
- Архивно видео: [EDEN presentation - long version, part 1](#)
- Архивно видео: [EDEN presentation - long version, part 2](#)

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Испания: "50 преживявания, на които да се насладиш"

Наименование на добрата практика	„50 преживявания, на които да се насладиш“
Инициращи организации	Министерство на промишлеността, търговията и туризма Испански институт по туризъм TURESPAÑA
Контактна информация	C/ Poeta Joan Maragall, 41 28020 Мадрид. Испания
Период на провеждане на инициативата	2020 – продължава и до момента
Държава / дестинация	Испания – различни локации

Инициативата "50 преживявания, на които да се насладите" е маркетингова програма, организирана от Tour España. Брошурата и програмата целят да представят на потенциалните туристи широкия спектър от туристически възможности, атракции и услуги, от които могат да се възползват в различните региони на Испания.

Петдесетте туристически предложения се маркетингат като "специални преживявания", с потенциал да привлекат разнообразни целеви групи от туристи – на различна възраст и с разнородни интереси (напр. с интерес към културата, спорта, приключенията, кулинарията, море, планина и др.).

Програмата цели да създаде интерес у целевите групи да опитат различни туристически преживявания, в различни градове и региони на Испания и през четирите сезона.

Програмата предоставя на туристите подробна и ясна информация за това как, къде и кога могат да се насладят на туристически преживявания, които отговарят на техните специални интереси. Препоръчват се маршрути, включващи 50 различни емблематични места в страната.

Програмата дава напътствия и указания на туристите относно най-подходящия сезон за посещение на конкретни региони/местностите и за "задължителните" неща, които трябва да видят и опитат при посещението на всяка от дестинациите.

Подборът на дестинациите се основава на качеството на предлагане и на атрактивността на дестинацията за групи с интерес към:

- Модерно изкуство,

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Класическо изкуство,
- Архитектура,
- Археология,
- Летни спортове - край морето и в провинцията
- Зимен спорт - планина,
- Голф и други спортни дейности,
- Обиколки на града,
- Гастрономия и кулинаруя (от ресторанти със звезди Мишлен до традиционни и селски гостилници),
- Духовни и религиозни интереси,
- Танцово изкуство и театър,
- ЛГБТ теми,
- Занаяти,
- Други...

Подборът включва и оценка на това доколко всяко "преживяване" носи автентичния испански дух и дали има потенциал да предизвика интереса и любопитството на туристите.

Тази програма популяризира най-добрите забележителности в страната (които са от интерес не само за външните, но и за вътрешните туристи). Целта е гостите да имат възможността изцяло и пълноценно да се потопят в испанския начин на живот и култура.

Качеството на услугите, попадащи в обхвата на инициативата, винаги е на най-високо ниво, като това не означава, че дадената услуга е на висока цена, а че е традиционна и автентична.

Различните дестинации, включени в списъка от "50 преживявания", редовно получават признания от местните общински власти и от Tour España,. Това ги стимулира да поддържат постоянно високи стандарти и да подобряват качеството на предлагане, за да запазят мястото си в брошурата, издавана в рамките на кампанията.

Повишаване на информираността за местните културни и природни богатства, като се поставя акцент на уникалното предложение за продажба на съответния регион.

Нарастването на бизнеса се свързва най-вече с разширяването на туристическия интерес и удължаване на посетителския сезон, в следствие на промотирането и рекламата, осигурени чрез кампанията и брошурата "50 преживявания" на Tour España.

Програмата осигурява безплатно популяризиране на избраните дестинации и продукти, включени в брошурата "50 преживявания". Рекламната възможност е осигурена и от уебсайта на Tour España, насочен към потребители и специалисти в областта на туризма. Роля играят и рекламните материали, които редовно се отпечатват и разпространяват, включително на най-значимите туристически изложения.

Италия: Култура и развлечения в региона Романя – Карта за посетители

Наименование на добрата практика	на	Карта за посетители
----------------------------------	----	---------------------

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Инициращи организации	Министерство на културата и туризма Италианска национална агенция по туризъм ENIT Туристическа служба на регион Емилия-Романя
Контактна информация	INTEGRA SOLUTIONS Srl Via Punta di Ferro, 2D - 47122 Forlì Тел. +39.0543.722256 https://www.romagnavisitcard.it/en/the-card
Период на провеждане на инициативата	на на 2018 - все още продължава
Държава дестинация	/ Италия – регион Емилия-Романя

"Карта за посетители" е програма за предлагане на културни и развлекателни продукти, осъществявана от италианското Министерство на културата и туризма в сътрудничество с Националната агенция по туризъм и туристическата служба на регион Емилия-Романя. Програмата има за цел да предложи на посетителите/туристите широк спектър от възможности за културни посещения и мероприятия, на които да се насладят по време на престоя си в региона. В рамките на програмата се промотират различни атракции и услуги, предимно с културна насоченост.

Картата за посетители осигурява на притежателите ѝ свободен или преференциален вход до над 130 туристически обекта, музеи и атракции в регион Романя.

Тя е подходяща инвестиция за туристите, които искат да се докоснат до богатствата на тази територия и да опознаят нейните уникални характеристики - от изкуството през историята и културата до уелнес възможностите и впечатляващата природа.

Картата позволява на притежателя да посети различни забележителности и да се наслади на най-емблематичните културни обекти в регион Романя, в повечето случаи без да закупува билети за вход. Наред с други предимства, притежателите на картата имат и възможността да избегнат опашката на входа на обекта, който желаят да посетят.

В списъка са включени над 50 безплатни културни обекта: музеи, изложби, крепости, замъци. Вход на преференциална цена се предлага също за увеселителни и тематични паркове, термални и уелнес центрове, екопътеки, фестивали и театрални представления.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Изборът на обектите с осигурен безплатен вход се основава на специални споразумения, сключени с управителните органи/собствениците на обектите. Картата предлага напълно безплатен достъп до 55 културни забележителности, които могат да привлекат интереса на различни целеви групи. Например, туристите могат да посетят:

- мозайки
- музеи
- крепости
- художествени галерии, които правят територията на област Емилия-Романя уникална.

Картата обхваща и селекция от 60 други обекта, за които се предлагат специални намалени тарифи за вход и други отстъпки. В селекцията попадат едни от най-интересните и уникални забележителности от региона, включително:

- уелнес и фитнес центрове
- увеселителни паркове
- представления
- фестивали
- исторически и археологически обекти
- класическо римско наследство и исторически обекти и много други.

Тази програма популяризира най-добрите атракции и дава възможност на посетителите и техните семейства да се насладят безплатно или на преференциални цени на много от уникалните места в региона.

Разнообразието от видове и категории атракции е голямо, за да могат да бъдат привлечени целеви групи на различна възраст, с различен социален статус (семейства, двойки, приятели), от различна националност и т.н.

Програмата спомага за повишаване на запознатостта и спомага за по-високата посещаемост на най-важните туристически атракции и места в района. Поставя се акцент върху предложенията за продажба от културна, историческа, природна, уелнес и развлекателна гледна точка.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с продажбата на допълнителни продукти и услуги като сувенири, храна, транспортни услуги, занаятчийски изделия, които посетителите са по-склонни да закупят, тъй като са реализирали по-малки или никакви разходи за достъп до даденото място, атракция или мероприятие.

Включените атракции/обекти от регион Романя са представени напълно безплатно в институционалните уебсайтове на италианското Министерство на културата и туризма, на италианската Национална агенция по туризъм и на Регионалната туристическа служба.

Офертата също така е представена в различни печатни материали и брошури, които се разпространяват във всички хотели, места за настаняване и туристически агенции в региона. Популяризирането е допълнително подсилено чрез рекламни материали, разпространявани на някои от най-значимите туристически изложения.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Франция: „Наслади се на френските планини“

Наименование на добрата практика	„Наслади се на френските планини“
Инициращи организации	Министерство на туризма Агенция за развитие на туризма Опознай Франция
Контактна информация	ATOOUT France Агенция за развитие на туризма info@atout-france.fr
Период на провеждане на инициативата	2018 – все още продължава
Държава дестинация	Франция: Алпийски дестинации

"Насладете се на френските планини" е продуктова маркетинг кампания, реализирана от френската Агенция за развитие на туризма "ATOOUT France" с цел представяне и популяризиране на планинските и алпийските региони. Кампанията рекламира дестинациите таргетирано и целенасочено, отчитайки спецификите на туристическия сезон (зима/лято) и характеристиките на целевите групи от потенциални туристи.

Целта на програмата "Насладете се на френските планини" е да представи на туристите разнообразните възможности, които се предлагат в различните планински дестинации на Франция - от Алпите до Пиренеите, от Юра до Вогезите – всяка от които има свои уникални характеристики и предложения.

Планината е място, на което могат да бъдат опитани различни туристически услуги и преживявания. Именно затова е необходимо специфично представяне и насочване на потенциалните туристи и ясно представяне на атракциите и предложенията на дестинацията, които могат да са от интерес за тях, например:

- каране на ски и бой със снежни топки по време на живописната зима на Мон Блан,
- преживявания със снегоходки и кучешки впряг в планините Вогези,
- трекинг в планината Юра при по-топло време,
- слънчеви бани в пиринейските езера през лятото,
- дълги преходи по маршрутите "виа ферата",
- полети с парапланер или скок с парашут.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Обектите са побрани по географски критерии / по региони, за да се улесни изборът на дестинация в зависимост от най-удобния начин на пътуване до дестинацията за туристите:

- Пиренеите
- Алпите и Мон Блан
- Масивът на Вогезите
- Планините на Юра

Предлага се селекция от зимни и летни туристически услуги и дейности във всяка планинска дестинация. Целта е чрез подбора от програми да бъдат удовлетворени нуждите и желанията на туристите с различни характеристики – пътуващи самостоятелно, двойки, семейства, младежи, хора на средна възраст, възрастни хора:

Пиренеите:

- 5 незабравими преживявания със семейството
- 4 важни маршрута за пешеходен туризъм в Националния парк Пиренеи
- 8 специални събития в Пиренеите, които не бива да пропускате
- 4 начина да се насладите на живота в планината
- 10-те ски писти, които не бива да пропускате
- Нощуване в Пик дю Миди
- Откриване на красиво езеро в края на похода
- Футуристични ски хижа и хотел за групи
- Петте горещи извора

Алпите и Монблан:

- Най-добрите нови места за настаняване в Алпите
- Курорти, подходящи за семейства
- Да отворим 7-те си енергийни точки (чакри)
- Представете си едно семейно изживяване през лятото
- 24 часа в ексклузивна хижа, превърната в "дворец"
- Изкуството на "after-ski"
- 3 нови места, където може да повишите "температурата" си тази зима
- Зад кулисите на ресторант на голяма надморска височина
- 9 различни начина да се насладите на Алпите тази зима
- В Алпите това лято: докоснете се до природата
- 5 алпийски курорта във Френските Алпи за любителите на СПА
- 9 ски писти във Френските Алпи, които задължително трябва да опитате
- 7 начина да се насладите на снега, без да карате ски

Масивът на Вогезите:

- 4 места, където да спите под звездите
- 6 похода, за да се насладите на природата на Вогезите

Планините на Юра:

- Разходка из планините Grandes Traversees в Юра
- Планински бани за връщане към природата
- Да разгърнем седемте си енергийни точки (чакри)
- 4 ободряващи преживявания в Юра

Тази програма популяризира най-емблематичните забележителности на френските Алпи и дава възможност на посетителите и техните семейства да се насладят на уникални места, които са им истински интересни. Предлаганите атракции и услуги са разнородни, за да могат да привлекат вниманието на потенциални туристи на различна възраст, с различен семеен и социален статус, с различна националност.

Програмата спомага за повишаване на запознатостта и посещаемостта на различните планински региони във Франция. Поставя се акцент върху специалните предложения, свързани със спортен туризъм, еко и уелнес туризъм.

Нарастването на бизнеса е свързано предимно с по-високия брой продажби, реализирани благодарение на по-качественото профилиране на туристите и удовлетворяването на специфичните им нужди и интереси. Профилирането спомага за намаляване на случаите на оплаквания и неудовлетвореност и допринася за реализирането на повече нощувки, повече повторни посещения, както и директен маркетинг на дестинацията „от уста на уста“.

Популяризирането на профила на дестинациите и иновативното им рекламиране се осъществяват чрез представянето им в институционалните уебсайтове на ATOUT France и Френската агенция за развитие на туризма.

Дестинациите са включени и в промоционалните дейности, извършвани от горепосочените институции при участието им в национални и международни туристически изложения.

Германия: Достъпен туризъм – пътуване без бариери

Наименование на добрата практика	Достъпен туризъм – пътуване без бариери
Инициращи организации	Германски национален туристически борд
Контактна информация	ГНТБ infor@germanytravel.com
Период на провеждане на инициативата	2017 – продължава и до днес
Държава дестинация	/ Различни локации в Германия

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Германия е туристическа дестинация, която предлага множество възможности. Между крайбрежията и алпийските върхове могат да бъдат открити безброй незабравими забележителности и невероятни атракции.

Неограниченият достъп до тези забележителности отдавна е възможен за хора с ограничена мобилност или други увреждания.

В цяла Германия стандартизираните системи за обозначаване вече предоставят по-надеждна информация за дестинациите и доставчиците на услуги.

Инициативата "Reisen für Alle" (Пътуване за всички) се фокусира върху въвеждането и по-нататъшното развитие на национална система за обозначаване в цяла Германия.

Този финансиран проект за сътрудничество, изпълняван от Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. и асоциацията Tourismus für Alle Deutschland e.V. - NatKo, отчита и прилага широк спектър от критерии за осигуряване на високи стандарти за качество във всички сектори на индустрията.

Това означава, че предприятията по цялата верига на туристическите услуги в Германия биват регистрирани, оценявани и сертифицирани в съответствие с набор от критерии в национален мащаб.

Много от формите на обществения транспорт в Германия, местата за настаняване и свързаните с тях инфраструктура, система за комуникация и резервационни системи са напълно съвместими с амбицията за "пътуване без бариери".

Градовете и туристическите региони публикуват онлайн и офлайн информация за достъпността на търговските обекти. Организаторите на събития и операторите осигуряват достъп за всички посетители до големите обществени пазари, панаири и др. Музеите, изложбите и туристическите градчета, както и много стадиони и спортни арени вече са в голяма степен достъпни за хора с ограничена мобилност.

Все повече доставчици на услуги за настаняване предлагат лесен и удобен достъп с входове на партерно ниво и асансьори. Повечето хотелски вериги разполагат и със специално проектирани стаи, достъпни за хора с намалена подвижност.

Секциите с информация са разделени по категории, федерални провинции и туристически региони и дават възможност само с няколко кликания на мишката човек да избере и резервира самостоятелно пакет, съобразен с индивидуалните специфични потребности и изисквания.

Специализираният уебсайт дава възможност да се открият оферти за пътуване и настаняване без ограничения и бариери. Информацията е представена по категории, сред които:

- места за настаняване
- гастрономия
- екскурзии и пазаруване
- свободно време, спорт, развлечения, култура

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- бюра за информация и резервации
- транспортни средства (самолет, влак, автобус, ферибот, кола под наем, такси)
- туристически региони

Примери за специфичните критерии и изисквания, които могат да бъдат зададени от потребителя по отношение на желаното място за настаняване, включват:

- Удобства за хора с намелна подвижност и ползватели на инвалидни колички:
 - Паркинг за хора с увреждания
 - Достъп до сградата/обекта без стъпала (чрез асансьор/рампа)
 - Безпрепятствен достъп до всички помещения и съоръжения на разположение на гостите (чрез асансьор или рампа)
 - Гарантирана минимална ширина на всички врати, коридори и др. (напр. 90, 80, 70 см.)
 - Тоалетни за хора с увреждания, достъпни за ползватели на инвалидни колички
 - Подвижен разделител за тоалетната и банята, държач / ръкохватка
 - Достъп до пространството за вземане на душ без стъпала, достатъчно пространство (мин. 1m. x 1m.)
 - Парапет за хващане и стол в банята
 - Медицинско легло
 - Парапети от двете страни на всички стълбища
 - Парапет улесняващ влизането в плувен басейн
 - Допълнителна помощ за хора със затруднено ходене
- Удобства за хора с увреден слух и глухи хора:
 - Мигащ сигнал при повикване на вратата на стаята
 - Визуална сигнална система в асансьора в случаи на аварии и бедствия
 - Индукционна линия за хора с увреден слух
 - Допълнителна помощ за хора с частично или напълно увреден слух
- Удобства за хора с увредено зрение и незрящи:
 - Визуално контрастни ръбове на стъпалата
 - Възможност за настаняване с кучета водачи
 - Система за напътствие с индикатори по пода
 - Информация, представена на Брайлова азбука или др.
 - Тактилни предупреждения и указания, вкл. тактилен план на мястото за настаняване
 - Обиколки с екскурзовод, аудиогидове и др.
 - Допълнителни предложения за хора с увредено зрение и за незрящи
- Удобства за хора с когнитивни увреждания:
 - Информация на достъпен език
 - Информация, представена с пиктограми или изображения
 - Цветна система за насочване, вкл. чрез картинки

Подпомагане и повишаване на осведомеността и насърчаване на по-широкото възползване от различните туристически възможности, специално разработени и достъпни за хора с увреждания.

Нарастването на бизнеса е предимно свързано с положителния социален ефект от повишаването на достъпа на хората с увреждания до различни туристически възможности чрез предлагането на допълнителни услуги и удобства.

Инициативата несъмнено спомага за популяризиране на предлаганите в системата дестинации, удобства и допълнителни услуги. Промотирането се осигурява както чрез присъствието в институционалните уебсайтове на GNTB, така и чрез различните комуникационни и рекламни материали, публикувани от национални и международни организации, ангажирани с правата и възможностите на хората с увреждания.

Австралия: програма „Aussie specialist”

Наименование на добрата практика	на програмата „Aussie specialist”
Инициращи организации	Туризъм Австралия Правителствена агенция за туризъм
Контактна информация	Поща: GPO Box 2721, Sydney NSW 2001 тел: +61 2 9360 1111 факс: +61 2 9331 6469 corpaffairs@tourism.australia.com
Период на провеждане на инициативата	2006 – продължава и до днес
Държава дестинация	/ Програмата Aussie Specialist се предлага в Обединеното кралство/Европа, Северна Америка, Латинска Америка, Азия, Япония и Нова Зеландия.

Инициативата "Aussie Specialist" е разработена от Tourism Australia. Това е програма за обучение на туристически агенти на дребно в направление "маркетинг на дестинациите". Тя има за цел да ги екипира със знания и умения не само за по-ефективно промотиране и маркетинг на туристическите дестинации в Австралия, но и за предоставяне на по-високо ниво на обслужване на техните клиенти.

Тази програма предоставя на туристическите агенти достъп до обучения, инструменти и ресурси, благодарение на които те могат да се превърнат в истински специалисти що се отнася до туристическите дестинации в Австралия. Онлайн платформата на инициативата

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

предоставя удобен, гъвкав и лесен за ползване инструмент за обучение в удобно за туристическите агенти време и с желаното от тях темпо.

Програмата цели да предостави обучение на туристически агенти, което да вълнува, мотивира и дава възможност на всички консултанти да повишават своите продажби.

Друга цел е привличането на подкрепата на туристическите агенти на дребно като партньори.

Сред целите на програмата е екипираното на туристическите агенти на дребно с инструменти с висок коефициент на полезно действие, които да им дадат специални умения и знания, за да „продават“ и популяризират Австралия повече от всички други дестинации по света.

Фаза 1:

Учредяване на обучителна платформа – безплатна и в онлайн формат.

Фаза 2:

Таргетиране на конкретни "първокласни" агенти, които получават покана да станат маркетингови партньори. Тези водещи агенти имат доказан опит в продажбата на туристическата дестинация и желание да инвестират в маркетинг инициативи, заедно с Tourism Australia.

В началото агентите трябва да преминат обучение за "опознаване" на Австралия, което се провежда в 4 модула, включващи:

- Въведение;
- Характеристики и забележителности на всеки щат и територия;
- Изготвяне на маршрути;
- Използване на квалификацията „Aussie Specialist“ по най-добрия начин.

Преди да се премине от един към следващ модул, се полага кратък изпит, който трябва да бъде издържан с поне 85%. След приключване и на четирите модула се полага заключителен изпит.

Програмата помага на туристическите агенти на дребно да разработят и да се възползват от пазарна ниша, в която те са ясно фокусирани и ангажирани, разполагайки с предимството да познават добре продавания туристически продукт. Квалификацията "Aussie Specialist" им дава възможност да популяризират и "продават" дестинация Австралия по-ефективно, което им носи много и различни дивиденди.

Нарастването на бизнеса на туристическите агенти на дребно е вероятно най-добрият стимул за тях. Повечето продажби са възможни именно благодарение на по-добрите им познания и увереност в маркетинга на дестинация Австралия.

Програмата дава отлични възможности за популяризиране на бизнеса на туристическите агенти на дребно чрез безплатно включване в потребителския уебсайт на Туризм Австралия (www.australia.com) и в Потребителския пътеводител на Австралия.

Малдивите: „12 преживявания, които трябва да опиташ“

Наименование на добрата практика	„12 преживявания, които трябва да опиташ“
Инициращи организации	Посети Малдивите – Малдивислънчевата страна на живота
Контактна информация	2nd Floor, H.Zonaria, Boduthakurufaanu Magu, Male', Maldives+ 960 332 3228 info@visitmaldives.com
Период на провеждане на инициативата	2020
Държава дестинация /	Малдиви

„12 преживявания, които трябва да опиташ“ е инициатива, разработена от организацията за маркетинг и връзки с обществеността "Visit Maldives". Тя представлява програма за маркетинг на дестинацията, предназначена както за туристически агенти, така и за туристи.

Тази програма има за цел да предостави на туристическите агенти, от една страна, рекламен инструмент за представяне на възможностите и туристическите услуги в дестинация Малдиви. От друга страна, програмата цели да предложи на туристите вдъхновение и идеи при планирането на почивка на Малдивските острови.

Една от целите на програмата е създаването на поредица от отличителни, атрактивни и вдъхновяващи изображения, които позволят на туристическите агенти да рекламират убедително Малдивите като перфектна дестинация за почивка.

Друга цел е предоставянето на възможности на потенциалните туристи да се включат във впечатляваща виртуална обиколка на дванадесет "задължителни преживявания" в Малдивите. Виртуалната разходка из тези локации цели да стимулира желанието за осъществяване на мечтаното пътуване в първокласна и луксозна атмосфера.

Подбраните 12 преживявания са избрани след задълбочена оценка на различните възможности, предлагани от курортите, в т.ч. местата за настаняване, допълнителните услуги (транспорт, екскурзии, спорт, развлечения, кухня), които могат да бъдат посетени и на които могат да се насладят посетителите.

Селектираните преживявания са както следва:

1. Полет над островите

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

2. Плаваща закуска в басейн
3. Живей като местните жители
4. Отсядане в собствена вила над водата
5. Свободно плуване в хармония с природата
6. Изискано кулинарно преживяване под водата
7. Приключения в къщичките на дърветата
8. Шатра с балончета на плажа
9. Засаждане на корал и допринасяне за опазването на околната среда
10. Риболов по залез слънце
11. Разходка по мистичните осветени брегове през нощта
12. Филмова вечер под звездите

Най-добрите международни създатели на промоционални филми и сценаристи са били ангажирани да разработят и създадат 4-минутния кратък филм, представящ 12-те преживявания.

Ангажирани са също професионални модели. Филмът представя качествени изображения с висока резолюция. Видеоето е професионално дублирано на различни езици (английски, френски, немски, руски, арабски).

Късометражният филм може да бъде видян на английски език тук: <https://youtu.be/CRk9dNmu8hI>

Програмата повишава осведомеността и предоставя на туристическите агенти по-качествен инструмент за популяризиране и маркетизиране на дестинацията.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с по-високите приходи от продажба на първокласните услуги, рекламирани във видеоклипа.

Ръстът в продажбите се постига благодарение на по-високата популярност и имиджовите ползи, които промо-филмът генерира, създавайки усещане у крайния потребител за "нужда", която трябва да бъде задоволена.

Популяризирането на дестинацията Малдиви е най-вече посредством уебсайта на инициативата "Малдиви...слънчевата страна на живота".

Късометражният филм фигурира винаги в промоционалните дейности, осъществявани от организацията за маркетинг и връзки с обществеността "Visit Maldives", вкл. по време на участието им в международни туристически изложения.

Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура

Пътна инфраструктура

Центърът на Бургаски Черноморски туристически район – гр. Бургас, е един от основните логистични пунктове на Паневропейския транспортен коридор №8 (Бари – Вльора – Тирана – Скопие – Гюешево – София – Пловдив – Бургас – Варна). Коридор №8 е един от приоритетно развиващите се транспортни коридори в Югоизточна Европа и осъществява най-късата сухоземна връзка между Адриатическото и Черноморското крайбрежие. В национален план обвързва териториите на Северното и Южното Черноморие, свързва двата най-големи икономически центрове – Бургас и Варна, както и Бургас и Южното Черноморие с икономическите центрове от Горнотракийската низина и столицата.

През района минава автомагистрала „Тракия“ (А1), която свързва столицата с Пловдив и Стара Загора и достига до Бургас. Магистралата е част от Паневропейски транспортен коридор №8. Общата дължина на автомагистрала „Тракия“ е 360 км.

Делът на първокласните пътища в района е приблизително 21%, на второкласните – около 20%, а на третокласните пътища и пътни връзки при кръстовища и възли – около 54%². През района минават³:

- Първокласни пътища: I-9/Е-87 (Граница Румъния – Дуранкулак – Шабла – о.п. Каварна – Балчик – Оброчище – Кранево – Златни пясъци – Свети Константин – Варна – Старо Оряхово – Обзор – о.п. Слънчев бряг – Бургас – Маринка – Звездец – Малко Търново – граница Турция); I-6/Е-871 и Е-773 (Граница Македония – Гърляно – о.п. Кюстендил – Радомир – Перник – ок.п.София – Долни Богров – Пирдоп – Розино – Карлово – о.п. Калофер – о.п. Казанлък – о.п.Сливен – Лозенец – Карнобат – Бургас); I-7 (Граница Румъния – о.п. Силистра – о.п.Дулово – о.п. Шумен – о.п. Преслав – Върбица – Бероново – Мокрен – Зимница – о.п.Елхово – п.к.Лесово – граница Турция);
- Второкласни пътища: 53 ((Полски Тръмбеш – Велико Търново) Поликраище - Горна Оряховица – о.п. Лясковец – Елена – Стара река – Бяла – о.п. Сливен – о.п. Ямбол – Калчево – Средец); 73 (О.п. Шумен – Радко Димитриево – Смядово – Веселиново – Лозарево – (Карнобат - Бургас)); 79 (О.п. Елхово – Болярово – Средец – кв. Меден рудник – (Бургас - Маринка)); 99 ((Бургас – Маринка) – Созопол – Приморско – Царево – Малко Търново (о.п. Малко Търново – граница Турция));
- Над 60 броя третокласни пътища.

На територията на туристическия район има 1 граничен контролно-пропускателен пункт – ГКПП Малко Търново, на границата с Турция.

² НСИ, Републиканска пътна мрежа според класа на пътя към 31.12.2019 г., данните са за област Бургас

³ ДВ, Списък на републиканските пътища в РБ, https://dv.parliament.bg/DVPics/2019/3_19/3_19_pril.pdf

Ж.П. транспорт

През територията на Бургаски Черноморски туристически район преминава Главна железопътна линия №8 „Пловдив – Бургас“ от Националната железопътна мрежа на България.

Бургас разполага с шест жп гари: Централна гара, гара Владимир Павлов, гара Долно Езерово, гара Сарафово, гара Бургас – Разпределителна и техническата гара с 5 коловеца. От Бургас има редовни директни пътнически влакове за София, Пловдив, Стара Загора, Сливен, Ямбол, Карнобат и Варна.

Въздушен транспорт

В туристическия район действа международното летище „Бургас“. То е разположено в залив на Южното Българско Черноморие, на 10 км североизточно от гр. Бургас. Специфичното географско положение – на границата между Европа и Азия, определя и стратегическото му значение. Обслужващите възможности на бургаското летище силно повлияват разгръщането на транспортните връзки, туризма и търговските отношения между партньорите от Изтока и Запада.

Летището е изградено върху площ от 2 540 000 м². На територията му функционира един от най-големите центрове за обработка на товари на Балканите. Пистата за излитане и кацане, с дължина 3200 м обслужва най-тежките самолети от типа Боинг 747 Джъмбо и Ан 124 Руслан.

Сред най-големите предимства на Летище Бургас е възможността за интермодален транспорт по въздух, море и суша. На разстояние 10-15 км се намират: Пристанище Бургас, разгърнат ж.п. възел, международен път Е-87, свободна безмитна зона. Близостта на най-голямата рафинерия на полуострова, разположена на 10 км от летището, осигурява горива с ниска себестойност.

Метеорологичните условия в региона благоприятстват отличната видимост през всички сезони. Средногодишно видимостта под 1000 м е 3 дни, което на практика означава 24-часов работен капацитет⁴.

В края на 2013 г. концесионерът на летище Бургас – „Фрапорт Туин Стар Еърпорт Мениджмънт“ АД, открива нов модерен пътнически терминал. Инвестицията в новото съоръжение и прилежащата инфраструктура възлиза на повече от 80 млн. лева. Новият терминал разполага с обширни зони за пристигащи и заминаващи пътници, модерни системи за обслужване на пътници и багаж, атрактивни търговски зони, както и комфортни открити пространства. Проектът, дело на известни световни проектантите и дизайнерите, съчетава модерен стил с характерни елементи от българската архитектура и природа, и цели запазване на ваканционното настроение на пътниците по време на целия им престой на летището.

⁴ МТИТС, ГД „ГВА“, Летище Бургас, <https://www.caa.bg/bg/category/286/letishte-burgas>, със съкращения

Летището заема 2-ро място по пътничопоток в страната след Летище София. През 2019 г. е обслужило 2 858 877 пътници⁵.

Морски транспорт

На територията на Бургаски Черноморски туристически район има 5 пристанища, които предоставят и пътнически услуги:

- С национално значение: Пристанищен терминал „Бургас Изток 1” от пристанище за обществен транспорт с национално значение Бургас;
- С регионално значение: Пристанище „Порт България Уест”; Пристанище „Царево”; Пристанище „Ахтопол”; Пристанище „Поморие” (с пристанищен оператор Общинско предприятие „Стопанисване и управление на общински имоти”)⁶.

Пристанище Бургас е основен пункт в логистичната верига на Паневропейски транспортен коридор №8 от Италия през Албания и Македония към Средна Азия и неговото разширяване на изток, където прераства в ТРАСЕКА (транспортен коридор Европа – Кавказ – Азия). Добрата свързаност с националната железопътна мрежа и републиканската пътна инфраструктура са основни конкурентни предимства на пристанището.

Пристанище Бургас има възможност да приема и круизни кораби. Посещенията на лайнери в българските пристанища са част от круизни линии, които се осъществяват в Средиземно море. В последните две години обаче няма посещения в резултат от геополитическата обстановка в региона – конфликтът в Украйна, терористичните актове и военното положение в Турция, както и завишените такси за преминаване през Босфора с последващо преустановяване на посещения на пасажери в Истанбул, което е най-близкото пасажерско пристанище (Диян Димов, директор на пристанището).

Четири круизни кораба са заявили посещения в Бургас през 2021 г. и един за 2022 г. на круизните компании „Crystal Cruises“, „ROW Management“, Ltd „Silversea“ и „Azamara Cruises“.

От лятото на 2020 г. в предлагането на пътувания в Бургаския залив се включва и нов хибриден еко-катамаран. Той пътува от пристанище Бургас до остров Света Анастасия, старинен Созопол, остров Свети Иван и до Несебър и ще разполага с 30 туристически места. По време на пътуването пред пасажерите ще бъдат представяни културно-историческите забележителности по крайбрежието. От монтирани на плавателния съд датчици корабът ще събира информация за чистотата на водата, вълнението в морето и

⁵ МТИТС, ГД „ГВА“, Статистическа информация, <https://www.caa.bg/bg/category/292/statisticheska-informaciya>

⁶ МТИТС, ИА „МА“, Регистър на пристанищата, https://www.marad.bg/sites/default/files/upload/documents/2020-09/WEB_registar%20ports_pril.9_DMA%20Burgas_POTRZ_i_RP_Pomorie-03.09.2020.pdf

вятър. Корабчето е построено по проект „Плаване през Черно море“, финансиран по ОП „Черноморски басейн 2014-2020“.⁷

Велосипеден транспорт

В община Бургас, където се намира административният център на Бургаски Черноморски туристически район – гр. Бургас, на разположение на туристите е система от 60 км велосипедни алеи. Изграждането на мрежата от велосипедни алеи и обслужващи съоръжения е част от политиката на Община Бургас да популяризира алтернативни и екологични начини за транспорт като фактор за създаване на нова градска култура на придвижване. Тя представлява част от интегрирания подход за промяна на модела на придвижване от използването на лични автомобили към екологично чисти превозни средства. В рамките на няколко проекта, Общината целенасочено работи за изграждане на велосипедни алеи и популяризиране на велосипедния транспорт. На сайта на Общината е публикувана информация за местоположението на велостанциите, откъдето може да се наеме колело, както и карта на града, на която са отбелязани наличните веломаршрути.

Изводи:

На територията на района са развити всички видове транспорт, както и транспортните връзки между тях. Ключови предимства са Летище Бургас – с постоянно нарастващ пътничкопоток, и Пристанище Бургас, което все повече се отваря за граждани и туристи, превръщайки се в местна атракция. Мрежата от велоалеи в община Бургас е предпоставка за развитие на устойчиви видове туризъм и намаляване на вредните въздействия в резултат от придвижването в центъра на района.

Обектите в района са достъпни. Това е добра предпоставка за развитие на различни видове туризъм, в допълнение към морския, който е основен за района.

Основни туристически обекти

Според Регистъра на туристическите атракции в Бургаски Черноморски туристически район има 247 туристически обекта, от които 163 (66%) са лесно достъпни, 50 (20%) са достъпни, а 25 (10%) са трудно достъпни или недостъпни. С неясен статут в това отношение са 9 обекта⁸.

На територията на туристическия район действа и туристически автобус. Той се движи в община Бургас и свързва Морската гара, Терминал Юг, Морската градина, Фестивала на пясъчните фигури и големите търговски вериги на територията на града.

Замъкът в Равадиново

⁷ Акостирането на круизни кораби в Бургас под въпрос заради коронавируса, https://www.capital.bg/biznes/kompanii/2020/05/27/4071369_akostiraneto_na_kruizni_korabi_v_burgas_pod_vupros/

⁸ МТ, Регистър на туристическите атракции, собствени изчисления.

Замъкът в Равадиново е една уникална атракция за България. Той се намира до село Равадиново, на територията на община Созопол. Това не е автентична историческа сграда, но е построена с много разбиране и изпипване и на най-малките детайли, така че да наподобява истински средновековен рицарски замък. Изграден е от камък и е разположен върху площ около 30 дка. Наоколо има много зеленина, а самата сграда е обрасла в бръшлян. Пред замъка има изкуствено езеро с площ около 4-5 дка. В самия замък има картинна галерия, изба и огромни зали. Замъкът има красиво нощно осветление.

Нос Емине

Нос Емине е скален нос на Черноморското крайбрежие на България. Носът представлява най-източния край на Старопланинската верига и условно разделя българското Черноморско крайбрежие на Северно и Южно. Той е обявен за природна забележителност с цел да бъдат запазени забележителни геоложки и ботанически обекти. Самият нос представлява почти отвесна 60-метрова скала, а в морето около носа на повече от 250 метра се виждат стотици подводни и стърчащи над водата скали. На носа има морски фар, който насочва плавателните съдове към Бургаския залив. В района на нос Емине има останки от средновековен манастир и от крепостта Емона, наблизо е и село Емона.

Архитектурно-исторически резерват Несебър

Архитектурно-историческият резерват Несебър се намира в Стария град на Несебър и представлява полуостров, дълъг около 850м и широк 350м. Старият град е обявен за архитектурно-исторически резерват с национално значение. Несебър е един от най-древните градове на Европа, основан преди 3200 години. За вековната история на Стария Несебър свидетелстват множеството археологически находки. Голяма част от тях могат да бъдат разгледани в Археологическия музей на Несебър, който се намира в началото на полуострова. В отделни зали на музея е проследено съществуването на града по времето на траките, Римската и Византийската империя и българската държава. По средата на провлака се намира старата мелница на града, която не функционира като такава, а е само туристическа атракция. На територията на полуострова се намира и Етнографският музей на Несебър.

Вятърна мелница – Несебър

Вятърната мелница е емблематична за град Несебър и се счита за символ на града. Намира се на моста между стария и новия град в Несебър. Около останалата от турско време автентична вятърна мелница има изградени пейки за отдых. Основата ѝ е изградена от камък, горната ѝ част е направена от дърво. До втория етаж на вятърната мелница се стига по масивна стълба където някога е било жилищно помещение, а на третия етаж е имало работно помещение.

Иракли

Защитената местност Иракли се намира на 7км северно от село Емона, на територията на община Несебър. Общата площ на защитената местност е 42,3 хектара. В единия край на залива се намира пост на Националното движение "Зелени патрули". Защитената

територия се простира от поста до нос Емине. Плажната ивица е дълга повече от 3км, плажът е изключително чист и без камъни и се намира в непосредствена близост до защитената местност. Иракли е обявена за защитена с цел опазване на типични крайбрежни хабитати на редки и застрашени растителни видове и птици. Част от растенията са вписани в Червената книга на България и са защитени от Закона за биологичното разнообразие.

Екопътека Пещера и изворите на река Младежка

Екопътека Пещера и изворите на река Младежка се намира в Странджа планина само на около 50км от Бургас. По екопътеката могат да се наблюдават изворите на река Младежка в живописен карстов каньон с почти отвесни, високи скали обрасли в растителност, няколко пещери, както и красиви панорамни гледки от два хълма с изградени наблюдателници. Към екопътеката има обособени заслон с камина, пейки и маси, изработени от дървесина. Маршрутът е лек и лесно проходим, с указателни табели и дървени парапети, където това се налага.

Тракийско светилище "Беглик Таш"

Тракийското светилище Беглик Таш се намира в най-високата част на нос Беглик Таш, на територията на община Приморско. То е едно от най-големите открития за тракийската история на Южното ни Черноморие и Странджа. Тракийското светилище обхваща площ от 6 дка. По скална пътека се стига до каменно "брачно ложе". Два жертвени камъка ограждат ложето, а в тях има издълбани дълбоки вани, свързани с улеи за преливане на ритуалните течности. На територията на светилището може да се види и каменен трон, от който тръгват изсечени дълбоки улеи и кръстосващи се линии, събиращи се в голяма четириъгълна "шарапана". Маркирани са „Божествени стъпки“ в двата края, които отбелязват най-вътрешното свещено пространство. Централната площадка на светилището представлява разположени в кръг скални елементи с характерни сакрални символи и знаци, които са служили за извършване на ритуали. Зад тях се виждат астрономически часовник, направен от 16 плоски кръгли камъни и огромен долмен, представящ „свещената пещера“, където Богинята-майка ражда сина си Бога-слънце, и "лабиринта" – пътя на изпитанието.

Музеен комплекс "Южна крепостна стена и кула"

Най-голямата атракция за туристите в град Созопол е първият в България частен Музеен комплекс "Южна крепостна стена и кула", разположен по средата на крайбрежната алея в южната част на стария град. В комплекса може да се видят останки от укрепението на древния град, които включват добре запазен участък от югоизточната крепостна стена, правоъгълна стражева кула и зърнохранилище. Над него били разположени казармени помещения, в които живеели стражите на крепостните кули. Интерес за туристите представлява и античният кладенец, в който се хвърлят монети за щастие.

Местност "Корабите"

Местността "Корабите" се намира близо до село Синеморец, на територията на община Царево. Скалите в местността са остри и отвесни, а до тях се намира заливът "Свети Яни". Етимологията на произхода на имената в района води до извода, че в древен Синеморец

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

са вилнели пирати. Смята се, че в местността "Корабите" са палели огън на високите скали имитирайки фар и са примамвали търговските кораби да се разбият в скалите.

Морска градина – Бургас

Морската градина е разположена над централния плаж в централната част на Бургас. Площта на Морската градина е 600 декара. Старата част на Морската градина е обявена за паметник на парковото изкуство. Строежът ѝ започва през 1910 година. През 1936 година е открит първият Бургаски мост, а през 1938 година е построено Морското казино. В Морската градина има Летен театър, други по-интересни обекти, които са разположени на територията на Морската градина са Пантеона на загиналите във войните, скулптори и бюстове на известни писатели, актьори, паметника на моряка и други.

Музей на солта

Музеят на солта в Поморие е единственият по рода си в Източна Европа, който произвежда сол чрез слънчево изпарение на морската вода. Открит е през 2002г и се намира на брега на Поморийското езеро. Днес всеки посетител на музея може да се докосне до тънкостите на занаята и да участва сам в производството на сол. Музеят представя на живо древната анхиалска технология за добиване на морска сол. Туристите могат да се разходят из 20 дка действащи солници. В експозиционната зала представя колекция от снимки с автентични соларски съоръжения и инструменти, както и стари топографски карти. Музеят предлага прожекции на интересни филми по темата.

Защитена местност "Пода"

Защитената местност "Пода" се намира на четири километра южно от град Бургас. Тя е първата защитена територия в България, предоставена за стопанисване на неправителствена природозащитна организация. Площта на защитената територия е 1кв км. Тя е една от най-богатите в орнитологично отношение местности в Европа – в нея се наблюдават 265 вида птици, като например единствената по Черноморското крайбрежие смесена колония от бяла лопатарка, блестящ ибис, нощна, червена, сива, гривеста и малка бяла чапла. В самата защитена местност има три основни типа местообитания – хабитати със сладка вода, солена и смесени солено-сладки водоеми. Самата защитена местност Пода е отворена за посещения цялогодишно. В нея има няколко обособени маршрута, по които могат да се наблюдават пернатите ѝ обитатели, без да се обезпокояват. Има действащо, покрито укрытие, което позволява наблюдаването на живота на птиците, независимо от метеорологичните условия.

Исторически музей - Малко Търново

Исторически музей в Малко Търново е единственият културен институт на територията на Странджа планина. Експозиционната площ е разположена в четири странджански възрожденски къщи – паметници на културата. Историческият музей в Малко Търново представя шест експозиции - в първата са подредени археологическите паметници в лапидариум в двора на музея. Иконната живопис е представена в отделна експозиция с образци от странджански майстори. В Природната сбирка е уредена среща със странджанската природа. Експозиция "Нематериално културно наследство на Странджа" представя нестинарството, Белия кукер (обичай, който се среща само в района на Странджа), странджанските параклиси и светци, които са на особена почит и са

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

празнувани от древни времена. Към Историческия музей в Малко Търново функционира и килимарска работилница, където се предлагат демонстрации на тъкане на автентичен стан. Самият град Малко Търново се намира на територията на природния парк "Странджа", който опазва уникална природа и предлага разнообразни възможности за екологичен туризъм.

Защитена местност "Велека"

Велека е най-голямата и най-дългата странджанска река. Защитената местност Устие на р. Велека има площ от 1511 ха. Разположена е при устието на едноименната река и долната част от водосборния ѝ басейн, на територията на гр. Ахтопол, с. Бродилово, с. Синеморец, община Царево. Устието на Велека е най-живописното кътче по българското черноморско крайбрежие. Опазва долината на Велека, пясъчната коса (дълга около 500м) и част от черноморското крайбрежие. Тук се срещат защитените и редки растения като морски отантус, приморски ранилист, приморски морков, крайморско чадърче, а застрашената жълта водна лилия се среща единствено тук за територията на природния парк. По прилежащото черноморско крайбрежие често могат да се видят и представители на морските бозайници – трите вида делфини в Черно море. Защитените местности "Устието на река Велека" и Силистар са част от комплекса с национално значение "Велека-Резовска" и се намират на територията на Природен парк "Странджа". В „Устие на река Велека“ има изградени няколко екопътеки и маршрути.

Защитена местност "Силистар"

Защитена местност "Силистар" е най-южната защитена местност по нашето Черноморско крайбрежие. Намира се между селата Синеморец и Резово, на територията на община Царево. Разположена на площ от 773 ха в границите на природен парк "Странджа", Силистар е крайбрежна влажна зона с каменист и силно разчленен бряг. Името си дължи на едноименната малка река, която се влива в Черно море. Тук се намират най-големите оцелели бели понтийски дюни по нашето Черноморие. Край залива Силистар е разположено най-южното находище на пясъчната лилия у нас. Заливът Липите, част от защитената местност, се състои от извита пясъчна зона, като пясъчната ивица е в непосредствена връзка с гората. Заедно със защитена местност "Устието на река Велека", защитена местност "Силистар" е включена в списъка на най-значимите влажни зони в България, с изразено значение за опазване на водолюбивите птици.

Природен парк "Странджа"

Природен парк "Странджа" е най-голямата защитена територия в България и заема площ от 1161 кв. км. Намира се в югоизточната част на страната, като на юг границата му съвпада с политическата граница България – Турция, а на изток достига до черноморското крайбрежие. Природният парк се намира на територията на планината Странджа, която заема територии от България и Турция. На територията на парка има пет природни резервата, 14 защитени местности и 8 природни забележителности. В Странджа се срещат интересни видове животни и растения, останали от минали геологични епохи – реликти. На територията на парка има 64 реликтни вида, като седем от тях се срещат единствено в Странджа от цяла Европа. Единствено тук на континента са запазени типичните гори от края на терциера (преди около 1,8 млн. години). В близост до село Стоилово се намира историческата местност Петрова нива, свързана с Илинденското въстание (връхна точка в

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

националноосвободителната борба на македонските и тракийски българи срещу османската власт). Туристите могат да посетят паметника-мемориал, построен в памет на загиналите по време на въстанието, музейната експозиция и параклис-костница "Св. Петка".

Село Бродилово

Село Бродилово е разположено на територията на община Царево, в границите на природен парк Странджа планина, в подножието на вулканичен масив. В района на село Бродилово са открити останки от три древни крепости. Друга забележителност е църквата "Свети Пантелеймон", която е обявена за паметник на културата. Бродилово е популярно и със запазените и до днес древен обичай в странджанските села за нестинарски танци. Около втората събота и неделя на август в чест на Св. Пантелеймон, който е почитан на 9 август по стар стил, се провежда ежегоден панаир свързан с нестинарските мистерии. Нестинарството е прието за символ на Странджа, а празник, посветен на нестинарските танци има и в село Българи - на Св. Константин и Елена, 21 май, и в село Кости – на Илинден, 20 юли. Нестинарството е включено от ЮНЕСКО в списъка на Световното нематериално културно наследство.

Водопад Докузак

Докузак е малък водопад, който се намира в района на село Стоилово, на територията на община Малко Търново. Водопадът се намира на река, носеща същото име, която извира от девет карстови извора (оттук е и името, което на турски означава девет извора). Там, където пада водата му, се е образувало малко езеро. Територията на водопада е обявена за защитена местност. В околностите расте кримски чай, който е застрашен от изчезване вид растение. Преходът до водопада е лесен, изградени са туристически заслон с дървени маси и камина. Местността е подходяща за разходка и пикник.

Община Айтос

Природни забележителности Черковна кория „Карапелит“

Намира се на 5 км. източно от град Айтос в местността Кара Пелит (черен цер). Представлява гора, специфична и уникална поради дълговечността на насажденията от летен дъб – още от времето на Османското владичество. Простира се на площ от 150 дка и е засадена преди повече от 500 години с жълъди, донесени от полуостров Света гора (Гърция). Това е единствената в нашата страна изкуствено залесена гора с летен дъб, имаща толкова дълга история. Най-старите дървета тук са на възраст около 400 години. През 1972 г. Черковната кория (собственост на църквата „Св. Димитър Солунски“) е обявена за природна забележителност.

Айтоски генгер – „бодливо сграбиче“

Представлява защитено естествено находище на айтоски клин или генгер (български ендемит и терциерен реликт), разположено в местностите „Казаните“ и „Трите братя“. Площта му възлиза на 298,1 ха.

Защитена местност „Хисаря“

Защитената местност е част от Натура 2000 зона „Айтоска планина“ и има важно значение за опазването на природното местообитание на Севернотракийски трагакантни бодливи

храстчета. Защитената територия е основно находище на българските ендемити айтоски клин и айтоска ливадина, които са включени в Червената книга на България.

Лесопарк „Славеева река”

„Славеева река”, който представлява крайградски парк с площ от 13 36,7 дка. От тях 422 дка са горски фонд и 914,7 дка земеделски фонд. Лесопаркът изпълнява ролята на зона за отдих за жителите и гостите на общината. На неговата територия са разположени следните туристически обекти и атракции: Етнографският комплекс „Генгер”, Природна забележителност „Трите братя”, Природна забележителност Айтоски генгер – „бодливо сграбиче”, Стена за алпинисти, Зоопарк, Язовир, подходящ за състезателен и любителски риболов, Изкуствено езеро, Ловно-стрелкови комплекс – подходящо за провеждане на състезания и спортни. В Лесопарка има ресторант в близост, до който е разположена поляна с изградена лятна естрада на нея. Именно тук през първите дни на месец юни ежегодно се провеждат фолклорните празници „Славееви нощи”.

Скални образувания „Трите братя”

Представлява скална група във вид на човешки фигури, които се издигат на 200 метра надморска височина в местността „Казаните”, на 300 метра източно от град Айтос. Тримата великани са един от символите на града, за които местните са създали редица легенди. Според една от тях това са били трима братя, бранители на крепостта „Аетос” и защитници на потиснатите. Скалното образувание „Трите братя” е с площ 1 ха и попада в зоната на Натура 2000, част от европейската екологична мрежа. Обявено за природна забележителност през 1972 г.

Скални образувания „Кралимаркови стъпки”

Намира се източно от „Трите братя” и представлява големи елипсовидни вдлъбнатини, наподобяващи гигантски стъпки върху скалите. Археологически паметници на културата Антично селище западно от града, под височината Хисар, Могилен тракийски некропол на 3 км. На север от град Айтос - местността „Балар чешма”.

Архитектурно-етнографски комплекс „Генгер” – Алея на старите занаяти

Представлява своеобразна етнографска експозиция на открито, пресъздаваща най-типичните за айтоския край народни художествени занаяти. Комплексът попада в границите на Лесопарк „Славеева река” и включва административна сграда с кафене, механа, хлебарница и бръснарница. Представени са занаятите: грънчарство, медникарство, приложни изкуства, хлебарство, кошничарство.

Възрожденска къща „Петър Станев”

Архитектурната забележителност представлява възрожденска къща, разполагаща с богата музейна сбирка и пазеща доказателства за древната история на Айтос повече от 70 години. В къщата се съхраняват повече от 5000 експоната. От 1984 г. в реставрирания дом на художника Петър Станев има постоянна експозиция с материали от музейната сбирка.

Джамията на Районно мюфтийство („Султан Баязъд Вели”)

Намира се в центъра на град Айтос и е една от първите джамии построени в България през 1435 г. Обявена е за исторически паметник. Представлява джамия на Районното мюфтийство.

Църквата „Св. Димитър Солунски“

Църквата и параклиса са построени от дарения на местните жители. Намира се в град Айтос. Първият български свещеник в него е Апостол Дяков. Св. Димитър Солунски се счита за покровител и патрон на Айтос. Жителите го почитат с големи тържества на Димитровден.

Други църкви и параклиси на територията на община Айтос: Параклис-костница „Св. Димитър Солунски“ - гр. Айтос, Параклис „Св. Богородица“ - с. Съдиево, Църквата „Св. Архангел Михаил“ – с. Караново, Църква „Успение на Св. Богородица“ – с. Съдиево, Църква „Св. Анастасия“ – с. Пирне, Църква „Св. Архангел Михаил“ – с. Лясково, Църква „Св. Димитър“ – с. Тополица, Църква „Св. Илия“ – с. Пещерско.

Община Бургас

Регионален исторически музей

Регионален исторически музей в Бургас, който е разположен в четири сгради, архитектурни паметници на културата, със следните експозиции – археологическа, природа – научна, етнографска, археологическа.

Други музеи на територията на Бургас са: Къща музей „Петя Дубарова“, галерия музей „Георги Баев“, Галерия „Петко Задгорски, Музей на авиацията.

Остров „Св. Анастасия“

Остров Света Анастасия е обявен за историческа недвижима културна ценност. Намира се в Бургаския залив, на 6,5 км югоизточно от Бургас, между нос Света Анастасия и нос Атия.

Атанасовско езеро

Атанасовското езеро е ултрахалинен водоем с лимано-лагунен произход, включващ разнообразни местообитания. Характерни за него са плитките соленоводни басейни, разделени със земно-насипни диги. Значителна част от площта му се използва за солодобив. Около езерото има малки сладководни блата, мочурливи ливади, система от канали и сухи терени (обработваема земеделска земя). Атанасовско езеро е много популярно сред природолюбители, орнитолози и фотографи от страната и чужбина, тъй като това е най-богатото на птици място в България, а заедно с Босфора и Гибралтар, езерото е едно от най-известните места в Европа за проследяване на миграцията.

Защитена местност “Вая”

Защитена местност “Вая” е с площ: 379.354 хектара. Обявена е за защитената територия с цел запазване естествените местообитания на защитени и редки видове птици включени в Червена книга на България и в списъка на застрашените видове в Европа. Защитената местност обхваща поземлен фонд, държавни земи от земеразделителния план на селата Долно Езерово и Горно Езерово с обща площ 195,354 ха и част от акваторията на езерото – държавна собственост с площ 184 ха.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Защитена местност “Узунгерен”

Защитена местност “Узунгерен” е с площ от 211.1263 ха. Природозащитният ѝ статус е определен с цел опазване на естествената влажна зона, остатък от езерото Мандра, местообитание на повече от 200 вида водолюбива птици, от които 5 световно защитени – малък корморан, къдроглав пеликан, червеногуша гъска, малка белочела гъска и ливаден дърдавец, както и на други защитени, редки и уязвими растителни и животински видове.

Защитена местност “Устието на река Изворска”

Защитена местност “Устието на река Изворска” е с площ 151.0 ха. Природозащитният статус е определен с цел запазване на естествените местообитания на защитени и редки видове птици. Защитена местност “Корията” е с площ 11.6 ха, в землището на с. Равнец, Община Бургас. Обявена е със Заповед № РД 420 от 14.11.1995 г. Целта на опазване е естествена гора от летен дъб.

Защитената местност “Ченгене скеле”

Защитената местност “Ченгене скеле” е с площ 160 ха. Природозащитният ѝ статус е определен с цел опазване находища на редки и застрашени от изчезване водолюбива птици. Разположена е непосредствено на морския бряг и обхваща сладководно блато в устието на р. Маринка и малък морски залив пред него. Блатото е с обширни и плътни тръстикови масиви с преобладаване на тръстика, теснолистен папур и езерен камъш. Дъното на залива пред устието на р. Маринка е покрито с тинести наноси, образуващи обширни плитчини с дълбочина 5-10 см (единственото в България крайморско тинно поле). В залива “Ченгене скеле” са установени около 180 вида птици, от които 80 са видове от европейско природозащитно значение (SPEC). “Ченгене скеле” е от международно значение за гнезещите тук малък корморан и блестящ ибис. Тук няколко пъти е бил наблюдаван световно застрашеният и изключително рядък вид-тънкоклюният свирец. Мястото е от значение и за мигриращите птици, особено за дъждосвирицоподобните.

Драматичен театър „Адриана Будевска“

Драматичният театър “Адриана Будевска” носи името на една от най-известните български театрални актриси. Той има дългогодишна история и е дал на България безценна галерия от имена на големи режисьори, актьори, сценографи. Активният сезон в Бургас е от октомври до май, но на практика не прекъсва, защото през летния сезон културният живот на страната се пренася в курортните градове. Бургаският театър играе на собствена сцена и на сцената на оперния театър. За гастроли се използват залите на Гарнизонен военен клуб Културен дом на нефтохимика.

Държавна опера Бургас

Бургас е един от малкото български градове, които имат свой оперен театър с балетна трупа. Репертоарът на операта в Бургас включва класически и български произведения и оперетна класика. Залата на бургаската опера, която се ползва и от филхармонията, има авангарден дизайн и отлична акустика.

Други театри в община Бургас: Държавен куклен театър, Културен център „Морско казино“ и открита сцена „Охлюва“, Гарнизонен военен клуб, Летен театър Приморски парк.

На територията на община Бургас се намират някои религиозни сгради, обявени за недвижими културни ценности: Храм „Св. Иван Рилски“, Църква „Св. Богородица“, Църква „Св. Св. Кирил и Методий“, Арменската апостолическа и православна църква „Сурп Хач“ (Св. Кръст).

Средновековна крепост „Русокастро“

Средновековната крепост Русокастро се намира на 30 км. от Бургас в покрайнините на днешното село Русокастро, Община Камено. На това място Средновековна България е удържала последната си военна победа преди да падне под турска власт. През 1332 г. цар Иван Александър разгромява край Русокастро войските на византийския император Андроник III. Дебелите крепостни стени и високи кули пазят спомена за варварски нашествия и кръвопролитни битки. Името на древната крепост идва от червените скали, от които е изградена. Откритите глинени статуетки близо до нея са доказателство, че в праисторическата епоха тук съществувало едно от най-ранните светилища в Европа. Археолозите са датирали останките от V в. пр. Хр. Тогава най-вероятно е било изградено и първото укрепително съоръжение срещу нашествия на варварските орди.

Исторически музей Карнобат

Музеят разполага с богати фондове “Археология”, “Етнография”, “Нумизматика”, “Природа” и много материали от Възрожденската епоха, които са обединени в пет отдела - “Археология”, “Етнография”, “История”, “Природа” и “Художествен”. Редица от експонатите са редки образци или уникати.

Средновековна крепост Маркели

Средновековна крепост Маркели се намира на 7,5 км западно от гр. Карнобат. Тя е епископско средище и един от центровете на християнизацията на Североизточна Тракия. Представлява многопластов култов комплекс и разполага с уникален раннохристиянски мартириум от IV в. Край Маркели са се разигрвали редица сражения и войни през средата на VIII и началото на IX век между България и Византия. През IX век тук са изградени най-грандиозните землени съоръжения (валове и ровове) на Балканския полуостров.

Синанбейовхамам

Турската баня, наричана още Синанбейовхамам, е строена през третата четвърт на XV в на територията на община Карнобат. Това е един от най-ранните османско - турски паметници, строени по днешните български земи, единствената от XV в. на територията на днешна Югоизточна България (по-ранна е единствено “Ески джамия” в Ямбол, строена през третата четвърт на XIV в.).

Часовникова кула

Часовниковата кула (“Сахатът”), изградена през 1875 г. в гр. Карнобат, е израз на икономическия просперитет на занаятчийско-търговското съсловие на града през третата четвърт на XIX в. Кулата е построена в центъра на турската част на града. Строителството е било извършено от тревненски майстори, а използваните материали са от Карнобатско землище или близкия район.

Църква “Св. Йоан Богослов”

Църквата “Св. Йоан Богослов” е художествена недвижима културна ценност. Издигната върху мястото на изгорена от турците по-стара църква в българския център на Възрожденския Карнобат. Църквата е строена след 1878 г. Впечатлява с оригинални архитектурни елементи и дърворезбения си иконостас – един от шедьоврите на майсторите от Дебърската школа.

“Черната джамия”

“Черната джамия” е наречена така заради черния камък, от който е изградена. Първо е била построена джамия, която е била съборена до основи от тогавашния управител на гр. Карнобат - Халил ага и на нейно място по-късно построена нова. Точната година, през която е била построена първата джамия, останала под по-късната (по-нова), засега не може да се установи.

Еврейски некропол

Еврейският некропол е единствен в Югоизточна България до 30 - 40-те години на XX в., когато се преустановява погребването в него и продължава в рамките на християнския некропол в западния край на града. Еврейският некропол се намира на 1 км южно от Карнобат и е едно от последните свидетелства, представящи Възрожденския Карнобат като център на еврейската колония в Югоизточна България. Каменна пластика и епиграфски надписи по надгробията дават ценна информация за колонията.

„Еркесията”

Друга културна забележителност в община Карнобат е „Еркесията”. Представлява пограничен средновековен старобългарски земен окоп между България и Византия, от периода на Първото българско царство, най-вероятно от началото на IX век. Слабо личащ в нивите, по-забележим – в горските масиви на някой от южните карнобатски села. Недвижима културна ценност с категория „Национално значение”.

На територията на община Карнобат се намира също така: Къща музей на „Димитър Полянов”, родната къща на писателя Минко Неволин.

Природни забележителности

Защитена местност Парория

Разположена е между селата Заберново и Калово, във водосборите на Заберска река и Казански дол, на територията на община Малко Търново. Особен интерес в този район предизвиква легендата за средновековния манастир на Григорий Синаит, откъдето идва и наименованието “парорийски”. В защитената местност и около нея има множество параклиси. В карстовата част на Пазлаците има множество пещерни образувания.

Братанова пещера

Намира се на 9 км северозападно от Малко Търново в м. Трите дерета, землище на с. Бръшлян. Тя е най-голямата пещера в района на Странджа, частично проучена. В една от галериите ѝ е открито монетно съкровище от IV в. пр. Хр., съдържащо монети на Филип II, Александър Македонски и Аполония. По-късно е открита и малка бронзова гривна със змии в краищата.

Местност Качул

Намира се на 5 км от с. Граматиково и на 20 км от гр. Малко Търново. Районът се характеризира с изключително богатата флора и фауна и е подходящ за туризъм и рекреация. Поречието на Велека предлага възможности за плажуване и риболов, а частните вили и ловната хижа на Държавната дивечовъдна станция Граматиково предоставят базите си за по-дълга почивка в района.

Местност Ковач

Намира се на 5 км от с. Звездец и на 20 км от гр. Малко Търново. Красива местност с възможности за туризъм и рекреация. От двете страни на реката са изградени туристически бази, които предлагат удобства за по-продължителен престой.

Исторически забележителности

Църква Успение Богородично

Православният храм "Успение Богородично" в гр. Малко Търново е построен през 1830 г. В църквата сега се съхраняват повече от 150 икони, сред които има прекрасни образци на странджанската възрожденска школа. Една част от иконите датират от началото на XIX в. - "Света Троица", "Свети Йоан Кръстител", "Свети Никола" и др.

Църква Света Троица

На 10 август 1931 год. се полага основния камък на настоящата енорийска църква "Света Троица", която се намира на територията на община Малко Търново. Освещаването на строежа се извършва на 28 август 1931 год. През 2000 год. епископ Христо Пройков провъзгласява църквата "Света Троица" за място за юбилейно поклонение. На 25 май 2002 год., при визитата си в България, Папа Йоан Павел II коронясва иконата на Ченстоховската Света Богородица. Стотици поклонници от България и чужбина идват да се помолят в храма "Света Троица", светилище на Малкотърновската Богородица, Покровителка на единството на християните.

Църква Свети Димитър

Църквата "Св. Димитър" в село Бръшлян, община Малко Търново е типичен представител на местната предвъзрожденска култова архитектура. Предполага се, че е строена през XVII в. През 1975 г. е обявена за художествен паметник на културата, а през 1982 г. за архитектурен паметник с национално значение. Има уникална камбана от първата половина на XIX в. В амвона на църквата е вграден жертвеник, посветен на Зевс-Дионис.

Местност Петрова нива

Историческа местност Петрова нива е обект от национално значение. Намира се в близост до с. Стоилово и на 20 км от гр. Малко Търново. Издигнатият в местността паметник на Преображенци е възхвала на смелостта, себеотрицанието и върховните усилия на

българите по време на Илинденско-Преображенското въстание през 1903 г. и на стремежа им за свобода. Уредена е също музейна експозиция, а в чест на 100-годишнината от въстанието е построен и осветен храм – костница “Св. Петка”. По инициатива на Централното ръководство на Съюза на тракийските културно-просветни дружества, през 1953 г. на Петрова нива е поставена мраморна плоча в чест на 50-годишнината от въстанието с надпис, че тук ще бъде построен паметник. Тържественото откриване на мемориала става на 16 август 1958 г. и на него присъстват живи Преображенци от Малко Търново. Всяка година в местността се провежда Национален възпоменателен събор, организиран от община Малко Търново и Съюза на Тракийските дружества в България. Мемориалният комплекс в м. Петрова нива е включен в движението “Стоте национални туристически обекта”.

Архитектурни забележителности

Странджанската архитектура

В селата - Стоилово, Бръшлян, Визица, Бяла вода, Звездец, Граматиково и град Малко Търново, дървените къщи са с пристенно огнище и попадат в средностранджанската типологична група. В Малко Търново все още се срещат дървени къщи, които говорят за далечното минало на странджанския край. Къщите на Васил Кърджев и Ирина Лютова илюстрират двуетажната къща с характерна издължена планова схема и пристенно огнище.

Къщите в Бръшлян

През 1982 г. село Бръшлян, община Малко Търново е обявено за архитектурен резерват. Тук могат да се видят примери, които илюстрират типа на средностранджанската дървена къща. От приземните къщи интерес представлява къщата на Божка Русинова – типичен пример на двупространиствената къща. Много от запазените бръшлянски къщи са двуетажни и са образци на разпространената в странджанския край двуетажна къща с каменно приземие и дървен етаж. В някои от къщите в един възел са свързани две огнища (ъглово и пристенно), в голямата стая.

Балювата къща

Балювата къща е общвена за архитектурен и исторически паметник. Намира се на територията на община Малко Търново. Построена е през XIX в. Планът на Балювата къща е типичен за странджанската жилищна архитектура. На 2 април 1903 г. къщата е обградена от турска войска. В сражението загиват войводата Пано Ангелов и четникът Никола Равашола. Днес там е поставена паметна плоча, отбелязваща трагичното историческо събитие.

Къщите в Стоилово

В село Стоилово, община Малко Търново е имало много дървени къщи, но днес са запазени само няколко. Две от тях - на Кера Стаматова и на Илия Карамбашев – показват типичното решение на приземната талпена къща. Характерен белег на стоиловската къща е появата на еркери. Интересен архитектурен паметник е къщата на Янаки Комунджоолу от началото на XIX в. Тя е една от най-големите къщи, строени тогава в Странджанския край от майстор, дошъл специално от Цариград. За архитектурен паметник е обявена и

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

църквата “Свети Илия”. Тук са едни от най–старите олтарни двери, които датират вероятно от XVII в.

Археологически забележителности

Куполна гробница Пропада

Намира се на 3 км северозападно от Малко Търново на върха на невисок хълм, даващ началото на некропол от 40 могили. Разкрита е през 1979 г. и представлява образец на тракийската архитектура. Близостта на некропола до Малко Търново позволява той да бъде лесно посещаван от туристи, които се организират от Туристическия информационен център към община Малко Търново.

Тракийски некропол и гробници в м. Пропада.

Намира се на 3 км северозападно от Малко Търново, по склона на невисок хълм с около 40 надгробни могили. Представлява комплекс от гробни съоръжения от различни епохи и архитектурни решения: куполна гробница от IV - III в. пр. Хр., гробница с основа, изсечена в естествена скала, двускатна гробница и цистови гробове (гробни камери, изградени от големи каменни плочи).

Куполната гробница добре разкрива устойчивостта на традицията в погребалната архитектура, близо половин хилядолетие след като са строени куполните гробници при Казанлък, Мезек, Стрелча и др. По своя тип и конструкция тя се приближава до споменатите гробници от V-IV в. пр.н.е., но някои нейни елементи са безспорно наследство от тракийската мегалитна култура от ранножелязната епоха. Вертикалното укрепване на каменните блокове на гробната камера и покритието на дромоса предполагат една доста по-ранна строителна традиция, отколкото датировката по намеренията в гробната камера археологически материали.

През 2001 г. от некропола са проучени два цистови гроба и са открити две гробнични съоръжения. Единият от цистовите гробове е използван от една фамилия и в него са погребани седем индивида. Вторият поднася истинска археологическа сензация - изграден е старателно от добре обработени мраморни блокове. Една от новооткритите гробници, по начина на изработването си, не намира паралел в Тракия - за изграждането на дромоса и част от стените на камерата, е използвана естествена скала, която е обработвана на място. Близостта на некропола до Малко Търново позволява той да бъде лесно посещаван от туристи.

Тракийски култов комплекс в м. Мишкова нива

Разкрита е през 1981-83г. Намира се в м. Мишкова нива (Бъчварова колиба) на югоизточния склон на Голямото градище, на около 3 км югозападно от Малко Търново, непосредствено до държавната граница с Република Турция. Твърде близка е по тип до тази от м. Пропада, но е много по-голяма и внушителна. В непосредствена близост до гробницата се намират римска villa rustica (селска вила, имение) и некропол. Вилата служи за жилище на всички онези, които се грижат за храма и за занаятчийското производство. На най-високата точка на българска Странджа, вр. Голямо Градище (709 м. н.в.), намиращ се непосредствено до м. Мишкова нива, се намират останките на голяма тракийска крепост с кръгла форма.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

От Туристическия информационен център към община Малко Търново се организират маршрути до обектите в местността. През 1986 г. Тракийския култов комплекс е обявен за археологически паметник на културата с национално значение.

Тракийско светилище Камъка

Намира се на 10 км от Малко Търново в посока Царево, в м. Каменска бърчина. Представлява комплекс от интересни скални образувания на редки за Странджа конгломератни скали, използван в древността от траките за светилище. Върху самата скала, на много светло и високо място са издълбани т. нар. “соларни кръгове”. От Туристическия информационен център към община Малко Търново се организират маршрути до обектите в местността.

Археоастрономическите изследвания доказват, че 2 500 г. пр.Хр. на това място е наблюдаван изгрева на Бога Слънце в деня на лятното слънцестоене и са извършвани ритуали, важни за орфическата религиозно-философска система на древните траки. Освен с кръговете, мястото впечатлява с откриващата се гледка и причудливите форми на околните скали. Една от тях има форма на гъба, затова е наречена “Каменна гъба”. В основата ѝ има тесен процеп, “провирало”, за който се вярва, че успешно промушилят се през него човек ще бъде здрав през цялата година.

Римска гробница край Евренезово

В голям могилен некропол в м. Бакърен извор в землището на с. Евренезово през 2003 година е разкрита интересна сводеста гробница от римската епоха. На територията на България гробници с подобна архитектура са не повече от пет-шест. Християнските некрополи, които се поддържат и днес край селата Стоилово, Звездец и др., са разположени изцяло всред множество надгробни тракийски могили.

Намира се в границите на тракийския некропол, в който през 70-те години на ХХ век са документирани няколко долмена. Зиданата гробница е в могила с полуцилиндричен свод на камерата и представителна фасада. В близост до нея се намира долмен, датиран X-IX в. пр.н.е. Двата паметника са разделени във времето с повече от едно хилядолетие.

Римски крепости

Повече от 60 са тракийските крепости на територията на Странджа. Някои от тях са “Голямото кале” край с. Младежко, „Кладарско градище“ край с. Сливарово, „Махмутьово кале“ край м. Петрова нива, “Голямото градище” югозападно от М. Търново и др. Руини от крепост, с основи на църква в нея, се намират на около 8 км югоизточно от с. Звездец.

Долмени

На територията на Община Малко Търново има забележителна гъстота на мегалитни паметници – долмени, които са в сравнително запазено състояние. Намират се в Землищата на селата Заберново – 2, Калово – 2, Звездец – 2, Малко Търново – 1, Евренезово – 2. Могилните некрополи, които ги обграждат показват наличие на още неоткрити до сега.

Община Несебър

Археологическият музей в Несебър

В музея е уредена експозицията „Несебър през вековете“, в която са представени многобройни паметници на културата, илюстриращи историята на античната Месамбрия и средновековния Несебър. Експозиционната площ на музея обхваща фоайе и четири зали.

Етнографски музей Несебър

Етнографският музей с експозицията „Старият Несебър“ е уреден в къща Москояни. В салона със стари снимки и планове е представена богатата архитектура на възрожденския Несебър с емблематичните къщи от този период. Има информация и за вятърните мелници в града. Експонирани са елегантни женски тоалети от началото на ХХ в. Посетителят може да се запознае и с предмети, използвани в градския бит.

На територията на община Несебър се намират паметници от различни епохи: паметници от ранновизантийската епоха - базиликата „Света София“, крайморската базилика „Богородица Елеуса“; паметници от късното средновековие - църква „Св. Иван Кръстител“, църква „Св. Стефан“ (т.н. „Нова митрополия), църква „Христос Пантократор“, църква „Св. Иван Алитургетос“ и др.; паметници от XV – XIX в. - църквите „Възнесение Господне - Св. Спас“ и „Св. Климент“. От този период са запазени много паметници на жилищната архитектура.

Действащи и отворени за посещение църкви на територията на община Несебър са: Църквата „Св. Стефан“, Църквата „Св. Спас“, Църквата „Хр. Пантократор“, Църквата „Йоан Кръстител“, Църквата „Св. Параскева“, Църквата „Св. Тодор“. Тези църкви имат най-голям туристически поток.

Община Поморие

Културно-исторически атракции: **Антична куполна гробница; Исторически музей** в град Поморие; **Село Козичено (Еркеч)** – автентично старинно българско селище със съхранен фолклор

Еко-туристически обекти:

Защитена местност Поморийско езеро, Рамсарско място, община Поморие

С цел опазване на редките и застрашени видове и местообитания Поморийско езеро и прилежащите територии са обявени за Защитена местност по българското законодателство (2001), за Рамсарско място (2004) по смисъла на Рамсарската конвенция за опазване на влажните зони и водолюбивите птици и е един от 10-те български сайта в световния списък на Конвенцията, регистриран с № 1229. През 1998 г. езерото е обявено за Орнитологично важно място за птиците, а от 2007 г. официално е включено в Европейската екологична мрежа Натура 2000 като защитена зона по Директивата на ЕС за птиците и защитена зона по Директивата на ЕС за местообитанията. Макар и малко по площ едва 714 ха богатото разнообразие на птици нарежда Поморийско езеро на трето място сред останалите български влажни зони по Черноморието. Има изградени посетителски център за опазване на Поморийско езеро - подходящо място за наблюдение на птици и получаване на информация, туристически еко-пътеки в района.

Недвижими културни ценности в община Поморие: Манастир "Свети Георги" - мъжки православен манастир, известен с лековитото си аязмо.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Архитектурен резерват - Стари поморийски къщи

Архитектурен резерват - Стари поморийски къщи - (къщите на Атанас Янков Хайверов, Васил Панайотов Пелонтов, Христо Панайотов Сърнаджиев и Димитър Атанасов Баджев, Апостол Христов Каприев, Елена Стефанова Йорданджиева, Василка Кръстева Николова, Мария Стефанова Каприева, Камен Атанасов Аргов, Манол Драков Янков и Георги Илиев Хаджиев, Стефан Димитров Мирчев). Къщите са строени през 19 век и имат черти, характерни за "черноморската градска къща" - двуетажни, с каменно приземие и паянтов етаж с дъсчена обшивка от чамови дъски и букови цепенки върху тях. Тази дъсчена обшивка не позволява на влагата да проникне в стената.

Църква "Преображение Господне" - църквата е най-старата постройка в града. Градена е през 1763 - 64г., завършена е през 1765г. Изградена е изцяло от камък с дървени пояси и спънки между поясите и ъглите.

Тракийска куполна гробница - намира се под насипа на надгробна могила. Изградена е от камък и тухли, с оригинално засводяване на централното помещение.

Исторически музей Поморие - в музея е показана историята на града и региона от праисторическия до късносредновековния период .

Община Руен

Археологически забележителности с национално значение:

с. Ябълково - **Селищна могила /Дядо Бойчова могила/,** на около 500 м западните покрайнини на селото, на левия бряг на Чаирска река, в м."Соргунлука", ситуирана се в равнина, вдясно от шосето за град Шумен /на 100 м от него/; **Надгробна могила,** 300 м от западните покрайнини на селото, вдясно от шосето за град Шумен, в равнина; ситуирана се в лозето на МТС; **Могилен некропол,** 3.5 км югозападно от селото, западно от т.н. Маджарски язовир, върху възвишеност на терена, в м."Карачана" и "Къопек гъоню" /Кучешки припек/.

с. Шиварово: **Антична и късноантична керамична работилница,** 1.8 км северозападно селото, при десния бряг на потока "Асарлък дереси" /Крепостна река/, в района на чешмата "Таш бунар" /Каменен извор/, ситуирана се върху наклонен към север терен, на 100 м източно от посочената чешма; **Древен култов район,** 2 км северно от селото, вляво от шосето за Шумен на възвишение в западната част на Еминската планина. Ситуирана се върху наклонена към север поляна на 280 м югозападно от късноантичната крепост "Асарлък"; **Късноантична крепост "Асарлък",** 2 км северно от селото, вляво от шосето за Шумен върху възвишението при западния край на Еминската планина, сключено между Шиваровската река /Коджа дере/ и потока Асарлък дереси, близост до водослива им; **Късноантично водохранилище** - Щерна, 2 км северно от селото, в крепостта "Асарлък"; **Късноантично селище,** 2 км северно от селото, вляво от шосето за Шумен, върху леко наклонена към север равнина, ситуирана се южно от крепостта "Асарлък"

с. Руен: **Селищни могили,** 400-500 м от западните покрайнини на селото, вдясно от шосето за с. Ябълчево, в чашата на т.н. Ябълчевски язовир /в източния му край/, **Тракийско укрепление** около 2 км север-североизточно от селото, върху малко възвишение, при южните склонове на Еминската планина, в м."Иланлъка" /Змиярника/; **Тракийско селище,**

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

върху южния склон на възвишението с разгледаното укрепление и в равнината - от двете страни на потока, минаващ край крепостта. Ситуира се в м."Иланлъка" до чешмата Меликшата; **Тракийско селище от късножелязната епоха и от римския период**, до северните покрайнини на селото /на 300 м северозападно от цех "Метални конструкции"/, вляво от шосето за с.Топчийско. Ситуира се под м."Канлъ гечид" /Кървав път/, в района на микроязовира ѝ; **Могилен некропол**, край северните покрайнини на селото, край стопанския двор от двете страни на шосето за с. Топчийско, върху леко наклонена на юг равнина; **Антично укрепление**, 4.5 км север-североизточно от селото, вляво от шосето за с. Топчийско /700 м от него/, в Еминската планина; ситуира се върху възвишението между два безименни потока, в м. "Манаф тарла"; **Тракийска гробница**, 1.5 км североизточно от селото, южно от м."Иланлъка" /Змиярника/; **Надгробна могила**, 1.2 км североизточно от селото, при десния бряг на потока, ляв приток на Хаджийска река, в равнина /отстои на около 300 м юг-югоизточно от посочената тракийска гробница/; **Надгробна могила "Дядо Спасовата могила"**, 2 км южно от селото, при десния бряг на р. Куру аркась /Зад гората/ в м."Бююк юрт" /Голямо селище/; **Антични постройки**, 3 км източно от селото, от двете страни от шосето за с. Преображенци в м."Юртлука".

с. Просеник: **Селище от римската епоха**, 1 км източно от селото, вляво от шосето за курорта Слънчев бряг, м. "Андреевата чешма"; **Антично и късноантично селище**, 1.4 км северозападно от селото /на 600м от покрайнините/, при двата бряга на потока Ходжов дол /Челеби дере/, вдясно от шосето за с. Сини вир, върху южен склон; **Древно селище от няколко епохи**, на 3.5 км западно от селото, вдясно от пътя за с. Разбойна, по южните склонове на Еминската планина; **Могилен некропол**, 1 км от източните покрайнини, вляво от шосето за град Каблешково /на 300 м от него/, върху равнинен терен; **Надгробни могили**, **Късноантична и средновековна крепост "Калето"**, 4 км запад-северозападно, върху възвишение "Тас тепе", при южните склонове на Еминската планина; **Водно съоръжение и късноантична сграда**, 3.6 км западно от селото, при поток "Кара бюют" /Черното потъна/, ляв приток на Хаджииска река, при южните поли на Еминската планина; ситуира се при югозападното подножие на крепостта "Калето".

с. Преображенци - **Древно селище от няколко епохи**, 2 км източно от селото, от двете страни на потока Дермен дере в м. "Хана".

с. Вресово: **Късноантично укрепление "Калето"**, 5 км източно от селото, върху възвишение по южните склонове на планината; **Селище от римски период и османската епоха**, до северните покрайнини, отдясно на шосето за град Шумен, в м. "Църква"

Религиозни обекти на територията на община Руен: Манастир „Св. Йоаким и Анна“, Параклис „Св. св. Йоаким и Анна“, Джамя с медресе, Църква: Св. Успение Богородично“, разположени в с. Люляково, както и Джамя - с. Сини рид, Църква „Св. Константин и Елена“ – с. Преображенци, Медресе в с. Билка – религиозно училище за ислям, Църква „Св. Архангел Михаил“ - с. Дъскотна, Джамя - с. Каравельово, Джамя - с. Разбойна.

Община Созопол

Остров „Свети Иван“

В е намерено ковчежето с мощите на св. Йан Предтеча, Природен и археологически резерват - най-големият от петте острова по българския бряг на Черно море. Тук са

открити следи от тракийско светилище от VII в. пр. Хр., древногръцки храм, вероятно посветен на Аполон Лечител (V в. пр. Хр.), останки от манастира "Св. Йоан Предтеча", античен фар, руско военно гробище; (По проекта, реализиран от Фондация „Созопол“, на острова са възстановени пристаните, за улесняване на достъпа за туристите и са изградени навеси за наблюдение на биоразнообразието на острова)

Древното селище Акра (X в. пр. н.е.), разкрито на нос Акин (в землището на град Черноморец) през 2012 г., където са възстановени част от крепостната стена и три бойни кули

Резерват "Старинен Созопол" – обявен е за архитектурен и археологически резерват. В него се намират: Археологически музей, Музей "Крепостна стена с кула, Градска художествена галерия, Етнографска сбирка (структура на общинския музей).

Археологически музей - Созопол

Археологическият музей в Созопол е разположен в модерната сграда на културния дом, съхранява и експонира най-ценните находки от материалната култура на Созопол и района от V хил. пр. хр. до XVII в.;

Градска художествена галерия Созопол

Градска художествена галерия, разположена в сградата на старото училище; разполага с представителна колекция на художници-маринисти и пластични изкуства; организира художествени пленери и образователни форуми;

Етнографска сбирка Созопол

Етнографска сбирка (структура на общинския музей), разположена в сградата на Тракийска къща; съхранява и представя битовия фолклор на този край; предстои обогатяване на сбирката и усвояване на втория етаж от къщата за нуждите на музея.

Община Средец

„Античен и средновековен град Деултум – Дебелт“ - Това е единственият археологически резерват на България носещ Знак „Европейско наследство“. Село Дебелт се намира на 8 км. източно от град Средец и е част от Античната колония Деултум. Тя е основана в края на 70-те години на I-ви век след Христа. Създадена е от VIII августов легион на император Веспасиан. Оформя се като икономически, културен, търговски и административен център през II и III век. През 812 г. градът е станал част от България и просъществувал до X век. Крепостта Дебелт, построена през V век, е предпазвала региона и старинния град Деултум. Тук е единственият на Балканите, проучен средновековен митнически комплекс с църква. Предполага се, че в нея Борис I приема християнството. Днес има обособен Национален археологически резерват „Античен и средновековен град Деултум – Дебелт“.

Исторически музей Средец

Богатата духовна и материална култура на населението е представена в експозициите на Исторически музей – Средец, Етнографски комплекс, Карабунарска къща и Байлова къща.

На територията на община Средец има множество манастири, параклиси и църкви. Манастирът "Свети Живоприемний Източник" - близо до село Голямо Буково, Параклисът "Успение Богородично" в местността Божура, Параклиси в с. Росеново, Пънчево и

Белеврен, Църквата “Всех Светих” в град Средец, Църквата “Св. Параскева” в с. Момина църква, която е известна с богатия си стенопис, Църква в с. Факия, Драчево, Сливово, Зорница, Суходол, Сливово, Дюлево, Богданово др.

Община Царево

Тракийска гробница с полуцилиндричносводесто покритие

Тракийска гробница с полуцилиндричносводесто покритие в Българска Странджа се намира в село Бродилово, община Царево. Гробницата е принадлежала на богат и влиятелен династ или пара династ, управлявал част от Източна Тракия. Вероятно владетелят е контролирал добива на медна руда в Странджа. Гробницата е изградена от бял мек варовик (бигур), но е разрушена от иманяри, или пренесена на друго място още в античността, каквато е била практиката по онова време. Част от гробницата е запазена и там са открити амфори, сива тракийска керамика и на няколко метра от могилата, иззидан гроб от бял варовик (бигур). Находката се датира от 3-ти в. пр.хр. Самата гробница има две гробни съоръжения.

Дом на тракийски владетел в м. “Певтич”

Село Синеморец - Съоръжението е с площ 1,5 декара и е ограден от крепостни стени с дебелина от 2,4 м. Самата стена е запазена на 1,5 м. височина. При разкопките е разкрита част от охранителната кула, която е разположена в най-достъпната част на обекта. Във вътрешността на обекта са били разположени жилищните и стопански постройки. В тях се откриха най-интересните археологически находки. Много керамични съдове местна изработка и голямо количество вносна гръцка керамика – амфори, лекит, кантроси, мегарски чаши и др. Сред най-интересните находки от обекта са меч тип-махайра и един меч тип-ромфея (характерен тракийски меч използван в периода 3-ти - 1-ви в. пр.хр.)

Дворец на тракийски владетел

Село Синеморец - Дворецът е издигнат през втората четвърт на III в. пр.Хр. и е бил опожарен в края на III в. - самото начало на II в. пр.Хр. Откритите материали – керамични съдове, амфорна тара, теракоти и др. говорят за много силни връзки на местната аристокрация с центрове от Средиземноморието каквито са Кос, Тасос и Родос. Обектът се свързва с конкретна личност, а именно с тракийския династ на име Кортодзунтос, което го прави уникален. Кортодзунтос е бил могъщ местен владетел, който е контролирал добива и преработката на руда и дървесина във вътрешността на тази част на Странджа в периода от началото до средата на III в. пр.Хр. Той е и човекът, поръчал златните накити на съпругата си, които станаха известни в цял свят под името “Съкровището от Синеморец”. Тези накити се нареждат сред най-изящните образи на античното ювелирство в света.

Елинистически гроб

Село Синеморец - На обекта е проучена южната и част западната крепостна стена. Тя е изградена от ломени камъни и дебелината ѝ е около 1,40 м. В основата (субструкцията) камъните са с най-големи размери, специално подбирани и обработени чрез рустизиране. Пред най-уязвимата част на стената е издигната кула, стените на която са изградени по аналогичен начин. Кулата освен, че е имала отбранителна цел, е използвана

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

и за съхраняване на селскостопанска продукция. От запад, крепостната стена е покрита с керемиди и е имало изнесен напред навес, под който в питоси са се складирали различни продукти. На това място са разкрити и две пещи за изработване на керамика.

Църква “Възнесение Господне”

Църквата “Възнесение Господне” се намира в Ахтопол и е разположена в североизточния край на полуострова, близо до морския бряг. В план е еднокорабна. Зидарията е от ломен камък, подреден с широки фуги, измазани с хоросан. Конструкцията е укрепена с два реда дървени пояси (сантрачи). Има четирикатен стряховиден покрив и не може да се отличи от странджанските жилищни сгради. За това допринася и липсата на очертана от източната външна страна апсида. Подът е вкопан под външното ниво – характерен белег за много от старите църкви. Таванът е обкован с дъски, имитиращи засводяване. Пространството се осветява отгоре. Интериорът е характерен с широката си апсида, плавно засводена отгоре. Тук има стенопис – “Богородица ширшая небес с младенеца”, разположен в кръгъл медальон. Божията майка е заобиколена от облаци с червени краища. Под нея има композиция “Светото причастие”. Под тази сцена следва дарителски надпис на гръцки език, който съобщава, че “Небесния свод е направен на 17 ноември 1796г.”.

Крепост “Ургури”

Северно от село Българи, община Царево, в местността “Градището”, се намира тракийската, късноантична и средновековна крепост “Ургури”. Разположена е на висок хълм със стръмни скатове, спускащи се към река Караагач. Заграденото пространство заема около 11 дка. Крепостта има почти правоъгълна форма. Изградена е от недодялани камъни, на места споени с бял хоросан, а на места без спойка. Около голямата крепост “Ургури” са разположени три по-малки укрепления (всяко с площ 1-2 дка): “Мързевско кале” – попадащо в землището на село Кондолово; другите две калета са разположени над селата Граматиково и Писменово. От византийския период на крепостта е намиращата се в най-високата ѝ точка, едноапсидна раннохристиянска базилика. Крепостта е съществувала и през Средновековието. Друга интресна старина в землището на селото се намира в местността “Калдъръма”, запазена е отсечка от древен път с дължина между 50 и 100 м. Направлението е от морето към Малко Търново.

Крепостна стена на Агатопол

Гр. Ахтопол - Крепостната стена на Агатопол е от важно значение за туризма в областта. Въпреки че крепостните съоръжения на Агатопол – стени и полукръгли кули – са били разрушени твърде рано (по сведения на Евлия Челеби – 17 в.), голяма част от тях и сега могат да се видят. На отделни места запазената част от крепостта достига 7-8 м. В частта си върху провлака стената е широка 3.30 м. заедно с допълнителното удебеляване. На североизточния бряг е по-тънка – 1.50-2 м. Зидарията е смесена – ломен камък с две лица и пълнеж от хоросан и по-дребни камъни. Начинът на градеж позволява крепостта да бъде датирана най-общо през 5-6 век сл. Хр. При сондажни проучвания близо до тази ранносредновековна стена е била открита и тракийска крепостна стена от по-големи камъни с кална спойка, както и културни пластове от началото на I в. пр. Хр.

Гръцко училище

Гр. Ахтопол - Гръцкото училище в Ахтопол е символ на населението битувало по тези земи, преди българите окончателно да си възвърнат властта върху тях. То е построено в началото на ХХ в. от български майстори по проект на гръцки архитекти и със средства на гръцки изселници в САЩ. Стените му са дебели 60 см и всички ъгли на стените, прозорците, портала и покривния фриз са облицовани с червени тухли, докарани с гемии специално от Марсилия. Било е предназначено за шестокласно училище и за събрания. Стените на шестте класни стаи са дървени, което позволява лесно да се демонтират и преустройват в голям салон, с подиум и трибуна в дъното. Днес гръцкото училище не функционира, но е реконструирано и обявено за паметник на културата. Използва се за творческата база на НХА и всяка година там се провежда лятна академия, в рамките на която преподаватели и студенти от България и чужбина се събират, за да творят.

Църква „Успение Богородично”

Гр. Царево - Църква „Успение Богородично” - Построена е през 1831 г., но съвременният архитектурен образ датира от 1895 г. На същото място е съществувала и по-стара църква. За нея говорят някои икони от последните десетилетия на XVIII в. Те са “от ръката” на зографа Йоан от Ахтопол. Форматът на тези икони е по-малък и приспособяването им към нов иконостас говори за съществуването на по-стар. Върху тях са нанасяни и живописни корекции от зографа Г. Поликсоиду. До нас са достигнали една икона на „Свети Никола” (1805 г.), патрон на моряците и рибарите, и една на “Иван Кръстител”, почтително надписана от зографа Йоан. Влияние на западния Ренесанс долавяме в сюжета „Архангел Михаил върху главата на Сатаната”. Към описаните образци на странджанската иконна живопис в царевската църква “Света Троица” трябва да се добавят и творбите на едни от последните зографи: Г. Поликсоиду, нарисувал още една „Света Троица”, „Успение Богородично”, „Богородица”, „Исус Христос” и „Архангел Гавраил” и „Богородица” на олтарните двери, датирани в 1895 г. Тук може да се види и иконата „Свети Спиридон” “от ръката” на Иерудиу Зографоозлу, носеща белезите на зрящото иконописно изкуство.

Църквата “Св. Св. Кирил и Методий”

с. Кости - Църквата “Св. Св. Кирил и Методий” е пострадала през Преображенското въстание и на нейно място през 1909 год. Е възстановен и осветен сегашният храм. В него най-забележителен е иконостасът заедно с иконите. Това е едно внушително творение на резбаря Пандил. Макар че е един от последните марангози в Странджа, неговата творба свидетелства за големия му талант и изключителното му умения. Дървените колонки подражават на древен ордер и в долната си част имат струговани бази и канелюри. Между тях са разположени розети, пищни гирлянди, листа и цветове, съчетани в локални и общи композиции, които поразяват с красотата, изяществото и хармонията си. Тук са запазени и икони от по-стария строителен период на църквата. Две от тях са на “Свети Георги Янински” и са нарисувани от зографа Коста Поликсоидо през 1883 и 1901 г. При втората светецът е представен в народна носия от миналия век на фона на пейзаж-хълмове и сгради.

Църквата „Свети Свети Константин и Елена”

с. Българи - Църквата „Свети Свети Константин и Елена” е строена след Преображенското въстание. Паметник на културата, свързан с нестинарството.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност” 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Църква „Св. Георги“

с. Синеморец - Църквата е една от най-забележителните сгради в селото, намираща се в западната му част. Точно там някога се е простирало гръцко селище. Стените и са от камъни и тухли. Тя е известна с иконата на „Свети Модест“, която показва светеца, както често бива изобразяван, сред дървета и стада волове, овце, кон и бивол. Той е покровител на впрегатния добитък, орачите и овчарите. Според преданията той е научил хората как да впрегат воловете си и как да орат нивите.

Традиционни ястия

Поради излаза си на море и наличието на реки, преминаващи през ТР „Бургаско Черноморие“, голяма част от местните деликатеси са свързани с рибните продукти. Характерна за района е консумацията на **зарган**. Най- често зарганът се среща изпържен, но може да бъде изпечен на скара и полят със зехтин, лимонов сок и чесън. Могат да бъдат добавени и подправки – мащерка и девесил.

Добре познати за местното население и туристите са **черноморските миди**. Те се срещат панирани, натюр с масло, бяло вино и свежи зелени подправки или със сос. Мидите могат да бъдат в салата, да бъдат приготвени на жар или варени и подправени с девесил. Популярно ястие в района е „**Миди на фурна**“.

Специалитет на Бургаския черноморски район е **рибата, изпечена върху керемиди**. За него се използва морска риба като лефер или карагъоз, както и лук, домати, магданоз и лимон.

Освен черноморските деликатеси в района се предлагат и ястия от речна риба. В Странджанския край добре позната е „**Рибата в лопушка**“. Ястието се приготвя от сладководна риба – толстолоб, мряна, речен кефал, шаран, пъстърва, мряна и други. Специфичното на ястието е, че се пече, увито в листа от лапад. Към рибата традиционно се добавя лук, домати и сланина. Характерна за Странджанския край е и **Чорбата от речни раци**. Чорбата от речни раци се приготвя от месо от речни раци, обикновено към тях се добавят лук, предварително накиснат булгур и магданоз. Сервира се с лимон.

Макар районът да се свързва основно с морските дарове, срещат се и други типични местни продукти. В Созопол от векове насам се приготвя десертът **Дамга**. В Странджанския край имат специална рецепта за „**Катми по странджански**“. Те се отличават с това, че са по-дебели и обикновено се намазват със сланина, след като се изпекат.

Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО

Нестинарство

Нестинарството е древен култ, при който извършващите го изпадат в транс и танцуват боси върху жарави и въглени. Това е един от най-старите български обичаи, който в миналото е бил практиван из Беломорска Тракия, а в наши дни само в няколко села в Странджа – Българи, Кости. Бродилово.

Танцът се изпълнява върху жарави от боси танцьори (нестинари), които са в народни носии и носят окичена с цветя икона на Св. Св. Константин и Елена, смятани за

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

покровители на нестинарите. Много интересно е нестинарството само по себе си с всичките съпътстващи го обичаи и традиции, подготовка. През 2009 г. Нестинарството е включено в Списъка на ЮНЕСКО за нематериалното културно наследство.

Обичаят „Мартеница“

Свързаните с 1-ви март културни практики включват традиции, предавани от древни времена, които отбелязват началото на пролетта. Основната практика се състои във връзването на червени и бели конци, тяхното подаряване и носене, както и развързването им, когато се види за първи път цъфнало дърво, лястовица или щъркел. Други локални практики също са част от голямото честване на пролетта като дейности за пречистване в Молдова. Смята се, че мартеницата осигурява символична защита срещу опасности като непостоянно време. Тя гарантира и безопасното преминаване от зима към пролет за хора, групи и общности. Всички членове на общностите, независимо от възрастта, участват в традицията, а тя допринася за социалното сближаване, междупоколенческите отношения и взаимодействието с природата, и насърчава многообразието и творчеството. Неформалното образование е най-използваният начин за предаване: в селските райони младите момичета се учат как да връзват конците от по-възрастни жени, докато в градските райони учениците се научат от учители, занаятчии и чрез неформално образование. Днес се изпълняват множество културни проекти за опазване на практиката. Обичаят е вписан през 2017 г. в представителната листа на ЮНЕСКО на нематериалното културно наследство.

За състоянието на Организацията за управление на туристически район (ОУТР) Бургаски черноморски туристически район

ОУТР Бургаски черноморски туристически район е вписана в Регистъра на организациите за управление на туристическите райони със Заповед №Т-РД-17-37/05.07.2018 г. на министъра на туризма.

Членове на УС на ОУТР са представители на общините Бургас, Несебър, Поморие, Царево, Приморско, Созопол и Малко Търново. Председател на УС е Димитър Германов, кмет на община Приморско, а изпълнителен директор е Соня Енилова.⁹

Членове на Общото събрание на ОУТР „Бургаски черноморски туристически район“ са представители на общините Айтос, Бургас, Камено, Карнобат, Малко Търново, Несебър, Поморие, Приморско, Руен, Созопол, Средец, Царево, „Югоизточен съюз на екскурзоводите – Ваня Райкова“, „Бизнес асоциация Слънчев бряг – БАСБ“, Сдружение „Съюз на собствениците“, Сдружение на хотели и ресторанти – Поморие, Черноморски туристически алианс.

Адресът на организацията съвпада с адреса на община Бургас: ул. „Александровска“ №26, тел.: 0876744021, e-mail: outr-burgas@abv.bg.

⁹ <https://ntr.tourism.government.bg/TUnionsV2.nsf/detailoutr.xsp?id=8A20AE154BE7B1E6C22582C2004FB957>

Във фейсбук съществува страница Бургаски Черноморски туристически район¹⁰, създадена на 18.11.2020 г., но няма данни, че тя е създадена и се поддържа от ОУТР. Организацията няма уебсайт.

1.1.1. Ресурси на района и специфики

- **Туристически атракции**

Основната специализация на Бургаския Черноморски туристически район е морски и културен туризъм, а разширената включва морски рекреативен туризъм, всички видове културен здравен туризъм, приключенски и екотуризъм, селски, религиозен и поклоннически туризъм.

255 туристически обекти в района са вписани в *Регистъра на туристическите атракции*, 34 от които са с национално значение.¹¹

В *Регистъра на туристическите фестивали и събития* са включени 193 туристически фестивали и събития. 26 от тях са с международен характер, 73 имат национално и 94 - регионално, местно и общинско значение.

- **Места за настаняване**

През 2018 г. в Бургаския Черноморски туристически район функционират 849 места за настаняване. Техният брой нараства устойчиво за периода 2013 до 2018 г., като най-значим ръст се регистрира през 2016 г. и 2018 г. По отношение на хотелите почти не се забелязва динамика. Макар че през 2016 г. те са със 72 по-малко в сравнение с предходната година, това не повлиява на общата тенденция на нарастване на броя на местата за настаняване в района.

Всеки четвърти чуждестранен турист предпочита хотели с 4 звезди, всеки трети - с 3 звезди. Българите са ориентирани по-скоро към квартирите и стаите под наем, къщите за гости и по-рядко към 4 и 3-звездните хотели.

ГРАФИКА: МЕСТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ

¹⁰ <https://www.facebook.com/%D0%91%D1%83%D1%80%D0%B3%D0%B0%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%A7%D0%B5%D1%80%D0%BD%D0%BE%D0%BC%D0%BE%D1%80%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD-Bourgas-Black-Sea-Tourist-Region-101496098459679>

¹¹ МТ, Регистър на туристическите атракции, собствени изчисления



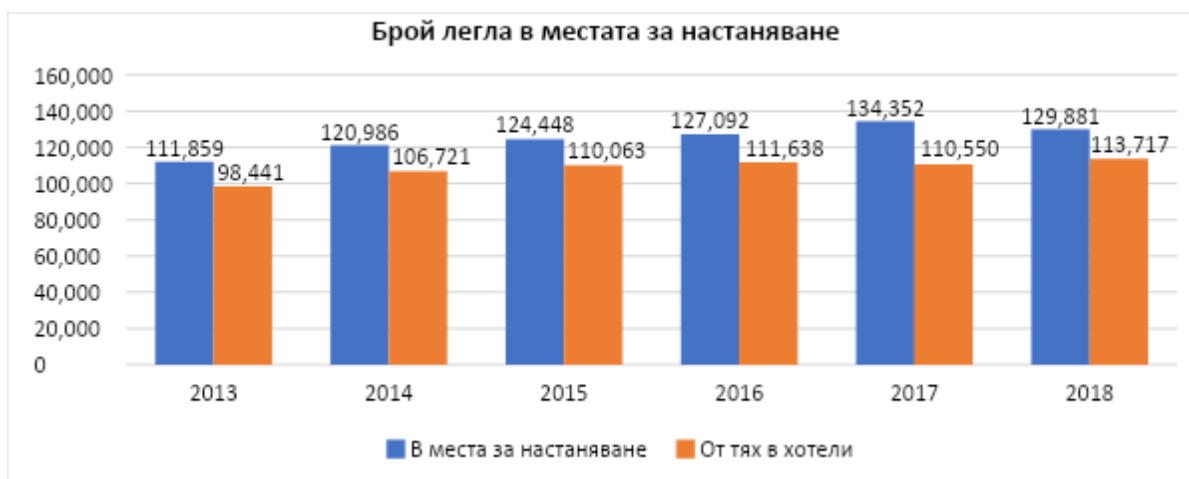
За периода 2013-2018 г. най-голям ръст в броя на местата за настаняване е регистриран в общините с директен излаз на Черноморското крайбрежие - Несебър, Приморско, Царево, Созопол и Бургас. В общините, които са разположени във вътрешността на страната - Карнобат, Малко Търново и Айтос, места за настаняване почти липсват.

Подобна е ситуацията и с хотелите: Несебър, със своите 268 хотела заема водеща позиция в района пред Приморско с 63, Созопол с 55, Царево с 46 и Бургас с 45 хотела. Карнобат, Айтос и Малко Търново разполагат с 4-5 хотела.

- **Брой легла**

Нарастването в броя на местата за настаняване води до ръст и в легловата база. През 2018 г. в Бургаския Черноморски туристически район има близо 130 хил. легла, което е ръст от 16% в сравнение с 2013 г. 88% от леглата са в хотели.

Графика: БРОЙ ЛЕГЛА В МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ



Прегледът по общини показва, че в Несебър, Приморско и Созопол има плавно увеличение, а в Царево и Бургас - намаляване на легловата база през годините. Очевидно в някои общини вече е достигната определена равновесна точка, отвъд която предлагането би било по-голямо от търсенето.

- **Реализирани нощувки**

9.7 милиона е общият брой на реализираните нощувки през 2018 г. Това е 21% повече в сравнение с 2013 г. Темпът на нарастване на нощувките е по-бърз от темпа на нарастване на легловата база - индикатор за това, че тя се натоварва ефективно и че заетостта е висока.

Графика: РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ ПО ГОДИНИ, БРОЙ



Несебър е лидер в района по брой на реализираните нощувки. През 2018 г. те са повече от 7 милиона, което представлява 73% от всички нощувки в Бургаски Черноморски туристически район.

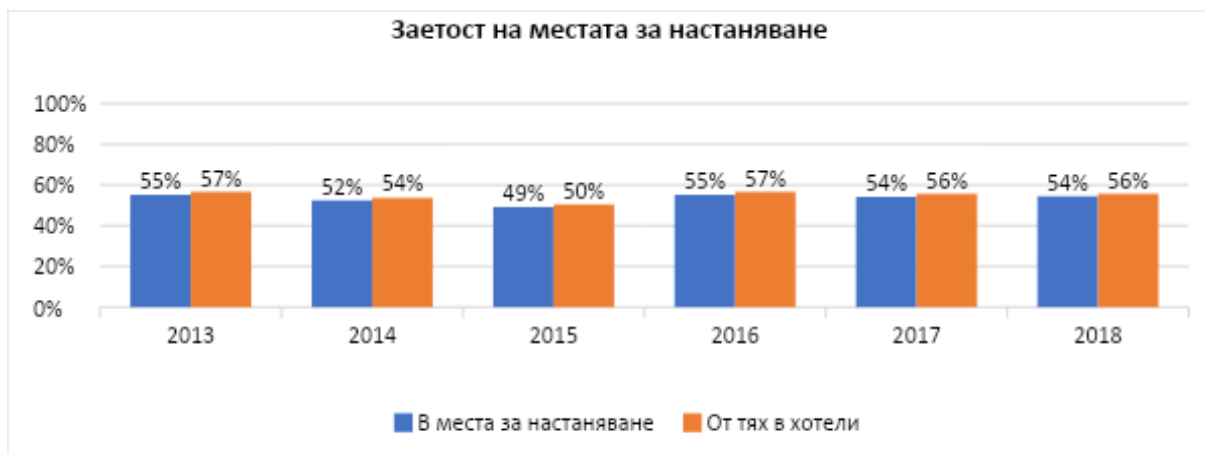
Графика: РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ ПО ОБЩИНИ, БРОЙ



- **Заетост на местата за настаняване**

Заетостта на местата за настаняване в района на Бургаското Черноморие е относително постоянна величина, но е много над средната за страната - над 50%.

Графика: ЗАЕТОСТ НА МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ



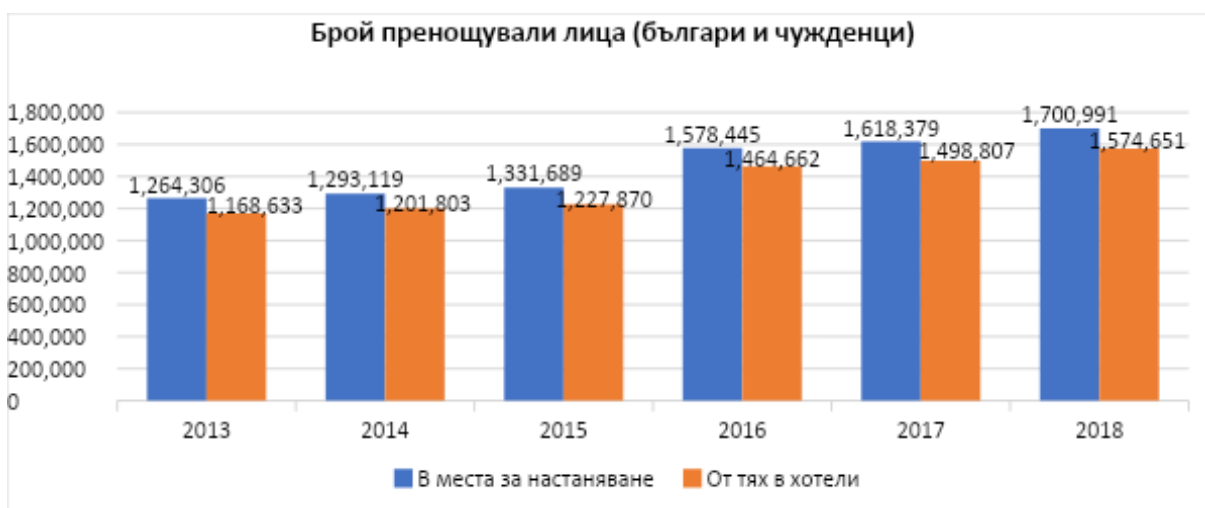
- На ниво общини местата за настаняване са неравномерно натоварени. Най-високи нива на заетост през 2018 г. са достигнати в Несебър (58%), Созопол (53%) и Приморско (52%), а най-ниски - в Карнобат (16%). Бургас и Царево са със съпоставими стойности - 38 и 37%.

-

- **Пренощували лица**

За периода 2013-2018 г. в Бургаския Черноморски туристически район има значителен ръст в броя на пренощувалите лица. Лидер отново е община Несебър с 1.152 милиона пренощували туристи. В областния център Бургас пренощувалите са десетократно по-малко.

Графика: ПРЕНОЩУВАЛИ ЛИЦА БРОЙ



-

- **Продължителност на престоя**

Макар продължителността на престоя на туристите в района да намалява през годините – от 6.3 през 2013 г. до 5.7 дни през 2018 г., той е над средния за страната – 3.5 дни. Средната продължителност е 6.3 нощувки за българите и 8 - за чужденците. Туристите в

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Несебър, Царево, Приморско и Созопол имат средно 6 нощувки, а в Бургас и Карнобат - 2.5. Прави впечатление по-голямата продължителност на престоя в Малко Търново - между 8.4 и 3 дни в периода 2013 - 2018 г., което вероятно се дължи на организираните посещения в Странджа.

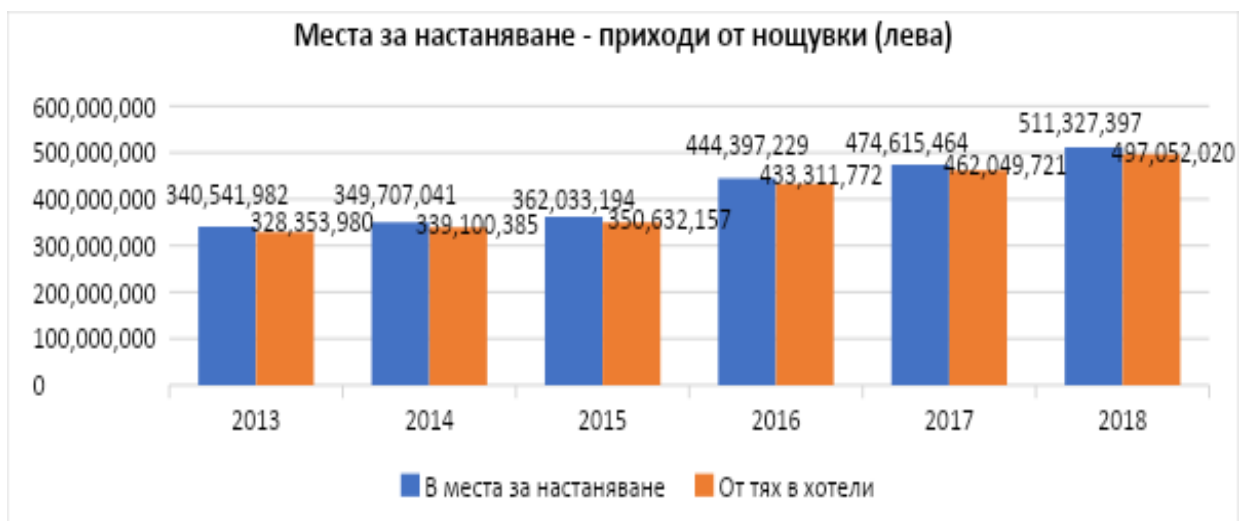
Графика: Продължителност на престоя в дни



- **Приходи от нощувки**

Приходите от реализираните нощувки в района се увеличават значително, особено след 2015 г., като от едно пренощуващо лице (за целия престой) са средно 301 лв. за местата за настаняване и 316 лв. за хотелите.

Графика: Приходи от нощувки в млн.лв.

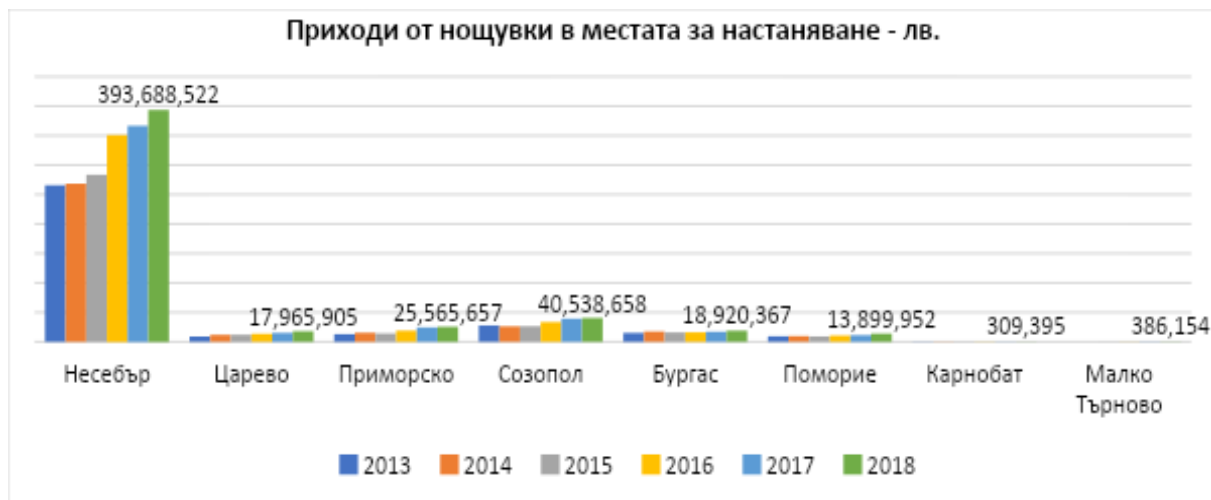


www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

За периода 2013-2018 г. най-големи приходи от нощувки реализира община Несебър - през 2018 г. те достигат почти 394 млн.лв. В пъти по-малко са приходите от нощувки в другите общини.

Графика: Приходи от нощувки по общини/лв.



На територията на Бургаски черноморски туристически район е разположен най-големият курортен комплекс в България – Слънчев бряг. През 2019 г. комплексът разполага с над 64 хил. легла и е посрещнал над 894 хил. туристи. Плавно нараства броят на пренощувалите, като през 2019 г. увеличението е с близо 6% спрямо предходната година. 90% от пренощувалите в комплекса са чужденци. Както и в повечето останали комплекси, и в Слънчев бряг се наблюдава тенденция към съкращаване на продължителността на престоя – от 6.5 на 6.1 нощувки средно. След рекордно запълнената през 2016 г. – 63%, през 2019 г. има спад до 58%. На фона на увеличаването на приходите, това вероятно е свързано с поскъпване на услугите и/или повишаване на разходите на туристите извън услугите, включени в пакетите.

Таблица: Туристически показатели на КК Слънчев бряг

Кк Слънчев бряг	Места за настаняване бр.	Легла бр.	Легла денонощия бр.	Реализирани нощувки/бр.		Пренощували лица /бр.		Приходи от нощувки/лв.	
				Общо	чужденци	Общо	Чужденци	Общо	чужденци
2015	153	63 001	7 466500	4 243024	3965862	656802	581003	217917004	204208691
2016	161	60 849	8 226414	5 179797	4855644	789184	715686	266001450	253308125
2017	164	61 595	8 537133	5 272553	4960475	809159	735353	280201430	269054801
2018	160	63 151	8 781761	5 305810	5018431	841608	769775	299447871	288320473
2019	180	64 050	9 057115	5 263967	5016304	894206	822639	313364278	299724872

- **Качество на туристическите услуги**

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Проведеното проучване в Бургаското Черноморие показва, че туристите в района са удовлетворени както от пътуването като цяло, така и от различните аспекти на туристическото преживяване. По скалата от 1 до 10 чуждестранните туристи поставят оценка 7.11, а българските - 6.98.

Над 95% от анкетираните посетители са дошли в района с цел морски туризъм. Българските туристи масово организират пътуванията си самостоятелно, докато малко повече от половината от чужденците разчитат на турагенциите. И двете групи пътуват предимно със семействата си. С приятели почиват 48% от българите и 30% от чужденците.

И българските, и чуждестранните туристи са харесали в Бургаския Черноморски район най-много природата, гостоприемството на хората и местата, в които са нощували. 36% от българите и 27% от чужденците споделят, че са харесали всичко в дестинацията.

Пътуването в Бургаския Черноморски район оправдава напълно или в голяма степен очакванията на туристите. В отговор на въпроса „*Какво очаквахте, но не намерихте по време на вашето посещение?*“ българските туристи посочват местата за развлечение (22%), доброто обслужване и местната кухня (по 20%), чистотата и хигиената и туристическите атракции (по 18%), а чужденците – туристическите атракции (40%), добрата туристическа инфраструктура (36%), сигурността/безопасността (33%), чистотата и хигиената (31%) и доброто обслужване (25%).

Критични са оценките към готовността на района да посреща туристи, замърсената природа, обслужването в ресторантите и кафенетата, липсата на места за културни развлечения. Чуждестранните туристи са също с негативни впечатления от замърсената природа, липсата на места за културни развлечения (музеи, паметници на културата, атракции) и липсата сърдечност и гостоприемство от страна на местното население.

Независимо че има критики по отношение на предлагания туристически продукт, 71% от българите и 56% от чужденците са категорични, че биха посетили района отново. Мнозинството от туристите биха се върнали на Бургаското Черноморие, а всеки осми българин и всеки седми чужденец би удължил престоя си, ако има възможност. Практически всеки от посетилите в района заявява намерение да препоръча Бургаското Черноморие на свои приятели.

Както българските, така и чуждите туристи са категорични, че в Бургаския Черноморски район може да се практикува морски туризъм. Останалите видове туризъм, предлагани в района, не са добре разпознаваеми..

Българите и чужденците се различават по отношение на предпочитанията си: първите предпочитат да се разхождат сами, да видят някой обект, да хапнат и напазаруват. Чужденците желаят да опознаят местната култура и традиции – забележителности, занаяти, традиции, както и да опитат местни храни и напитки. Те предпочитат да си разнообразяват престоя с различни дейности. И двете групи държат на дегустацията на храни и напитки, възможностите за гмуркане, къмпингуване и пешеходен туризъм. Българите добавят и риболов към този списък, а чужденците – скайвдайвинг/парасейлинг.

- *Състояние на МСП в областта на туризма*

На територията на Бургаския Черноморски туристически район има 7014 категоризирани места. В района действат 5 733 заведения за хранене и 342 туроператори и туристически агенти.

Предприятията в трите сектора хотелиерство, ресторантьорство и туроператори и турагенти реализират общ оборот от 979 116 хил. лв. през 2018 г. Общият брой на заетите е 19 289 души, като заетите в „Хотелиерство“ и „Ресторантьорство“ са почти еднакъв брой - малко над 9 000 души. Община Несебър е с най-голям дял на заетите в сектор „Хотелиерство“ – 58%. В сектор „Ресторантьорство“ 42% от заетите са в община Бургас, а 30% - в община Несебър.

МСП на територията на района нарастват като брой, обороти и брой заети лица. Това е предпоставка за развитие на туризма в района на базата на конкуренция и предлагане на качествени услуги.

Анализът на данните от проведеното количествено проучване сред 150 МСП, опериращи в Бургаския Черноморски туристически район, показва, че 45% от тях работят сезонно. При хотелиерите сезонността е най-ясно изразена - малко повече от половината работят на този принцип. 63% от заведенията развиват дейност целогодишно.

Сезонната работа и кризите, особено пандемията от COVID-19, правят състоянието на компаниите в сектора нестабилно. 44% от анкетираните представители споделят, че през последните 3 години финансовото състояние на фирмите се е влошило.

Влошаващото се състояние на предприятията в голяма степен се дължи на ограничения достъп до финансиране и инвестиционни ресурси – средната оценка по този показател, по скала от 1 (много лош) до 6 (отличен), е 3.66. Най-голям проблем в това отношение срещат туроператорите и турагентите, както и компаниите, осигуряващи вторични услуги в туризма. Сравнително ниска е и оценката за материалните активи и тяхното състояние (3.92).

Очакванията за състоянието на бизнеса през следващата година не са особено оптимистични, макар 1/3 от компаниите да очакват подобрение. Картината е песимистична според ресторантьорите и туроператорите и турагентите, повече от 1/3 от които очакват влошаване. Намеренията за разширяване на дейността са по-скоро пожелателни. Едва 5% биха предприели стъпки в посока разширяване на бизнеса.

Основният проблем на туристическия бизнес са сезонните приходи, високите данъци, честите законодателни промени, липсата на персонал и недостигът на квалифициран персонал, трудният достъп до финансиране. Практически никой не инвестира в НИРД и/или иновативни продукти/услуги/процеси.

Средата в която работят МСП в сектора не е особено благоприятна. По скалата от 1 до 10, оценките са между 5.63 за средата на национално ниво и 6.11 – за средата на регионално ниво. Като цяло бизнесът смята, че мерките, които се предприемат в подкрепа на туризма не са достатъчни. Най-негативни са настроенята сред ресторантьорите.

Близо 1/3 от всички изследвани компании имат интерес към дейности и проекти за трансгранично сътрудничество, които биха могли да бъдат допълнителен източник на финансиране. Въпреки това, едва 3% от предприятията с основна дейност в туризма и 6%

от фирмите, осигуряващи вторични услуги в туризма са участвали в такива проекти. Интерес имат съответно 26% и 44%.

78% от анкетираните МСП не членуват в браншови организации, като причината за това е недоверието, че интересите им ще бъдат ефективно защитени. 18% от предприятията в района поддържат контакти с ТИЦ. Партньорствата с местните власти също не са развити - само 5% от компаниите с основна дейност в туризма са участвали в дейности в партньорство с представители на местната власт по значими за туризма въпроси.

Едва 4% от хотелите и 6% от туроператорите са участвали в борси и изложения в последната година.

Малка част от предприятията предлагат на потребителите си специфични продукти/услуги и/или програми, които са свързани с района. По-активни в това отношение са туроператорите и туристическите агенти - обикновено това са посещения на културни забележителности и интересни места в района, екскурзии и български фолклорни вечери. Заведенията предлагат месни специалитети (в случая риба).

Компаниите в туризма нямат единно мнение по отношение на развитието на туристическия район – 39% смятат, че „върви“ в положителна посока, а 34% - в отрицателна. Най-позитивно настроени са доставчиците на вторични услуги и хотелиерите, а най-скептични – туроператорите и туристическите агенти.

Компаниите посочват множество фактори като почти еднакво важни за развитието на туризма в района. Начело сред тях е подготовката на квалифицирани кадри, веднага следвана от подобряването на състоянието на инфраструктурата, повишаването на качеството на туристическите услуги, популяризирането на района като интересна и привлекателна туристическа дестинация и добрата маркетингова и рекламна политика.

Недостатъците на района са ясно изразени. В топ 5 са лошата инфраструктура (16%), сезонността (11%), липсата на квалифицирани кадри (11%), презастрояването (11%) и обезлюдяването (10%).

Общо 57% подкрепят създаването на местна туристическа марка. Особено категорични в това отношение са хотелиерите и доставчиците на вторични услуги, при които делът на позитивно настроените достига до 62%.

Едва 2% от фирмите с основна дейност в туризма членуват в ОУТР. 63% изобщо не са запознати с работата на организацията.

Обобщение

В последните 5 години в Бургаския Черноморски туристически район се наблюдава ръст по всички туристически показатели. Тази възходяща тенденция обаче се дължи преди всичко на Несебър, който се оформя като лидер и най-важен за развитието на туризма в района център. Останалите общини, вкл. и Бургас остават са с показатели в пъти по-ниски от тези на Несебър.

Дисбалансът в туристическата инфраструктура изтласква някои от общините - особено тези, които нямат директен излаз на море, към периферията на туристическото търсене.

Тези общини са поставени в риск от маргинализация по отношение на развитието на туризма.

Туристите посещават Бургаското Черноморие основно с цел морски туризъм. Другите видове туризъм са по-слабо развити, вероятно защото не са достатъчно промотирани.

Районът привлича млади и активни групи туристи, добре образовани и работещи хора, които разполагат със средства. По-често пътуват семейно, но не винаги с деца. Когато избират дестинациите си, туристите държат преди всичко на природата, климата, чистотата, сигурността и обслужването.

Удовлетвореността от различните аспекти на пътуването като цяло е висока. Най-високо оценявани от българите са природата, гостоприемството и сигурността. Чужденците са най-доволни от храната и напитките, местната кухня и пътуването. Основни слабости според българите са автомобилите под наем, владението на чужди езици от местното население и състоянието на атракциите и забележителностите. Чужденците отбелязват като недостатъци инфраструктурата, сигурността и надписите и указанията на чужди езици.

И българите, и чужденците отправят сериозни критики към района и готовността му да посреща туристи – неоправдани очаквания има по отношение на местата за развлечения, обслужването, чистотата, туристическите атракции, инфраструктурата, сигурността/безопасността. Необходими са усилия за осигуряването на базови изисквания на туристите. Основният проблем на района обаче е инфраструктурата.

Независимо че има критики по отношение на предлагания туристически продукт, и двете групи биха посетили района отново и биха препоръчали района на близки.

Туристическите предприятия в района са във влошаващо се състояние вследствие на сезонността в дейността, ограничения достъп до финансиране и КОВИД кризата. Очакванията за развитие също не са твърде оптимистични. Средата, в която работят предприятията, не е благоприятна, особено на национално ниво. Мерките за подкрепа на сектора са недостатъчни. Сезонните приходи, високите данъци, честите законодателни промени, липсата на персонал и недостигът на квалифициран кадри са основните проблеми на бизнеса. Инвестициите са ограничени, а партньорствата не се развиват целенасочено.

Липсва единно мнение за посоката на развитие на района и представянето му в сравнение с останалите райони, което не позволява и предприемането на единни действия за маркетингането му. Няма и ясна представа за уникалните конкурентни предимства на района, които могат да го изведат пред други дестинации (изтъква се основно морето). Мнението, че районът трябва да предлага и други видове туризъм, освен морски, е категорично застъпено.

Необходими са повече промотиране и информация, но очакванията са тези дейности да дойдат от държавата – бизнесът почти не е ангажиран с тях.

SWOT анализ на Бургаски Черноморски туристически район

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
--------------	--------------

<ul style="list-style-type: none"> • Благоприятен климат; по-високи температури и по-топла вода в сравнение с ТР Варненско Черноморие; • Дълга плажна ивица, широки плажове, златист, ситен пясък; • Развита транспортна, комуникационна и ВиК инфраструктура; • 60 км велоалеи на територията на община Бургас; • Лесен достъп до туристическите обекти района по суша, въздух и вода; • Качествени и разнообразни туристически ресурси; • Развита туристическа инфраструктура, разнообразни и много на брой места за настаняване; • Нарастващ брой на пренощуващите туристи и ръст в приходите от нощувки; • Висока заетост на местата за настаняване (значително над средната за страната); • Сравнително дълъг туристически сезон; • Наличие на групи от лоялни посетители с намерения за осъществяване на следваща почивка в района; • Висококонкурентна среда, която насърчава развитието на туристически услуги и продукти. • 	<ul style="list-style-type: none"> • Лошо състояние на инфраструктурата; • Презастрояване; • Обезлюдяване; • Слабо достъпна среда за деца и хора в неравностойно положение; • Незадоволително състояние на атракциите и забележителностите и лоша организация на пространството около тях; • Недостатъчна чистота и хигиена, замърсена природа, проблеми със сигурността, безопасността, обслужването, отношението на местното население и шума • Неоправдано високи цени в някои места за настаняване; • Слабо предлагане от страна на бизнеса на специфични продукти/услуги/програми, които са свързани с района; • Недостиг на персонал и на квалифицирани кадри; • Недостатъчно владеене на чужди езици от местното население и липса на указателни табели и информация на чужди езици; • Недостатъчна реклама на района на българския пазар; • Неблагоприятна бизнес среда – високи данъци и често променящо се законодателство; • Слаба популярност на браншовите организации и липса на синхронизирани действия за подобряване на средата и състоянието на фирмите; • Слабо развити партньорства на местно ниво – с ТИЦ, местни власти и между бизнесите.
<p>ВЪЗМОЖНОСТИ</p>	<p>ЗАПЛАХИ</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Подобряване на състоянието на инфраструктурата; • Повишаване на качеството на туристическите услуги; • Продажба на last-minute пакети, заради тенденциите към организация на пътуванията до месец преди самото пътуване; 	<ul style="list-style-type: none"> • Сезонност на дейността и приходите; • Нестабилно състояние на предприятията вследствие на ограничения достъп до финансиране и ковид кризата; • Липса на възможности за развитие и разширяване на дейността;

<ul style="list-style-type: none"> • Развитие и промотиране на алтернативни видове туризъм; • Финансова подкрепа от страна на държавата за преодоляване на последствията от пандемията, включително мерки за запазване на квалифицираните кадри и за обучение на новоназначен персонал преди старта на сезона; • Участие в проекти за трансгранично сътрудничество; • Осигуряване на достъп до финансиране по оперативните програми в следващия програмен период с цел развитие на туристическия продукт, насърчаване на инвестициите в НИРД и/или иновативни продукти/услуги/процеси; • Насърчаване на партньорството между туристическите бизнеси на местно ниво, ОУТР и ТИЦ; • Активиране на ролята на ОУТР. 	<ul style="list-style-type: none"> • Недостатъчни мерки за подкрепа на туризма и фалити на туристически предприятия; • Нелоялна конкуренция; • Непознаване на дейността на ОУТР и ролята им за развитието на туристическите райони; • Липса на готовност от страна на туристическите предприятия и заинтересованите страни да работят заедно и в консенсус за развитието на района; • Ползване на пакети (ол инклузив и ултра ол инклузив) без допълнителни туристически услуги, което ограничава допълнителното потребление в района; • Разминавания между очаквания на туристите и действителност, което води до спад в удовлетвореността.
---	--

PESTEL анализ - анализ на външната среда

Политически

Степен на политическа сигурност, безопасност и стабилност

Този фактор се проявява главно на национално ниво, затова и анализът по-долу се отнася до ситуацията в страната като цяло.

В 44-то Народно събрание със собствени парламентарни групи са представени пет политически партии – ГЕРБ, БСП за България, ДПС, Обединени патриоти и ВОЛЯ – Българските родолюбци. 17 депутати са независими.

Управляващата коалиция се ползва с подкрепата на 116 народни представители, 95 от ПГ на ПП ГЕРБ и 21 от ПГ на Обединени патриоти, но по определени въпроси и решения разчита на гласовете на ПГ на ВОЛЯ - Българските родолюбци, както и на независими депутати. В последните месеци, поради бойкот на заседанията от страна на БСП и ДПС, мнозинството все по-трудно осигурява кворум в пленарната зала.

На 24 ноември 2020 г. Парламентът отхвърли предложението на управляващата партия за нова конституция и свикване на Велико Народно събрание. С това се слага край на перспективата за значими промени в държавното устройство и политическата система и се препраща към следваща възможност за смяна на управляващото мнозинство в резултат на редовните парламентарни избори през април 2021 г.

Според проучване на Европейската комисия, оповестено през октомври 2020 г., недоверие към правителството изразяват 71% от българските граждани, при 56% средно

за държавите-членки на ЕС. 75% изразяват недоверие към Народното събрание. По данни на BBSS Gallup от октомври 2020 г., с най-високо доверие сред основните политически институции се ползва президентската, правителството и парламентът се ползват с доверието съответно на 20 и 15% от интервюираните.

Критично е представянето на България в ежегодната класация за свобода на словото на „Репортери без граници“. Страната ни заема 111-то място по свобода на словото - най-ниското не само сред държавите – членки на ЕС, но и сред всички страни с демократична система на управление.

Ерозията в доверието към политическия елит става все по-голяма, а политическата ситуация в страната изглежда нестабилна, динамична и непредсказуема, особено в контекста на пандемията от КОВИД 19 и нееднозначното отношение към мерките за справяне с последиците от нея, миналогодишните антиправителствени протести и протестите срещу главния прокурор, предстоящите избори за Народно събрание и президент на страната през 2021 г.

Промени в политическия климат и либерализация на политическите отношения

Този фактор се проявява преди всичко на национално ниво, но има и изразени регионални специфики.

Към момента в България са регистрирани 146 политически партии. Според данните от изследванията на електоралните нагласи през цялата 2020 г., най-вероятните участници в следващия парламент са ГЕРБ, БСП, ДПС, Има такъв народ, Демократична България и Изправи се БГ. Предвижданията за средна към висока избирателна активност обаче, могат да не се осъществят, ако има трета вълна от заразени, карантинирани и хоспитализирани заради COVID пандемията.

Електоралните сондажи показват относителен паритет между политическите играчи и разлика в рамките на стохастичната грешка между ГЕРБ и БСП. Това предвещава силно фрагментиран парламент, трудности при формирането на стабилно парламентарно мнозинство и кабинет, а оттук - и вероятност за провеждане на нови избори.

В 8 от 13-те общини, попадащи в Бургаски Черноморски туристически район, кметовете са от ПП ГЕРБ, двама - на община Созопол и Болярово са от БСП за България, двама - на Несебър и Карнобат са независими. Кметът на община Руен е подкрепен от ДПС. Някои от кметовете карат втори и трети мандат.

Ниво на корупция, бюрокрация и административно обслужване

Негативният ефект на корупционните практики върху туризма се проявява на различни нива: отблъскване на чуждите инвестиции, слаби предприемачески и стопански инициативи, ниско качество на туристическите услуги и в крайна сметка - забавяне на темпа на развитието на бранша.

Въпреки проведената реформа на антикорупционната институционална рамка и създаването на КПКОНПИ, според Индекса за възприятие на корупцията на „Трансперънси Интернешънъл“, през 2019 г. България заема 74-то място сред общо 180

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

държави в световната класация и е на последно място в регионалната класация на държавите-членки на Европейския съюз.¹²

През 2020 г. индексът на България е 44 пункта, с което страната се нарежда на 69 място в световната класация и на последно място в Европейския съюз, заедно с Унгария и Румъния. В сравнение с предходната година индексът бележи незначително повишение с 1 пункт, но тази промяна не е статистически значима, защото първо, стойности на индекса под 50 пункта са показател за систематичен проблем с корупцията и неефективна борба и второ, за отбелязване на съществен напредък е необходимо подобрене на резултата със статистически значимо повишение над 3 пункта.¹³

Степента на корупция в държавата е 2.93 през 2006 г. и 3.29 през 2015 г. по скалата от 1 до 7 на World Bank's World Development Indicators. Според Индекса за лесно правене на бизнес през 2014 г. страната ни заема 36-то, а през 2015 г. – 38-мо от общо 189 държави.

На ниво туристически район известен ориентир за антикорупционния капацитет и ролята на ключовите институции и социални актьори на местно ниво може да бъде *Индексът на Местната система за почтеност в България*, разработен от Асоциация „Прозрачност без граници“. Индексът се съставя на база на детайлно разработен набор от показатели за изследване на институциите и структурите в 27-те общини - областни центрове в страната.¹⁴

За 2017 г. средната стойност на Индекса за 27-те общини-областни центрове е 3.29 по скалата от 1 до 5.

За **Бургас**, административен център на област Бургас, в която попадат 12 от общините на ТР - Айтос, Бургас, Камено, Карнобат, Малко Търново, Несебър, Поморие, Приморско, Руен, Созопол, Средец и Царево, индексът е **3.74**.

За **Ямбол**, административен център на област Ямбол, в която е община Болярово, индексът е **3.16**.

В национален мащаб Бургас заема първо, а Ямбол - 19-то място сред 27-те общини - областни центрове.

Общият Индекс на Местната система за почтеност се базира и на изследване на *капацитета на кметската институция*, в т.ч. оценка на способността за реализация на ясна управленска визия и мобилизиране на необходимите ресурси за развитие на общността. Средната оценка за 27-те общини - по скалата от 1 до 5 е 3.89.

¹² https://transparency.bg/bg/transp_indexes/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B8-2/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D0%B7%D0%B0-%D0%B2%D1%8A%D0%B7%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-2019-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0/

¹³ https://transparency.bg/bg/transp_indexes/

¹⁴ <http://lisi.transparency.bg/years/2017/>

По този показател Бургас е на 4-то място с индекс 4.61, а Ямбол - на предпоследното, 26-то място, с индекс 3.04.

Въпреки че няма консенсус относно начина, по който **бюрокрацията** се отразява на икономическия растеж, най-често негативните ефекти идват от облагането на частните инвестиции с допълнителни финансови тежести.

В Годишния анализ на ЕК за икономическите и социалните предизвикателства в държавите-членки на ЕС се посочва, че корупцията, бюрокрацията, нестабилната нормативна уредба и ниското доверие в съдебната система са спирачка за частните инвестиции в България, а бавното изпълнение на реформите в областта на публичната администрация и електронното управление не позволява значителни подобрения в анализираната област.

Непреодолените все още слабости в системата на обществените поръчки ограничават използването на европейските фондове, а липсата на подходящи рамкови условия за инвестиции в научни изследвания и развойна дейност възпрепятстват иновациите и конкурентоспособността.

Визови, митнически и гранични формалности и бариери

Визовият режим, разгледан в контекста на международния туризъм, се определя като съвкупност от формалности, свързани с допълнителни разходи на парични средства и време. Ако са прекалено високи и неприемливи, те водят до отказ от пътуване и избор на алтернативни дестинации с по-улеснени визови режими.

Република България прилага Общата визова политика на Европейския съюз при условията на Договора за присъединяване от 1 януари 2007 г. Съгласно чл. 4 от Акта относно условията за присъединяване на България и Румъния, разпоредбите на достиженията на правото на Шенген, посочени в Приложение II към Акта, са задължителни и се прилагат в България от датата на присъединяване (1.01.2007 г.), а останалите ще бъдат прилагани от датата на решението на Съвета за присъединяването ни към Шенгенското пространство.

За изпълнение на шенгенските критерии са предприети действия за привеждане на националното законодателство в съответствие с европейското, актуализиране на международно договорната правна база, осигуряване на необходимото съвременно техническо оборудване и инфраструктура и укрепване на административния капацитет, като страната ни ползва опита и най-добрите практики на държавите-членки на ЕС.

Към момента България издава само национални визи, които не дават право на влизане в Шенгенското пространство.

От 25 януари 2012 г. МС на Република България прие решение, съгласно което до датата на пълното си присъединяване към Шенгенското пространство България едностранно ще прилага безвизов режим спрямо притежателите на валидни шенгенски визи. Те ще имат право да влизат и пребивават на територията на Република България за период от не повече от три месеца в рамките на всеки шестмесечен период, считано от датата на първото влизане, без да е необходимо да притежават българска виза за краткосрочно пребиваване. Решението е в сила от 31.01.2012 г.

----- www.eufunds.bg -----

От датата на присъединяване към ЕС през 2007 г., България започва да прилага Регламент (ЕО) № 539/2001 на Съвета от 15.03.2001 г. С него се определя визовият режим спрямо трети страни, чиито граждани трябва да притежават виза/или са освободени от изискването за визи, когато преминават външните граници на държавите-членки.

За улесняване на кандидатите за визи, за по-добро и по-бързо визово обслужване, българските консулски служби започват поетапно приемане на заявления за визи чрез изнесени визови центрове, организирани от специализираната компания по визово обслужване VFS Global.

Понастоящем по този начин могат да се подават заявления за българска виза в 13 държави, в т.ч. Русия, Украйна и Турция, които са важни пазари за българския туризъм.

Правилата и критериите, наложени с валутните режими, се проявяват най-вече при влизане или напускане на страната. При определянето им държавите, чието валутно положение позволява, се придържат към препоръките на Римската конференция по туризъм и на UNWTO.

Националните законодателства на държавите по отношение на валутния режим и контрол възпроизвеждат препоръките, чиято основна цел е предоставяне на достатъчно валутни облекчения при международните туристически пътувания.

Митническият режим включва нормативно наложени от държавата правила, норми на контрол и процедури по отношение на внасяни и изнасяни от чуждестранните туристи вещи, валутни ценности и стоки. Регулативното му въздействие се реализира при пресичане на държавната граница и при пристигане на чуждестранния посетители в дестинацията със собствено или наето превозно средство.

Митническият режим в дадена страна се подчинява на международни конвенции (Митническа Женевска конвенция, Конвенция за митнически облекчения в полза на туризма и Допълнителен протокол към нея, Митническа конвенция за временен внос на частни шосейни превозни средства и др.); вътрешно правни актове, ратифицирани от държавата за постигане на съответствие между установения митнически режим и националната правна система.

Като цяло, митническият режим реализира непряко регулативните си въздействия върху международния туризъм. Изключение са пътуванията под формата на „куфарна търговия“, които съгласно препоръките на UNWTO не се отчитат като туристически и не се идентифицират с пътуванията, чиято основна цел е шопингът (пазаруването).

Съгласно Конвенцията за митническите облекчения в полза на туризма, на безмитен внос/износ подлежат определени категории вещи и предмети, предимно за лично потребление, и сувенири.

Митническата конвенция за временен внос на частни шосейни превозни средства регламентира правилата за пътуванията на чуждестранни туристи със собствени (наети) превозни средства, които преминават през границите на държавите, приели Конвенцията, без да плащат допълнителни митнически сборове.

За Европа и България митническият режим има аналогичен на описания механизъм на влияние върху туризма, подчинено на действащите и отбелязани вече международно-правни документи.

Регулиращото влияние на санитарния режим в туризма е насочено към контрола по спазването на установените санитарни (медицински) правила, пряко свързани с намаляване на рисковете и заплахите за здравето и живота на туриста по време на пътуването и престоя в дестинацията.

Концентрацията на големи групи чуждестранни посетители и масовото развитие на международния туризъм също създават опасност от разпространение на болести и епидемии, замърсяване на питейна вода, зони за къпане и др.

Световната здравна организация (СЗО) и UNWTO систематизират здравните рискове в международния туризъм и разпространяват информация за потенциални заплахи от болести и епидемии, отправят препоръки за интегриране на ефективни мерки във водената от държавите политика за здравна защита на туристи и местно население.

Граничният режим се прилага от имиграционните власти на дадена страна като правила, процедури и контролни функции във връзка с движението и достъпа на пътниците, в т.ч. туристи на територията на държавата.

Чрез него на практика се реализира суверенното право на дадена страна да не допусне на своя територия чуждестранен посетител, независимо че той притежава изправни документи, ако неговото пребиваване е нежелателно.

Отказването на достъп от граничните и полицейските власти е възможно, ако чрез поведението си чуждестранният посетител поставя в опасност и действа против сигурността и националните интереси на страната; уронва престижа и достойнството на държавата и нейните граждани; членува в престъпна група или организация; нарушава обществения ред и извършва тежки престъпления (наркотрафик, пренасяне на оръжие, взривни вещества и др.); не притежава средства за обратно връщане в собствената страна; системно нарушава граничния, визовия, валутния и митническият режим, трудовото и данъчното законодателство; страда от заболяване, което според критериите на СЗО е заплаха за общественото здраве и е предпоставка за разпространение на тежка зараза и др.

Основанията за отказ на достъпа са предварително предвидени в граничния режим. Основната му регулативна функция е насочена към минимизиране на опасността от разрешаване на престой в страната на чуждестранни посетители, заплашващи вътрешния ред и сигурност, застрашаващи безопасността и здравето на нейните граждани.

Граничният режим се прилага по отношение на туристически пътувания, организирани с всички видове транспорт. Особено съществена е ролята и влиянието на граничния режим през последните години във връзка с преодоляването на последиците от военните конфликти в определени райони (особено в Близкия Изток). Формирият се огромен мигрантски поток към Европа (като важна такава последица) причини съществени вреди на туризма в най-засегнатите страни на континента (Гърция и Италия). Много от туристическите дестинации в тях се превърнаха в транзитни пунктове по мигрантските маршрути.

Като правило влиянието на фактор „режими и други формалности“ има непосредствено (пряко) отношение върху туризма и е с изразено висока степен на влияние. Посоката на това влияние обикновено е отрицателна (за входящия посетителски поток) и положителна за местните приемащи общности.

Различните видове режими, които не са създадени със специална цел да регулират движението на международните туристически потоци, са инструменти на международната политика вследствие на исторически установили се различия в степента на социално-икономическото развитие на отделните страни и региони. За територията на Европейския континент краткият коментар и оценка на разглеждания фактор е „положителна“.

За част от ново- и скороприетите страни тя не е категорична и всеотраслова, тъй като „Шенген“ все още не е завършен проект, съществуват страни на континента, които не членуват в ЕС, а освен това някои от неговите членки взеха решение да напуснат съюза.

За българския туризъм изследваният фактор е играл, играе и занапред ще играе важна роля както за входящия, така и за изходящия международен туризъм.

Това се определя от обстоятелството, че националната ни туристическа политика не само толерира, но в значителна степен приоритизира развитието на входящия международен туризъм, а изходящият по естествен начин се облагодетелства от неговото благотворно въздействие.

Освен това значителен (и постоянно нарастващ) дял от него е от страни, които не са членки на ЕС (Русия, Турция, в бъдеще – Китай и др.), за които налаганите (понякога принудително по правилата на Шенген) бариери и ограничители по линия на различните видове режими (визов, митнически или граничен) са пречка и ограничител на туристически посещения в страната.

Управление на COVID кризата

Местните власти в България предприеха незабавни краткосрочни мерки за ограничаване разпространението на вируса, а държавата разработи пакет от решения за намаляване на неблагоприятните социално-икономически последици от кризата от COVID-19. Оценка за управлението на COVID кризата в България обаче са нееднозначни и противоречиви.

По данни от Единния информационен портал за разпространението на COVID 19¹⁵, към **10.02.2021 г.** в страната има 226 061 потвърдени случая на COVID 19. В област Бургас те са 13311, а в област Ямбол - 3919.

След като през м.ноември 2020 г. бяха достигнати пикови стойности на заразени и починали, със заповед на министъра на здравеопазването от 25.11.2020 г. бяха въведени нови противоепидемични мерки: преустановяване на присъствените учебни занятия в средните и висши училища; забрана за провеждане на конгресно-конференции, културни

¹⁵ <https://coronavirus.bg/bg/>

и развлекателни, спортни мероприятия; забрана за посещенията във всички заведения за хранене и т.н.

С друга заповед от 26.01.2021 г. беше удължен срокът на въведените в страната временни противоепидемични мерки до 30 април 2021 г. Очаква се заведенията за хранене и развлечение, с изключение на дискотеки, бар-клубове, пиано-барове, бар-вариете и нощни барове да отворят на 1 март, при използване на до 50% от капацитета им, отстояние от 1.5 м. между облегалките на столове на две съседни маси и носене на защитни маски за лице от персонала.

Наред с това, от 29.01 до 30.04.2021 г. се въведе изискването пристигащите у нас да предоставят документ за отрицателен резултат от проведен до 72 часа преди влизането в страната PCR-тест. Очаква се това да намали броя на чуждестранните туристи, пристигащи в България и да се отрази негативно върху зимния туристически сезон.

ЗАПЛАХИ (ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ, ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> • Вътрешнополитическа нестабилност и непредвидимост • „Феодализиране“ на някои райони и области • Неопитност на местната власт в някои общини • Нестабилно местно самоуправление, безпринципни коалиции податливост на частни интереси • Корупционен натиск • Забавяне на приемането в Шенгенското пространство • Визови затруднения за туристите от някои генериращи пазари • Лошо управление на COVID кризата • Влошаване на финансовото състояние на МСП от туристическия сектор в района 	<ul style="list-style-type: none"> • Стабилно политическо мнозинство с нова енергия и висок кредит на доверие • Утвърждаване на дестинацията като предпочитана и сигурна • Приобщаване на страната към Шенгенското пространство • Повишаване степента на вътрешната политическа сигурност и стабилност • Утвърждаване на България като регионален лидер • Редуциране на корупцията и бюрокрацията • Укрепване на политическата власт и доверието на суверена в нея • Ефективна държавна подкрепа за засегнатите от COVID кризата бизнеси • Успех със справянето със заразата в глобален план • Разцвет на туризма и пътуванията след кризата

Държавна политика, легитимност на държавата и доверието в нея

Икономически

Брутен вътрешен продукт (БВП)

По предварителни данни произведеният брутен вътрешен продукт (БВП) през третото тримесечие на 2020 г. възлиза на 31 676 млн. лв. по текущи цени. На човек от населението се падат 4 572 лв. от стойностния обем на показателя. Сезонно изгладените данни показват спад от 5.2% на БВП през третото тримесечие на 2020 г. в сравнение със

съответното тримесечие на предходната година и повишение от 4.3% спрямо второто тримесечие на 2020 г.¹⁶

Крайното потребление регистрира ръст от 9.3%, докато бруто образуването на основен капитал отчита спад от 5.7% през третото тримесечие на 2020 г. спрямо съответното тримесечие на предходната година по сезонно изгладени данни. Износът на стоки и услуги намалява с 22.3%, а вносът на стоки и услуги - с 3.4%.

Статистиката отчита, че през третото тримесечие на 2020 г. БВП в номинално изражение достига 31,216 млрд. лева. Реализираната добавена стойност в българската икономика е 27,020 млрд. лева.

По елементи на крайното използване най-голям дял в БВП заема крайното потребление (77,6%), което възлиза на 24,218 млрд. лева. През третото тримесечие бруто капиталобразуването е 6,220 млрд. лева и заема 19,9% относителен дял в БВП. Външнотърговското салдо е положително.

Към 20.01.2021 г. НСИ предоставя данни за БВП по области до 2018 г. При БВП на човек от населението от 15 615 лв. за 2018 г., стойностите за област Бургас и област Ямбол са следните:

Таблица: БВП по области, 2018 г.¹⁷

Област	БВП / млн. лв.	БВП на човек от населението /лв.
Бургас	5507	13437
Ямбол	1198	10142

Стойността на произведената от нефинансови предприятия продукция през 2019 г. общо за страната е 194 336 570 хил. лв. Според данните от регионалната статистика на НСИ¹⁸, стойността на произведената продукция за двете области с общини, включени в Бургаски черноморски туристически район е както следва:

Таблица: Произведена продукция хил.лв., 2019 г.

Област	Произведена продукция/хил.лв.
Бургас	14 670 851
Ямбол	1 888 428

¹⁶ <https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pages/KeyInd/KeyInd2020-12.pdf>

¹⁷ www.nsi.bg/bg/content/2215/бвп-регионално-ниво

¹⁸ <https://www.nsi.bg/bg/content/797/%3F-%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

Икономически растеж

В предшестващия COVID кризата период заложеният ръст на икономически растеж за 2019, 2020 и 2021 г. е между 2.9 до 3.7 п.п. на годишна база.

Таблица в %

България				Еврозона			
	2019	2020	2021		2019	2020	2021
БНБ	3.7	3.6	3.4	ЕЦБ	1.1	1.4	1.4
МФ	3.4	3.3	3.3	Focus Economics	1.1	1.0	1.3
МВФ	3.7	3.2	-	МВФ	1.2	1.4	-
ЕК	3.6	3.0	2.9	ЕК	1.1	1.2	1.2
Световна банка	3.2	3.0	3.1	Световна банка	1.1	1.1	1.2
Уникредит Булбанк	3.5	2.9	-	UniCredit Research	1.2	0.8	1.0

Източник: институциите

В есенната икономическа прогноза на ЕК се посочва, че след големия шок за икономиката на България във второто тримесечие на 2020 г., започва бавна стабилизация. Пълното възстановяване обаче е далеч. Очакванията са българската икономика да се възстанови до предкризисните си нива едва към края на 2022 г. За икономическия растеж през следващите години ще допринесат износът и потреблението. Брутният вътрешен продукт (БВП) на България се очаква да се увеличи с едва 2,6% през 2021 и с 3,7% през 2022 г.

Прогнозите на Виенския институт за международни икономически изследвания (WIIW) съвпадат с тези на Европейската комисия. Очакванията са за постепенно възстановяване на българската икономика през следващите две години. За 2021 г. прогнозата е за ръст от 1.7% в България. Това обаче ще е най-ниският растеж сред страните от Централна и Източна Европа, които членуват в ЕС.¹⁹

Доходи и жизнен стандарт на населението

България продължава да бъде най-бедната страна-членка на Европейския съюз. Общият доход средно на лице от домакинство през третото тримесечие на 2020 г. е 1 754 лв. и спрямо същия период на 2019 г. се повишава с 2.2%. В структурата на общия доход с най-висок относителен дял е доходът от работна заплата (55.2%), следван от доходите от пенсии (29.6%) и от самостоятелна заетост (6.5%). Спрямо третото тримесечие на 2019 г. относителният дял на дохода от пенсии нараства с 2.4 п.п., доходите от работна заплата

19

<https://www.economy.bg/home/view/42687/Vienskiyat-ikonomicheski-institut-ochakva-slabo-vyzstanovyavane-na-bylgarskata-ikonomika-prez-2021->

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

намаляват с 1.3 п.п., а от самостоятелна заетост и извън работната заплата намаляват с по 0.2 п.п.²⁰

Жизненият стандарт в България, измерен чрез брутния вътрешен продукт на човек от населението, остава на ниво от 53% спрямо средното за ЕС и през 2019 г.

Страната задържа позицията си на дъното в класацията, макар в сравнение с предходната година да подобрява показателя с 2 п.п. Това означава, че БВП, измерен през покупателната способност е нараснал, но увеличението е колкото и в останалите държави, т.е. недостатъчно за ускорено догонване на жизнения стандарт на средния европеец. За сравнение, стъпка преди България са Хърватия, Гърция и Румъния, където жизненият стандарт е съответно на 65%, 68% и 69% от средното за Съюза.

Цени и инфлация

Общият *Индекс на потребителските цени* в България през 2019, спрямо предходната година е 3.1.

В потребителските групи „Ресторанти и хотели“ и „Обществено хранене“, които имат отношение към туристическия сектор, индексът е съответно 5.3 и 5.1 пункта, т.е. инфлацията за тези групи продукти и услуги е над средната за икономиката като цяло.

Измерената годишна инфлация през декември е най-високата от 2013 г., когато през януари статистиката засече 4.4% увеличение на потребителските цени. Сега основен принос имат храните, където най-висок ръст има при месата - 16.3% и плодовете - 11.3%. При услугите продължават да се увеличават цените на тези, свързани с туризъм и ресторанти.

Средногодишните стойности на индекса на потребителските цени по групи показват, че през миналата година с най-голям ръст са храните (5.1%) и цените в заведенията и ресторанти (също 5.1%).

Нехранителните стоки се увеличават средногодишно с едва 0.8%, но пък статистиката отчита по-значителна инфлация при услугите - 3.4%. Тук най-голямо повишение се регистрира при цени на топлоенергия и водата. По-високи стойности са отчетени и при застраховките, свързани с транспорта и услугите за краткосрочно настаняване (хотели и къщи за гости).

Инвестиционен климат и активност

По данни на НСИ²¹ за 2019 г. чуждестранните преки инвестиции в нефинансовите предприятия възлизат на 25 341 512.8 хил. евро. Най-голям обем нетни преки инвестиции е регистриран от Холандия, Германия и Великобритания.

Южна България и оформилите се няколко големи икономически зони около София, Пловдив, Хасково и Димитровград продължават да привличат огромна част от чуждите инвестиции. С изключение на някои мащабни инвестиции в областта на автомобилната

²⁰ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/HBS2020q3_N7U2G7N.pdf

²¹ <https://www.nsi.bg/bg/content/14772/%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%BE-%D0%B7%D0%B0-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0>

индустрия във Враца (Теклас и МД Електроник), Ловеч (ВОСС Аутомотив) и Плевен (Леони), в останалите райони на Северна България инвестициите са все още недостатъчни.

Предварителните данни на БНБ²² за нетния поток на преките инвестиции в страната за периода януари-ноември 2020 г., отчетени съгласно принципа на първоначалната посока на инвестицията, е положителен в размер на 843.9 млн. евро (1.4% от БВП), като намалява с 381.1 млн. евро (31.1%) спрямо този за 01-11.2019 г. През ноември 2020 г. потокът е положителен и възлиза на 122 млн. евро, при положителен поток от 103.7 млн. евро за ноември 2019 г.

По данни на НСИ²³, чуждестранните преки инвестиции в нефинансовите предприятия към 31.12.2019 г. в област Бургас и област Ямбол са:

Таблица: Преки чуждестранни инвестиции

Област	Преки чужд.инвестиции (хил.евро)
Бургас	2 137 119.4
Ямбол	41 188.9

Макар че попадат в рамките на Югоизточния район за планиране, разликата в стойностите на БВП, БВП на човек от населението, произведена продукция и преките чуждестранни инвестиции показва ясно дисбаланса в развитието на двете области.

Стратегическото географско положение на област Бургас с излаз на Черно море, бургаското пристанище с вносно-износния товаропоток са фактори, които привличат чужди капитали и ускоряват темпа на развитие на икономиката. Ниските показатели на област Ямбол се дължат в голяма степен на влошаващата се демографска структура и недостига на квалифицирана работна сила.

Данъчно облагане и данъчен режим

Данъчното облагане на приходите и печалбите на юридическите лица е уредено в Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Във връзка с членството на България в Европейския съюз от 01.01.2007 г., беше приет нов Закон за корпоративното подоходно

²² https://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/s_bop_press_a3_bg.pdf

²³

<https://www.nsi.bg/bg/content/1833/%D1%87%D1%83%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BE%D1%82-%D0%BD%D0%B5%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%8F-%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80-%D0%BA%D1%8A%D0%BC-3112-%D0%BF%D0%BE>

облагане, който отговори на нуждата от хармонизиране на българското данъчно законодателство с изискванията на Европейските директиви в областта на прякото данъчно облагане.

Освен корпоративния данък, с който се облагат печалбите на юридическите лица, ЗКПО урежда и други видове данъци, като: алтернативен на корпоративния данък, който се налага върху дейността на организаторите на хазартни игри; върху дохода на бюджетни предприятия от търговски сделки, както и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество; дейностите по опериране на кораби; данъци върху корпоративните разходи; данък, удържан върху доходите на местни и чуждестранни юридически лица от източник в Република България.

Данъчно задължени са местните юридически лица; чуждестранните юридически лица, които осъществяват икономическа дейност в Република България чрез място на стопанска дейност, извършват разпореждане с имущество на такова място на стопанска дейност или получават доходи от източник в Република България; едноличните търговци - за данъците, удържани при източника и в случаите, определени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица (когато осъществяват дейности, облагаеми с алтернативен на корпоративния данък); физическите лица - търговци по смисъла на чл. 1, ал. 3 от Търговския закон - за случаите, определени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица (лицата, които са създали бизнес, който съобразно целите и обхвата си изисква дейностите да бъдат извършвани по търговски начин): в случаите, посочени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица; работодателите и възложителите по договори за управление и контрол - за данъка върху социалните разходи (допълнителните служебни облаги).

Данъчната ставка на корпоративния данък в България е 10 на сто.

Равнище на заетост и безработица (НСИ: публикувани данни към 01.2021 г.)

През **третото тримесечие на 2020 г. общият брой на заетите лица** на възраст 15 и повече навършени години е 3 173.2 хил., от които 1 703.0 хил. мъже и 1 470.2 хил. жени. В сравнение с третото тримесечие на 2019 г. броят на заетите лица намалява с 3.8%. Относителният дял на заетите лица от населението на възраст 15 и повече навършени години е 53.5%.

През **третото тримесечие на 2020 г. коефициентът на безработица** е 4.8%, или с 1.1 п.п. по-висок в сравнение с третото тримесечие на 2019 година. Ръстът в безработицата между третото тримесечие на 2019 г. и третото тримесечие на 2020 г. се дължи на увеличаване брой на безработните с продължителност на безработицата до една година. През посочения период той се увеличава с 41.6 хил. и достига 88.6 хил. - повече от половината от общия брой на безработните лица.

През **декември 2020 г.**, според административната статистика на Агенцията по заетостта, регистрираната безработица в страната е 6.7% - най-ниската регистрирана стойност след края на извънредното положение на 13 май 2020 г. Спрямо месец ноември същата година няма промяна в стойността на показателя, а спрямо декември 2019 г. се наблюдава ръст от 0,8 п.п.

----- www.eufunds.bg -----

Броят на безработните лица в края на годината е около 226 хиляди души. Регистрираните безработни в бюрата по труда според данните на Агенцията по заетостта са били 220 292, което е с 1 452 повече от ноември. На годишна база увеличението е с 25 577 души.

Предварителните данни на НСИ²⁴ показват, че в периода 3.02.2020 - 7.02.2021 г. новорегистрираните безработни в област Бургас са близо 28 000, а в област Ямбол - около 8000. Постъпилите на работа за същия период в област Бургас обаче, са също в пъти повече в сравнение с област Ямбол.

Антикризисните мерки за краткосрочна подкрепа на заетостта, популярни като трети дизайн на 60/40 или ПМС 151/2020 г., изменено и допълнено с ПМС 278/2020 г., и 80/20 по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси”, са осигурили запазването на заетостта на повече от 300 хил. заети лица от май до края на декември. Икономическите дейности, в които се наблюдава най-голямо намаление в броя на заетите са „Хотелиерство и ресторантьорство“ (с 68.2 хил.), „Преработваща промишленост“ (с 29 хил.) и „Строителство“ (с 27 хил.).

В таблицата по-долу са представени коефициентите на заетост и безработица от Регионалната статистика на НСИ.

ТАБЛИЦА: КОЕФИЦИЕНТИ НА ЗАЕТОСТ И БЕЗРАБОТИЦА НА НАСЕЛЕНИЕТО НА 15 - 64 Г. ПРЕЗ 2019 ГОД.²⁵

Област	Коефициент на заетост 15 – 64 г. (%)	Коефициент на безработица 15-64 г. (%)
Бургас	69.4	3.6
Ямбол	63.1	9.0

Икономическо състояние на областите

На база на индикаторите за състоянието на икономическата и социална среда в 28-те области в страната, разработени от Института за пазарна икономика, икономическото развитие на област Бургас през 2019 г. е оценено като добро, а на област Ямбол - като незадоволително.²⁶

Социално-икономическото състояние на двете области 019 г. е анализирано в изданието на ИПИ „Регионални профили: показатели за развитие“²⁷ и представено накратко по-долу:

Област Бургас

Брутният вътрешен продукт на човек от населението, както и заплатите в област Бургас продължават да нарастват и през 2018 г., но с по-ниски темпове от останалите области и

²⁴ <https://www.nsi.bg/node/18150>

²⁵ <https://www.nsi.bg/bg/content/14772/%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%BE-%D0%B7%D0%B0-%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D1%82%D0%B0>

²⁶ <https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Regional-profiles-2020-BG.pdf>

²⁷ Пак там

остават малко под средните нива в страната. Развитието на пазара на труда в областта през 2019 г. е сравнително добро.

Бургас продължава да е сред областите с висока инвестиционна и бизнес активност. Относителният брой на предприятията нараства незначително, като остава по-висок от средния за страната. Външните инвестиции продължават да нарастват, докато при местните се наблюдава застой. Развитието на електронното правителство в областта се оценява сравнително високо и през 2020 г. По-ниска остава оценката за прозрачността на органите на местното самоуправление. Качеството на пътищата в област Бургас продължава да се влошава. Нивото на местните данъци е по-високо.

На фона на общото за страната застаряване на населението представянето на областта е много добро. Голяма част от населението на областта живее в градовете. Средният успех на националното външно оценяване след VII клас в областта остава по-висок от средния за страната и през 2020 г., докато оценките на матурата по български език и литература са под средните. Броят на студентите в областта също остава сравнително нисък. Основна причина за неблагоприятната картина на здравеопазването в област Бургас е недостигът на лекари. Престъпленията в областта са сравнително много, разкриваемостта им – относително ниска, въпреки че показателите се подобряват. Въздухът в област Бургас е сравнително чист. Обемът на предадените за третиране и рециклиране битови отпадъци е голям. Посещенията на театрите и кината са на добри нива, докато музеите и библиотеките не се радват на особен интерес.

Област Ямбол

Ямбол остава сред областите с ниска степен на икономическо развитие. Брутният вътрешен продукт на човек от населението и равнището на заплатите остават значително по-ниски от средните за страната, но бързо се подобряват през 2018 г. Безработицата остава над двойно по-висока от средната, а заетостта се свива. Ниската икономическа активност неизбежно води и до много високи нива на бедност и материални лишения. Привлечените чуждестранни инвестиции остават много ниски, но за сметка на това областта се справя относително добре в усвояването на средства от европейските фондове. Областта е с добре развита пътна мрежа, но почти липсва железопътна. Въпреки някои увеличения през 2020 г. Ямбол остава с ниски местни данъци, а оценките на административния капацитет в общините също се подобряват. Областта е с подчертано негативни и влошаващи се демографски показатели и ускорено застаряване.

Въпреки постепенно подобряващите се резултати на зрелостните изпити училищното образование продължава да среща проблеми със задържането на учениците. Област Ямбол се отличава с най-трудния достъп до лекари специалисти и притеснително висока детска смъртност. Благодарение на ниската натовареност съдебната система е относително ефективна, а престъпността е с тенденция към спад. Жителите на областта генерират относително малко отпадъци, но проблемите с достъпа до пречиствателни станции за отпадъчни води остават големи. Театрите са най-популярната форма на културен живот.

ЗАПЛАХИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ,	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
---------------------------------------	------------------	------------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Бъдещи трусове в глобалната финансова система • Забавяне на икономическия растеж в Европа и страната • Увеличаване на безработицата • Задълбочаване на икономическите различия между районите и областите • Понижаване на жизнения стандарт и благосъстоянието на населението в страната • Повишаване цените на горивата и електроенергията (вследствие на петролна или газова криза) • Невъзможност за осигуряване на работна сила с необходимите характеристики 	<ul style="list-style-type: none"> • Запазване на икономическата и финансовата стабилност • Ускоряване на икономическия растеж и догонващото развитие в страната • Намаляване на различията между регионите и областите • Повишаване благосъстоянието и стандарта на живот • Стабилизиране цените на горивата и електроенергията • Поддържане на оптимален темп на инфлацията и курса на националната валута • Приключване на процеса на приемане на еврото като официална валута за страната
---	--

Социално-културни

Демографски промени

Демографската ситуация в България през 2019 г. се характеризира с продължаване на процеса на намаляване и застаряване на населението; задълбочаване на дисбаланса в териториалното разпределение на населението; намаляване на броя на живородените деца и коефициента на обща раждаемост; намаляване на броя на умрелите лица, но нарастване на коефициента на обща смъртност; намаляване на детската смъртност; увеличаване на броя на сключените граждански бракове и броя на бракоразводите; увеличаване на очакваната средна продължителност на живота.²⁸

Към 31 декември 2019 г. населението на България е 6 951 482, което представлява 1.4% от населението на Европейския съюз. В сравнение с 2018 г. населението на страната намалява с 48 557 души. Прогнозната стойност за 2030 г. е за около 6,5 милиона жители.

Коефициентът на *естествен прираст* на 1000 души в края на 2019 г. е -6,5, а коефициентът на *смъртност* – около 15 на хиляда средно за страната. Вследствие на повишената смъртност от COVID епидемията, в края на 2020 г. коефициентът на смъртност средно за страната надвишава 18 и предполага показателите в долната таблица да бъдат още по-негативни.

Демографската картина в област Бургас и област Ямбол е показана в таблицата по-долу:

Таблица: КОЕФИЦИЕНТИ НА ЕСТЕСТВЕН ПРИРАСТ И СМЪРТНОСТ НА 1000 ДУШИ ОТ НАСЕЛЕНИЕТО ПРЕЗ 2019 Г.²⁹

²⁸ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Population2019_XE8MEZL.pdf

²⁹

<https://www.nsi.bg/bg/content/2989/%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82-%D0%BD%D0%B0-1-000-%D0%B4%D1%83%D1%88%D0%B8-%D0%BE%D1%82->

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Област	Коефициент на естествен прираст на 1000 души от населението	Коефициент на смъртност на 1000 души от населението	Прогноза за населението през 2030, спрямо 2020 г. ³⁰	
			2020 г.	2030 г.
Бургас	-4.7	13.9	408 054	391 217
Ямбол	-8.7	18.0	117 255	106 269

По важния за икономическото развитие показател „*Относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години с висше образование (%)*”³¹, делът на лицата с висше образование в Бургас е с почти 3 п.п. по-голям от този в Ямбол (22.5%:19.8%).

Свободно време

Последните данни на НСИ за свободното време са от изследването на бюджета на времето на населението, част от програмата за Преброяване на населението и жилищния фонд в България през 2011 г.³²

Изследването показва, че едно анкетирано лице разполага със средно 4 ч. 25 мин. свободно време; че най-много свободно време имат лицата на възраст 10 - 19 г. (близо 6 часа) и тези на 65 и повече години (5 часа и 15 минути), а най-малко - лицата на възраст 20 - 49 г. (3 часа и 45 минути). Почти всеки (98 % от анкетираните) отделя време за дейности като гледане на телевизия, четене на книги, разходки, туризъм, спорт, игри, занимания с компютри и други.

Бързо се променя и стилът на живот на младите, който е определящ за потреблението на туристически услуги от страна на местните туристи през следващите десетилетия.

<https://www.nsi.bg/bg/content/2996/%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D0%B8-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%B8>

30

<https://www.nsi.bg/bg/content/2996/%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%B8>

31

<https://www.nsi.bg/bg/content/11427/%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B0-%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B0>

32

https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/TUS2009_2010.pdf

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Интересни са и данните от Годишния доклад за младежта, 2018 г., както и от проучването „Българската младеж“ 2018/2019 на Фондация Фридрих Еберт³³, според които 86% от българските младежи предпочитат в свободното си време да излизат с приятели по кафенета и барове. Всеки шести се разтоварва с гледане на телевизия и слушане на музика; 44% играят на телефона или компютъра; всеки трети сърфира в мрежата.

Сред заниманията в свободното време на българските младежи преобладават пасивните дейности със значимо присъствие на „нищо-правенето“, общуването със семейство и приятели.

Почиват („релаксират, разпускат“) всички младежи. „Простото почиване“ е избрано като дейност в свободното време от 96% от българските младежи. Излизат на заведения (барове, кафенета, клубове) отново всички младежи (96%). С медитация, практикуване на йога или нещо подобно се занимават 11% от младежите, като това е по-разпространено при етническите българи, висшистите, богатите и столичани.

Спортът е също рядко занимание в свободното време на младежите. Гледането на филми всеки ден силно нараства като практика при безработните и достига две трети. Творческите занимания (писане, рисуване, свирене на музикален инструмент) присъстват с различна честота в свободното време на малко над една трета от българските младежи. Видеоигрите са популярно занимание в свободното време на българските младежи, при това повече „мъжко“ занимание, отколкото женско.

Четенето на книги е рядко занимание за съвременния млад човек -46% от младежите не четат изобщо. Едва 16% прочитат повече от 6 книги на година, а 22% - между 3 и 5 книги. Най-малко четат младежите с основно и по-ниско образование и безработните.

Сърфирането в интернет е сред най-разпространените дейности, но целите, заради които се влиза в мрежата, са различни. Ако масово младите използват интернет за общуване с приятели, то е интересно да знаем какъв е броят на приятелите онлайн и с колко от тях младежите общуват и извън мрежата.

Дейности, които изискват активност или са свързани с личностно развитие, самоусъвършенстване и развитие на умения не се практикуват често. 31% не се интересуват или не търсят информация за културни и спортни мероприятия.

Един от трима от младите българи се занимава активно със спорт, като мъжете спортуват повече от жените. 56% смятат, че в България има добри условия за спорт, 35% не споделят това мнение. Младите хора от София и областните градове спортуват най-често във фитнес залите, а тези от малките населени места и селата - навън или въкъщи. С нарастване на възрастта делът на неспортуващите се увеличава значително.

Въпреки многото общи черти, мъжкият и женският стил на развлечения се различават съществено в полза на традиционните очаквания за половите роли. Младите жени прекарват повече време със семейството си и макар често да излизат с приятели и да посещават барове и ресторанти, правят това по-рядко от младите мъже. Обичат да пазаруват значително по-често от младите мъже. Четат повече и по-малко спортуват.

³³ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15287.pdf>

Предпочитат творчески занимания (писане, рисуване, свирене на музикален инструмент); повече гледат филми и телевизия.

Младите мъже, макар и редовно да общуват със семейството си, по-често излизат с приятели, ходят на ресторант. По-малко четат, повече спортуват и още по-често играят видеоигри. Прекарват малко повече време, сърфирайки в интернет, като по-често от жените играят на игри.

Съществуват и специфики в ползването на свободното време от младежите в малките и по-големите населени места. Стилът на младите хора от село се отличава с по-често излизане с приятели, посещаване на заведения, включително и на младежки клубове, а когато са вкъщи, повече гледат филми и телевизия и по-малко четат книги и вестници.

Младите хора от големите градове и столицата формират стил на поведение в свободното време, който е свързан с по-малко пасивни дейности като гледане на филми и телевизия и повече творчески занимания и духовни търсения като медитиране и четене на книги за личностно развитие. Те спортуват, колкото и младежите от по-малките населени места, но по-често пътуват в чужбина.

Българските младежи почти не водят културен живот: 62% не се интересуват от каквото и да било изкуство; едва 16% ходят на театър или кино, като в тази група преобладава дялът на младите столичани; 23% посещават галерии и музеи.

Никога не са пътували в чужбина 63% от българските младежи, но този дял пада наполовина в групата на 25-29-годишните. Само 48% от висшистите не пътуват в чужбина изобщо, докато това е характерно за 75% от младежите с основно и по-ниско образование.

Потребление на социални мрежи и приложения за комуникация

Повече светлина върху стила на живот на младите хора в България хвърля и проведеното в средата на 2020 г. изследване от ЕСТАТ по поръчка на UNICEF България на тема „Медийното поведение и „инфлуенсърите“ на децата и младите хора в България“³⁴

Данните са ключови от гледна точка на това, че моделите на децата и младежите към момента са определящи за техните предпочитания и стил на живот през следващите десетилетия, когато те, като зрели хора ще бъдат гръбнакът на социално-икономическото развитие на страната.

77% от всички участници сърфират в социалните мрежи всекидневно, 44% от тези потребители правят това между 2 и 3 часа на ден. Значителен е дялът и на по-ревностните любители на социалните мрежи – над четвърт от всекидневните потребители прекарват там над 3 часа на ден.

³⁴ <https://www.unicef.org/bulgaria/media/8821/file>

Всекидневното потребление е много по-характерно за възрастовите групи 15-19 г. и 20-24 г., отколкото за по-малките участници на 10-14 г. Не се забелязват значими полово и географски детерминирани различия.

Интензивното потребление на социалните мрежи е един от най-ярките белези на сегмента от „дигитални ентузиасты“, сред които 87% всекидневно са в социалните мрежи, на фона на 61% от групата на „дигиталните скептици“. Три четвърти от участниците в изследването всекидневно ползват приложения за комуникация с цел чат, говорене и обмен на информация. Една четвърт от тях отделят между 2 и 3 часа на ден, а една пета посвещават на комуникационните приложения повече от 3 часа дневно.

Потребление на телевизия

Въпреки общата тенденция на свиване на интереса към традиционните медийни канали за сметка на онлайн съдържанието, 69% гледат телевизия всекидневно, следвани от 17%, които отделят време на телевизионния екран два-три пъти в седмицата. От всекидневните зрители, 44% отделят между 2-3 часа, а 23% - над 3 часа.

Потребление на Интернет сайтове и видеоплатформи

Всекидневното посещение на Интернет сайтове, различни от социалните мрежи и търсачките, е характерно за 40% от анкетираните, като най-голяма част от тях (73%) отделят между половин и един час. Шестима от всеки десетима анкетирани всекидневно гледат видеа в различни онлайн платформи, а над една пета правят това поне 2-3 пъти в седмицата. Всеки пети прекарва над 3 часа във видеоплатформите, а една четвърт от тях – между 2 и 3 часа.

Потребление на онлайн новинарски източници

Новинарското съдържание в Мрежата генерира ниски нива на потребление – едва 15% от всички анкетирани имат досег с такова съдържание всекидневно, а други 14% – поне 2-3 пъти в седмицата. 38% не четат или гледат новини онлайн. Забелязват се и междувъзрастови различия – 20% от тези на 10-14 г. взаимодействат с онлайн новинарско съдържание всеки ден или 2-3 пъти седмично, при групата на 15-19г. този дял възлиза на 30%, а при 20-24-годишните – на 40%. Не четат или гледат новини онлайн респективно 56%, 32% и 24% от трите възрастови групи.

Четене на вестници и списания

Четенето на вестници и списания е от слабо значение за участниците – 56% не четат вестници и списания въобще, докато всеки ден, поне веднъж в седмицата или по-често – едва 16% от всички анкетирани. Съотнесена към средните стойности за цялата извадка, липсата на интерес към вестниците и списанията е по-осезаема сред момчетата/мъжете, сред участниците от селата, сред 10-14-годишните и най-вече сред трите уязвими групи.

Бедност

Средният годишен общ доход на лице от домакинство през 2019 г. е 6 592 лв, което означава, че спрямо 2018 г. той е нараснал с 9.6%. През същата година българските

домакинства са изразходвали 6 214 лв. средно на лице, което е със 7.7 % повече в сравнение с 2018 година.³⁵

През третото тримесечие на 2020 г. общият доход средно на лице от домакинство г. е 1 754 лв. и спрямо същия период на 2019 г. се повишава с 2.2%.

Проучване на Агенция за маркетингови проучвания "Кантар"³⁶, поръчано от Европейския парламент показва, че над половината българи са били засегнати финансово от икономическите последици на кризата с коронавируса. Според проучването 53% от българите са с намалени доходи заради кризата, а 26% декларират, че макар доходите им да не са били засегнати досега, тепърва да усетят този ефект на кризата. С това България се нарежда в топ 5 на най-тежко засегнатите по този показател държави в Европейския съюз. Средно в ЕС 39% от анкетираните граждани посочват, че са усетили намаляване на доходите си заради глобалната пандемия.

Таблицата³⁷ по-долу илюстрира стойността на индикаторите за бедност и социално включване за 2018 г. за 2-те области, чиито общини влизат в състава на Бургаски Черноморски туристически район.

ТАБЛИЦА: СТОЙНОСТ НА ИНДИКАТОРИТЕ ЗА БЕДНОСТ И СОЦИАЛНО ИЗКЛЮЧВАНЕ

Област	Линия на бедност 1 лице 2018 г.	Относителен дял на бедните спрямо линията на бедност за областта
Бургас	4980 лв.	20.1%
Ямбол	4232 лв.	27.4%

През 2019 г. 1 586 200 души в България са се намирали под прага на бедността, възлизащ на 413.04 лв. месечно. С доходи до този размер у нас са били 22.6% от населението, или близо всеки четвърти български гражданин. Спрямо предходната 2018 г. година броят на хората, които попадат под прага на бедността, се е увеличил с около 35 000 души.

³⁵ <https://www.nsi.bg/bg/content/3218/%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0>

³⁶ <https://dnes.dir.bg/ikonomika/evropeyski-prouchvane-dohodite-na-povecheto-balgari-sa-zasegnati-ot-covid-krizata>

³⁷ <https://www.nsi.bg/bg/content/8262/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%B1%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82-%D0%B8-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%BE-%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8>

Таблицата по-долу обобщава индикатори от категорията *Доходи и стандарт на живот* за двете области с общини в Бургаски Черноморски туристически район:

ТАБЛИЦА: ИНДИКАТОРИ ОТ КАТЕГОРИЯТА ДОХОДИ И УСЛОВИЯ НА ЖИВОТ³⁸

Област	Средногодишен доход на лице от домакинството в лв., 2019 г.	Средна годишна брутна заплата на наетите в лв., 2019 г.	Дял на населението, живеещо с материални лишения в % 2019 г.	Дял на населението, живеещо под линията на бедност в % 2019 г.
Бургас	5169	11 225	22.7	20.0
Ямбол	5638	10815	39.6	33.2

Модели на потребление

Докладът на Европейския парламент за изграждане на по-устойчив единен пазар посочва, че ако през 2019 г. всички хора са потребявали толкова, колкото европейците, щяха да бъдат нужни ресурсите на 2,8 планети като Земята.

Потреблението в Европа (храна и напитки, жилищно настаняване, мобилност и туризъм) води до увеличаващ се натиск и въздействия върху околната среда по целия свят, поради нарастващата световна търговия. Постигането на значително отслабване на тези ефекти изисква промяна в частните и обществени модели на потребление, което да допълни ползите от подобрената технология и производствени процеси.

В периода 1990-2010 г. разходите за потребление в ЕС-27 нарастват с 33%. За същия период страните от Западните Балкани и Турция регистрират още по-рязко нарастване от съответно 120% и 63%. Домакинствата харчат между два и шест пъти повече от общественения сектор. Отрицателните екологични последици от консумираните в Европа стоки са от глобално естество – извличането на ресурси, производството, обработката и превозът засягат други региони.

Навиците на хранене и пиене оказват значителен натиск върху околната среда: взимаме пряко участие в този процес като пътуваме до магазина, съхраняваме, готвим и произвеждаме отпадъци; и непряко – и дори още по-важно – чрез производството, обработката и превоза на храна. Купуват се все повече електроуреди (като телевизори, компютри, лаптопи, мобилни телефони и домакински уреди) и освен това се заменят често с нови отпреди.

³⁸ <https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Regional-profiles-2020-BG.pdf>

Увеличава се и пътуването с автомобил и самолет, което повишава енергийното потребление и емисиите на парникови газове; големият автомобилен трафик има основен принос за замърсяването на въздуха и проблемите с шума в градовете.

Туризмът расте бързо, а пътуването от и до определени дестинации най-често се осъществява с кола или самолет. В туристическите дестинации потреблението на вода и енергия, използването на земя и генерирането на отпадъци/отпадъчни води често оказват значителен ефект върху околната среда.

Европейската политика отскоро се заема с предизвикателството, което представляват неустойчивите модели на потребление. Европейски инициативи като интегрирана продуктова политика и Директивата за екодизайн имат за цел да намалят въздействието на продуктите върху околната среда, включително потреблението на енергия по време на целия им жизнен цикъл. Освен това политиките на ЕС насърчават отворените за иновации пазари с помощта на Инициативата за водещи пазари на ЕС. Планът за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишлена политика на Европейската комисия от 2008 г., който предстои да бъде преразгледан през 2012 г., подкрепя подходите, основани на жизнения цикъл, затвърдява зелените обществени поръчки и предприема действия за промяна на потребителското поведение. Настоящите политики обаче често се основават на доброволни инструменти, които не разглеждат достатъчно задълбочено причините за неустойчивото потребление; вместо това, те се съсредоточават върху намаляване на въздействията.

Европейската комисия приема „Пътна карта за ефективно използване на ресурсите в Европа“ през септември 2011 г. Тя има за цел да изготви обща методика за оценяване, илюстриране и въвеждане на индикатори за екологично представяне на продукти, услуги, компании и за постигане на по-голямо разбиране на потребителското поведение.

Антропогенна среда и ресурси

С понятието антропогенни туристически ресурси се означават обекти и събития с неприроден характер, които представляват непосредствена цел за пътувания. За разлика от природните, антропогенните ресурси имат главно познавателен, а по-рядко рекреативен ефект. За тяхното въздействие не е характерна сезонност. Свързват се с такива видове действия като маршруто познавателен, конгресен туризъм, пътуване заради развлечение, спортни събития и други.

В България от 100-те туристически обекта, 83 са с антропогенен произход. Като изкуствено създадени обекти, антропогенните ресурси на туризма се характеризират с някои особености, твърде различни от тези на природните ресурси.

Опознаването на антропогенните обекти като правило не изисква голям разход на време. По време на едно пътуване може да се покажат много антропогенни обекти. Поради това използването на антропогенните забележителности е в тясна връзка с развитието на маршрутно-познавателния туризъм.

Туристите, привлечени към антропогенните ресурси се характеризират с по-широки интереси, по-висока култура и сложна диференциация на предпочитанията.

За разлика от природните ресурси, където съществуват редица начини за количествена оценка, при антропогенните може да се правят качествени критерии. Търсенето на антропогенните ресурси се влияе от такива фактори като възраст, интелект, професия, национален състав, миоглед, запаси от познания, степен на образованост и други.

Антропогенните туристически ресурси са характерни за селищната среда. Те са съсредоточени предимно в големите градове. За тях е характерна пунктовата локализация, докато при природните ресурси - ареалната.

Особено ценно качество на антропогенните туристически ресурси е, че те не се влияят от метеорологичните и другите природни условия. Това дава възможност тези ресурси да се използват извън основния сезон, обусловен от природните дадености. По този начин се смекчава сезонността на туристическите пътувания.

За разлика от природните, антропогенните ресурси нямат възстановителна способност. Затова нанесените щети трябва да се отстраняват чрез инженерно-технически и възстановителни мероприятия. От друга страна обектите от този вид не се променят с времето при изменение на околната среда. Повечето антропогенни обекти за туризма се отъждествяват с недвижими обекти, но все пак при антропогенните ресурси има известна еластичност, като например част от историческите паметници се пренасят и концентрират в музеи и изложби извън мястото на локализация.

Важно е да се отбележи, че в страната ни има изградено самосъзнание не само за наличието на огромно културно наследство, но и необходимостта от неговото съхранение и предаване за бъдещи поколения. България е сред първите европейски страни, които създават законова рамка за дейността по опазване на културното наследство (няколко години след Освобождението).

Основна роля за опазването на културно-историческото наследство на национално ниво има Министерството на културата и неговите подразделения управляващи политиката в музейното дело, галериите, художествената, етнографската и фолклорна дейност както и опазването на паметниците на културата. Тук спадат Националният Институт за Паметниците на културата (НИПК), Националните районни музеи и галерии, националните театри, театрите в страната, оперите и другите национални културни институции.

На общинско и областно ниво пряко отношение имат Националното сдружение на общините, общинските съвети и консултативните съвети по туризъм към общините, отделите по култура и културните институции в района, градовете и селищата, областните и районни музеи галерии, театри, библиотеки и други. Именно към общинските съвети е и мястото на НПО и браншови организации в туризма.

Здравеопазване

По данни на НСИ³⁹ към 31.12.2019 г. в България функционират 341 лечебни заведения за болнична помощ с 53997 легла. Общият брой лекари в страната е 29 612, като на 10000

³⁹ <https://www.nsi.bg/bg/content/3310/%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8->

души се падат по 42.6 лекари. Разпределението на болниците, леглата и лекарите в област Бургас и Ямбол е следното:

Таблица: Основни показатели в здравеопазването, 31.12.2019 г./ Регионална статистика НСИ⁴⁰

Област	Болнични заведения към 31.12.2019	Легла в болничните заведения към 31.12.2019 г.	Лекари в лечебните и здравните заведения към 31.12.2019 г. на 10 000 души от населението (брой)
Бургас	19	2190	33.3
Ямбол	4	452	28.1

Министерството на здравеопазването отговаря за регулирането и координирането на здравната система, както и за лицензирането на разгърнатата мрежа от доставчици на здравни услуги, включително болници. В рамките на социалното здравно осигуряване Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) и нейните регионални поделения са единствените купувачи на здравни услуги.

През юли 2019 г. Министерството на здравеопазването предложи реформа на социалното здравно осигуряване, за да се даде възможност на частни здравноосигурителни фондове да се конкурират с НЗОК при предлагането на обществения пакет от здравни дейности, но тази промяна все още е в ранен етап на обсъждане.

Разходите за здравеопазване са се увеличили значително - бюджетът на НЗОК за 2019 г. е с 24 % по-голям, отколкото за 2017 г. Като дял от БВП, през 2017 г. България е изразходила 8,1 % за здравеопазване, което е под средната стойност за ЕС от 9,8 %, но надвишава равнището на съседните държави., но тяхното равнище продължава да е сред най-ниските в ЕС. През 2017 г. България е изразходвала 1311 евро на глава от населението (коригирани с разликите в покупателната способност) за здравеопазване, което е четвъртото най-ниско равнище в ЕС.

Лицата и работодателите внасят вноските за социално здравно осигуряване, а държавата покрива вноските за децата, пенсионерите, бедните и други чрез данъчни приходи. Директните плащания (ДП) от пациентите са 46,6 % от разходите за здравеопазване през 2017 г., което е най-високият дял в ЕС.

Макар в законодателството в областта на социалното здравно осигуряване да се посочва, че следва да има всеобщо здравно осигуряване, значителен дял от населението е

[%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-3112](#)

⁴⁰ <https://www.nsi.bg/bg/content/3312/%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-3112-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8>

неосигурено. През 2017 г. напр. 719 000 души (10,2% от населението) са здравно неосигурени (МФ, 2018 г.), въпреки че според НЗОК делът на гражданите, които не са обхванати от социалното здравно осигуряване, вероятно е около 14 % (при отчитане на онези, които живеят в чужбина постоянно; Изпълнителна агенция „Медицински одит“ (ИАМО), 2017 г.).

Заедно с високите равнища на директни плащания от пациентите, големият брой неосигурени лица създава сериозни проблеми с достъпа до здравни услуги (Съвет на Европейския съюз).

През 2017 г. на лекарствените продукти и медицинските изделия, заедно с болничната помощ, се падат три четвърти от текущите разходи на България за здравеопазване. Измерени като дял от общите разходи, разходите на България за лекарствени продукти са най-високите в ЕС (над 40 %), въпреки че в абсолютно изражение (567 евро на човек) са едва малко по-високи от средните за ЕС (522 евро). На болничната помощ се падат 34% от разходите за здравеопазване, което отразява значението на болничния сектор в България.

От 2010 г. насам разходите за амбулаторна (или извънболнична) помощ са се увеличили значително, но през 2017 г. са възлизали едва на 234 евро на глава от населението. В абсолютно изражение България изразходва приблизително 34 евро на човек за здравна профилактика, в сравнение със средната стойност за ЕС от 89 евро — което се равнява на 2,6% от разходите за здравеопазване.

Благосъстояние

И през 2019 г. благосъстоянието на българите остава най-ниското в целия ЕС, показва статистиката на Евростат. Данните показват, че през миналата година фактическото индивидуално потребление, измерено чрез стандарта за покупателната способност, е едва 58% от средното за Европейския съюз.

Образование, развитие на знание и компетенции

Данните на НСИ за образованието показват, че през 2019/2020 г. в детски градини са записани 217.9 хил. деца - с 0.4% по-малко от 2018/2019 г. Детските градини са 1 840 с 217.9 хил. деца (те намаляват с 0.4% за година). 112.6 хил. (51.7%) са момчета. Обхватът на децата, изчислен чрез груповия нетен коефициент на записване за учебната 2019/2020 г., е 78.7%. Увеличава се за 1 г. с 0.3 процентни пункта.

Към 1.10.2019 г. учебни занятия се водят в 1 963 общообразователни училища, от които 133 начални, 1 162 основни, 70 обединени, 114 гимназии и 484 средни училища. В сравнение с предходната година общообразователните училища се увеличават с 8. Учениците, записани в общообразователни училища, са 572.5 хил. 21 са училищата по изкуствата, 25 са спортните училища, 358 - професионалните гимназии, 23 - професионалните колежа с прием след средно образование. Общо в тях учат 135.1 хиляди.

Средното си образование са завършили 47.4 хил. души (25.8 хил. от тях са учили в общообразователни, 21.6 хил. - в професионални гимназии). Учещите висше образование са 220.2 хил., а докторантите - 6 440.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

15.8 хил. ученици са напуснали общообразователните училища в България през учебната 2019/2020 година. Причината за 44.4%, или 7.0 хил., от тях е, че са заминали за чужбина. Останалите са отпаднали по семейни причини (40.7% или 6.4 хил.) и поради нежелание да учат (1,6 хил. или 10.2%).

Учителите (вкл. директорите и заместник-директорите с преподавателска заетост) през 2019/2020 г. са 53.1 хил., 85.6% са жени. Най-голяма е групата на учителите в предпензионна възраст, най-малка - на младите между 25 и 29 години.

През учебната 2019/2020 г. студентите в България са 226.6 хил. - с 2.9 хил. (1.2%) по-малко от предходната учебна година. През 2019 г. са се дипломирали 48.3 хил. души - 25.8 хил. бакалаври и 22.5 хил. магистри. Най-много - 13 595 са завършили специалност от областта „Бизнес и администрация“. Следват „Науки за обществото и човешкото поведение“ (5 715 души) и „Образование“ (5 063 души).

В Таблицата по-долу са обобщени данни за образованието за уч. 2019/2020 г. за област Бургас и Ямбол.⁴¹

Таблица: Брой училища по области и коефициент на записване на децата и учениците

Област	Училища начален, прогимназиален и гимназиален етап - брой	Записани учащи във всички видове училища начален, прогимназиален и гимназиален етап - брой	Групов нетен коефициент на записване на децата в детските градини 2019/2020 г. в %
Бургас	137	45259	80.0
Ямбол	43	13266	75.0

Промени в стила и начина на живот

Въпреки липсата на актуални данни за промените в стила на живот на българите, редица социологически проучвания регистрират някои тенденции, които могат да повлияят на развитието на туризма - както в национален, така и в регионален план.

Увеличава се използването на приложения за мобилна комуникация. По данни на НСИ за периода 2014 – 2019 г. делът от населението, ползващ смартфон се увеличава от 23 на 63 на сто.

Експоненциално нараства делът на ползването на онлайн резервационни системи и приложения. Пътуването с автомобил става все по-достъпно за българина. По данни на Евростат броят автомобили на 1000 български граждани вече надхвърля 400.

Значително се подобрява качеството на транспортната инфраструктура. Увеличава се броят на местата за настаняване, като в същото време се повишава и тяхното качество. От

41

<https://www.nsi.bg/bg/content/797/%3F-%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

потребителска гледна точка се увеличават възможностите за избор според категорията и цената им.

Повишават се изискванията на потребителите към качеството на туристическия продукт. Все повече се търсят допълнителни услуги и атракции, различни от нощувка и хранене. Българинът започва да пътува с цел туризъм все по-често и за по-кратко. Нарастват броят и делът на пътуванията извън активния летен туристически сезон.

ЗАПЛАХИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ, ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на отрицателния прираст на населението • Демографски диспропорции между районите и областите • Нарастване на дела на населението в извънтрудоспособна възраст • Нарастване на дела на маргиналните групи • Увеличаване на безработицата • Нарастване на дела от населението, живеещо под линията на бедност • Задълбочаване на диспропорциите между социалните групи и прослойките • Затвърждаване на консуматорския стил на потребление • Запазване на високия дял на деца и младежи, които не учат, не работят и не се обучават за професия • Неефективност на здравеопазването • Изхабяване и лошо поддържане на антропогенните ресурси 	<ul style="list-style-type: none"> • Социално развитие, догонващо средното за ЕС • Ефективни мерки за преодоляване на демографската криза • Увеличаване на продължителността на живота • Повишаване благосъстоянието на населението • Подобряване на профилактиката и извънболничната помощ • Намаляване на дела на лицата без здравно осигуряване • Ограничаване на отпадането от образователната система • Подобряване на професионалното образование и обучение, в това число и сектора на туризма • Социално-икономическо интегриране на малцинствените етнически общности • Формиране на стил на живот и потребителска култура, ориентиране към пестене на ресурси и опазване на околната среда

Технологични

Научни открития и иновации

По предварителни данни на НСИ⁴² през 2019 г. разходите за научноизследователска и развойна дейност (НИРД) са 1 002.1 млн. лв., а персоналът, зает с провеждането на научни изследвания и експериментални разработки, е 26 399 души (в еквивалент на пълна заетост), което е с 2,3% повече в сравнение с 2018 година.

⁴² https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/NIRD_2019_O2NGWYK.pdf

Интензивността на НИРД (измерена като процент на разходите за НИРД от БВП) през 2019 г. нараства на 0.84% при 0.76% през 2018 година.

Сектор „Предприятия“ е най-големият от четирите институционални сектора, в които се осъществява НИРД, с дял от 67.2% от общите разходи през 2019 година. Следва сектор „Държавно управление“, чиито научни институти и организации формират 24.9% от общите разходи за НИРД.

Данните от Регионалната статистика на НСИ за 2019 г.⁴³ показват, че област Бургас е инвестирала почти 5 пъти повече финансови ресурси в НИРД в сравнение с област Ямбол.

ТАБЛИЦА: РАЗХОДИ ЗА НАУЧНОИЗСЛЕДОВАТЕЛСКА И РАЗВОЙНА ДЕЙНОСТ (НИРД) - ХИЛ. ЛВ.

Област	Разходи за НИРД - хил.лв.
Бургас	11890
Ямбол	2471

Развитие на информационно-комуникационните технологии

Технологичните иновации са изключително динамичен фактор и влиянието им върху туристическия бизнес е съществено. В последните години все по-ясно изразени са тенденциите за значително нарастване на виртуалния туристически пазар; за директно онлайн предлагане на услуги; за все по-малко посредници и маржове; за използване на форуми, блогове и социални мрежи, преглед на страници на потребители (TripAdvisor) и специфични блогове за хотели и туристически агенции като неразделна част от процеса на планиране и подготовка на пътуванията.

Все повече туристически фирми и все по-често залагат на интерактивната комуникация с клиентите си, използвайки микс от разнообразни дигитални комуникационни канали.

За съжаление изследванията за начина, по който технологичните иновации влияят на българския туризъм са изключително оскъдни. Туристическите фирми у нас обаче изостават сериозно в създаването на мощни компютърни информационни системи за предлагане на основни и допълнителни услуги. Повечето фирми в бранша използват ограничено количество информационни технологии. Само 12% от хотелите в страната имат внедрени пълни резервационни системи с разнообразна функционалност и богати възможности, 85% българските туроператори и 75% от турагентите използват за резервации остарели технологии (телефон, факс).

ТАБЛИЦА: ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОФТУЕР КОМПОНЕНТ ОТ ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ В БЪЛГАРИЯ

Вид софтуер	Отн. дял на фирми,
-------------	--------------------

43

<https://www.nsi.bg/bg/content/797/%3F-%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>

	КОИТО ГО ИЗПОЛЗВАТ, %
Уебсайт	82.3
Счетоводни програми	46.1
Специализиран софтуер за управление на туристически дейности	43.1
Софтуер за електронно управление на документи	22.6
Софтуер за управление на веригата за доставки	10.8
Интегриран софтуер за управление на фирмени ресурси	10.8
Бизнес интелигентен софтуер	7.8
Географски информационни системи	7.8
Софтуер за управление на знанията	3.9

Транспорт

Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура

На територията на Бургаски черноморски туристически район са добре развити всички видове транспорт и транспортни връзки. Ключови обекти за туризма са Летище Бургас – с постоянно нарастващ пътничкопоток и Пристанище Бургас, което все повече се отваря за граждани и туристи, превръщайки се в местна атракция. Мрежата от велоалеи в община Бургас е предпоставка за развитие на устойчиви видове туризъм и намаляване на вредните въздействия в резултат от придвижването в центъра на района.

Центърът на Бургаския Черноморски туристически район – гр. Бургас, е един от основните логистични пунктове на Паневропейския транспортен коридор №8 - един от приоритетно развиващите се транспортни коридори в Югоизточна Европа, който осъществява най-късата сухоземна връзка между Адриатическото и Черноморското крайбрежие. В национален план той свързва двата най-големи икономически центрове – Бургас и Варна, както и Бургас и Южното Черноморие с икономическите центрове от Горнотракийската низина и столицата.

През района минава автомагистрала „Тракия“, която свързва столицата с Пловдив и Стара Загора и достига до Бургас. Магистралата е също част от Паневропейски транспортен коридор №8.

Източник на данните за дължината на автомагистралите е Регионалната статистика на НСИ, а за гъстотата на пътната и жп мрежа, делът на автомагистралните, първокласни пътища и на пътната настилка в добро състояние - изследването на ИПИ „Регионални профили“, категория „Инфраструктура“.⁴⁴

ТАБЛИЦА: ПЪТНА ИНФРАСТРУКТУРА

⁴⁴ <https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Regional-profiles-2020-BG.pdf>

Област	Дължина на автомагистралите/км 2019 г. (НСИ)	Дял на автомагистралите и първокл. пътища (%) 2019 г.	Дял на пътната настилка в добро състояние (%) 2019 г	Гъстота на пътната мрежа (км/100 кв.км територия) 2019 г.	Гъстота на железопътната мрежа (км/100 кв.км територия) 2019 г.
Бургас	51	25.7	32.5	15.2	2.3
Ямбол	35	20.6	43.9	19.0	1.5

През територията на Бургаски Черноморски туристически район преминава **Главна железопътна линия №8 „Пловдив – Бургас“** от Националната железопътна мрежа на България. От Бургас има редовни директни пътнически влакове за София, Пловдив, Стара Загора, Сливен, Ямбол, Карнобат и Варна.

На 10 км североизточно от гр. Бургас е разположено **Международното летище Бургас**. То има стратегическо значение заради специфичното си географско положение – на границата между Европа и Азия. На територията на летището функционира един от най-големите центрове за обработка на товари на Балканите. Сред най-големите предимства на Летище Бургас е възможността за интермодален транспорт по въздух, море и суша. На разстояние 10-15 км се намират Пристанище Бургас, разгърнат ж.п. възел, международен път Е-87, свободна безмитна зона. Близостта на най-голямата рафинерия на полуострова, разположена на 10 км от летището, осигурява горива с ниска себестойност. В началото на февруари 2021 г. нискотарифната авиокомпания Wizz Air обявява откриването на нова сезонна база на летището в Бургас. Авиокомпанията ще базира самолет Airbus A320 на летището в Бургас между 10.06 и 12.09.2021 г. С отварянето на новата база са планирани и 17 нови полета на седмица до 7 нови дестинации. За лято 2021 г., е планирано обслужване на 14 дестинации и 39 полета на седмица от Летище Бургас.

На територията на Бургаски Черноморски туристически район има **5 пристанища**, които предоставят и пътнически услуги: пристанищен терминал „Бургас Изток 1“, пристанище „Порт България Уест“; пристанище „Царево“; пристанище „Ахтопол“; пристанище „Поморие“.

Пристанище Бургас е основен пункт в логистичната верига на Паневропейски транспортен коридор №8 от Италия през Албания и Македония към Средна Азия и неговото разширяване на изток, където прераства в ТРАСЕКА (транспортен коридор Европа – Кавказ – Азия). Добрата свързаност с националната железопътна мрежа и републиканската пътна инфраструктура са основни конкурентни предимства на пристанището. Пристанището има възможност да приема и круизни кораби. Посещенията на лайнери в българските пристанища са част от круизни линии, които се осъществяват в Средиземно море. В последните две години обаче няма посещения в резултат от геополитическата обстановка в региона – конфликтът в Украйна, терористичните актове и военното положение в Турция, както и завишените такси за преминаване през Босфора с последващо преустановяване на посещения на пасажери в Истанбул, което е най-близкото пасажерско пристанище. Четири круизни кораба са заявили посещения в Бургас

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

през 2021 г. и един за 2022 г. на круизните компании „Crystal Cruises“, „ROW Management“, Ltd „Silversea“ и „Azamara Cruises“.

От лятото на 2020 г. в предлагането на пътувания в Бургаския залив се включва и нов хибриден еко-катамаран. Той пътува от пристанище Бургас до остров Света Анастасия, старинен Созопол, остров Свети Иван и до Несебър и ще разполага с 30 туристически места. По време на пътуването пред пасажерите ще бъдат представяни културно-историческите забележителности по крайбрежието. От монтирани на плавателния съд датчици корабът ще събира информация за чистотата на водата, вълнението в морето и вятър. Корабчето е построено по проект „Плаване през Черно море“, финансиран по ОП „Черноморски басейн 2014-2020“.

На разположение на туристите в Бургас е изградената система от 60 км велосипедни алеи. Изграждането на мрежата от велосипедни алеи и обслужващи съоръжения е част от политиката на общината да популяризира алтернативни и екологични начини за транспорт като фактор за създаване на нова градска култура на придвижване. Общината целенасочено работи за изграждане на велосипедни алеи и популяризиране на велосипедния транспорт. На сайта на общината е публикувана информация за местоположението на велостанциите, откъдето може да се наеме колело, както и карта на града, на която са отбелязани наличните веломаршрути.

Прегледът на инфраструктурата по области показва, че гъстотата на пътната и железопътната мрежа в област Бургас е по-ниска от средната за страната, но делът на автомагистралите и първокласните пътища остава по-висок – 26% при 19% средно за страната. Въпреки това качеството на пътищата в област Бургас продължава да се влошава и делът на пътната настилка в добро състояние е 32,5% при 41,4% средно за страната през 2019 г. За втора поредна година делът на домакинствата с достъп до интернет в областта се повишава рязко и изпреварва средния в страната, достигайки 77,7% при 75,1% за страната.⁴⁵

Област Ямбол се характеризира с висока гъстота на пътната мрежа. Железопътната мрежа обаче е сред най-слабо развитите в страната. Тъй като през територията на областта минава автомагистрала „Тракия“, делът на първокласните пътища и магистралите (21%) е над средния за страната. През последните години се наблюдават колебания в качеството на пътната настилка, като към 2019 г. около 44% от пътищата са в добро състояние. За слабата оценка на областта в тази категория допринася и най-ниският в страната дял на домакинствата, свързани с високоскоростен интернет – едва 53% през 2019 г.⁴⁶

ЗАПЛАХИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ,	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> Нисък процент на разходите за НИРД на университетите и особено на нетърговските организации 		<ul style="list-style-type: none"> Значителна подкрепа за НИРД с европейски средства

⁴⁵ <https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Regional-profiles-2020-BG.pdf>

⁴⁶ Пак там

<ul style="list-style-type: none"> • Ниски бюджетни разходи за НИРД • Огромен дисбаланс в структурата на разходите за НИРД между регионите и областите • Спад в глобалните и националните разходи за ИКТ, вследствие на глобалната COVID криза • Сравнително слабо проникване на интернет сред домакинствата и лицата в някои райони и области, в това число и в туристическия район Рила – Пирин • Слабо ползване и бавно проникване на ИКТ сред МСП в туризма • Недостатъчна първокласна и второкласна пътна мрежа в някои области и общини в туристическия район • Неразвитост и слабо използване на ЖП транспорт 	<ul style="list-style-type: none"> • Голям брой лица, работещи като изследователи • Нарастване на навлизането на ИКТ и електронните услуги • Завършване на изграждането на автомагистралите в страната и в туристическия район • Поддържане на добро качество на второкласните пътища в района • Високо качество на интернет връзката и значителен дял на широколентовия достъп до интернет • Модернизирани железопътните пътнически превози
---	--

Екологични

Промени в климатичните условия

Промените в климата са най-голямата заплаха за природата и човечеството през XXI в. Данните показват, че 15-те най-топли години на Земята са били през последните 20 години.

В България се наблюдават повече и по-дълги периоди на засушаване, следвани от сериозни бури и тежки наводнения с разрушения и жертви. Наблюдава се силно изразена тенденция към нарастване на максималните температури на въздуха през лятото и увеличаване на броя на тропическите нощи (с минимална температура над 20°C), както и на продължителността на сухите периоди (последователен брой дни без валеж). До 2050 г., средните годишни температури в страната вероятно ще се повишат с от 1.6°C-1,8°C, а до 2100 г. увеличението може да е с от 3.3° до 3.5°C

Климатът южно от Стара планина става все по-средиземноморски, а на север плодородните земи бавно се опустиняват. Снежните месеци в планините намаляват. Сняг започва да вали след Коледа, а така се променя количеството вода, с което разполагаме през годината.

Повишава се средногодишната температура в извънпланинските части на страната с около 3.8°C-4.0°C. При средногодишните валежи се очаква намаление в Западна България с около 10%, а намалението в Източна България се очаква да бъде по-голямо - с 15-20%.

Резултатите от проекта PRUDENCE, (Prediction of Regional scenarios and Uncertainties for Defining European Climate change risks and Effects), показват, че към края на XXI в. лятната сума на валежите ще намалее значително в Южна и Централна Европа, а интензивните

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

валежи, като тези, които предизвикаха големите наводнения по реките Дунав, Елба и Рона през 2002 г. например, ще се случват по-често и ще бъдат дори по-интензивни.

В България след средата на 1990-те години годишните валежи показват тенденция към повишение в повечето райони на страната, като през последните години има тенденция към зачестяване на случаите с типично пролетно-летен тип конвективна облачност с валежи от дъжд, гръмотевични бури и понякога с валежи от град през зимни месеци като януари и февруари.

Има значително увеличение и на средния брой дни с денонощни суми на валежите над 100 литра на квадратен метър с около 30% за периода 1991-2007 г. спрямо базисния период 1961-1990 г. Според симулациите за нашата страна се очаква в близко бъдеще, валежите през топлото полугодие да намалееят с около 30% спрямо климатичната норма (1961-1990 г.), а през студеното полугодие намалението да е значително по-слабо, като за декември, март и ноември валежните количества дори нарастват.

Климатичните промени ще подобрят условията за туризъм в Европа като цяло и може да доведат до увеличение на броя на реализираните нощувки. Единствено засегната от тях отново ще е Южна Европа, където сега е съсредоточен повече от половината от капацитетът на Европейския съюз за туристическо настаняване. Очакванията са за намаляване на нощувките в тази част на континента с от 1 до 4 % за различните сценарии. Според сценариите за нарастване на температурата с 4,1 до 5,4 °C в останалата част от континента броят на нощувките там ще нарасне съответно с 15 до 25%.

Обобщаването на описаните по-горе резултати от вече известни проучвания и настоящето собствено изследване за тенденциите при въздействието на климатичните промени върху българския туризъм може да бъде систематизирано и формулирано в следните изводи и тенденции⁴⁷:

- Летният туристически сезон ще се удължи (както през пролетта, така и през есента) – причина е увеличаването на температурите в страната, очаквано повече през есенния сезон;
- Ще се намали биокомфортът през върховия летен сезон, когато може да очаква значително намаляване броя на нощувките, главно от чужденци;
- Зимният туристически сезон ще се скъси значително, а на места с по-ниска надморска височина може съвсем да изчезне – причината е увеличаване на температурите в страната, увеличаване процентът на течните валежи през зимата, повишаване нивото на постоянната снежна линия, по-ранното топене на снеговете;
- Сезонността като цяло ще се намали, или най-малко ще нараства с бавни темпове за сметка на намаляването на зимния сезон и удължаването на летния;
- Ще се наблюдава значителен недостиг на вода за питейни и хигиенни нужди на туристите, особено в Източна България, където е струпана около 75% от настанителната база на туризма. Голф туризмът също ще изпитва силен недостиг

47

https://www.moew.government.bg/static/media/ups/articles/attachments/Specialna_chat929dbdd9d9a2e4690311a63dd80adda6.pdf

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

на вода за поддържане на зелените си площи. Причината – намаление на водата с 15-20 до 30% в Източна България, с 10% в останалата част на страната;

- Ще настъпят значителни промени в структурата на туристопотоците в страната. Някои от традиционните посетители ще намалееят или дори може да изчезнат, поради подобряване на климатичните условия и съответно възможностите за рекреация в собствените им страни (напр. Германия, Великобритания, Полша, Скандинавските страни и др.)
- Българският туризъм следва все повече да разчита на вътрешния туристопоток. Туристическите предприятия и организации следва своевременно да се пренасочат и да обърнат вниманието си към задържане на българските туристи в страната и задоволяване на техните изисквания и желания;
- Заетостта на настанителната база има шансове да се увеличи. Причина – удълженият летен туристически сезон. Зимният ски сезон и понастоящем е доста къс и намаляването на заетостта на зимните курорти не би трябвало да се отрази съществено върху общата заетост на базата.
- Заетостта на работната ръка в туризма също има шансове да бъде увеличена, като по този начин се създадат възможности за по-малко текучество, за повишаване квалификацията и доходите на персонала и в крайна сметка за увеличаване качеството на туристическото обслужване в България. А оттам може да се очакват и увеличения в приходите от туризма;
- Приходите от туризма могат да се увеличат през летния сезон, ако по-горе посочените прогнози се сбъднат. От голямо значение ще бъде реакцията и адаптацията на туристическия бизнес към новите предизвикателства пред него, възникнали в резултат на климатичните промени в света и Европа.

Опазване и възстановяване на околната среда

През 2020 г. България заема 41 място от 180 класирани държави в Environmental Performance Index⁴⁸, базиран на 32 индикатора в 11 категории, изчисляван ежегодно по методика на Университета Йейл.

В сравнение с 2018 година, позицията на страната бележи отстъпление с 11 позиции. В регион Източна Европа, България заема 13 място, изпреварена от някои съседни държави, явяващи се и преки конкуренти в привличането на чуждестранни туристи. Гърция е на трето място, Румъния на седмо, а Хърватия – на девето. След България са класирани Северна Македония на 14-то, Сърбия на 15-то; Черна гора – на 17-то и Турция – на 19-то.

Общо за страната делът на защитените територии възлиза на малко над 5 на сто от общата територия и са разпределени по данни на НСИ както следва:

Таблица: ЗАЩИТЕНИ ТЕРИТОРИИ И ОБЕКТИ ПО КАТЕГОРИИ ОБЩО ЗА СТРАНАТА, ХЕКТАРИ, 2018

Наименование на показателя	2018 г.
----------------------------	---------

⁴⁸<https://epi.yale.edu/downloads/epi2020report20200911.pdf>

Защитени територии и обекти - общо	584862
Резервати	77204
Природни забележителности	16665
Защитени местности	79649
Национални паркове	150362
Природни паркове	256441
Поддържани резервати	4540
Дял на защитените територии от територията на България - %	5.3

Също по данни на националната статистика, замърсяването на атмосферния въздух с вредни вещества има следната структура:

Таблица ЕМИСИИ НА ВРЕДНИ ВЕЩЕСТВА В АТМОСФЕРАТА, ХИЛ. ТОНОВЕ, 2020

Замърсители	2020 г.
Серни окиси (SOx)	88
Азотни окиси (Nox)	84
Неметанови летливи органични съединения (NMVOC)	56
Метан (CH ₄)	644
Въглероден окис (CO)	272
Въглероден двуокис (CO ₂)	40427
Двуазотен окис (N ₂ O)	24
Амоняк (NH ₃)	45

Оценката на качеството на атмосферния въздух върху територията на страната се осъществява чрез Национална система за контрол, чрез която ежедневно се контролират концентрациите на основните показатели.

Република България няма неразрешими хронични проблеми с основните замърсители, с изключение на наднормените нива на фини прахови частици, които се дължат основно на използването на местни твърди горива за отопление и на стария автомобилен парк – проблем, съществуващ в по-голямата част от държавите членки на ЕС. По данните от националната система за мониторинг, през последните години се наблюдава намаляване броя на превишенията на средноденонощната норма и средногодишната концентрация на фини прахови частици за почти всички пунктове за мониторинг. България участва активно в общите усилия за смекчаване на изменението на климата и адаптация към вече настъпилите промени.

От 2014 г. действа Законът за ограничаване изменението на климата. Изпълнява се третият национален план за действие по изменението на климата, в ход е подготовката

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

на Национална стратегия за адаптация. България участва успешно в Европейската схема за търговия с емисии на парникови газове със 127 инсталации на територията на страната. Заедно с останалите държави-членки на Европейския съюз, България ще изпълнява обща цел за намаляване на емисиите на парникови газове с най-малко 40% до 2030 г. с приемането на Рамката за политиките по климат и енергетика до 2030 г.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на средномесечните температури • Намаляване на водните ресурси • Влошаване на условията за туризъм в южните райони на страната • Влошаване на условията за зимен туризъм в планините • Запазване или твърде бавно снижаване на замърсяването с фини прахови частици • Твърде бавно протичане на декарбонизацията на производствата 	<ul style="list-style-type: none"> • Удължаване на туристическия сезон извън лятото • Подобряване на климатичните условия за туризъм в северната част на страната и по Черноморието • Намаляване на замърсяването с фини прахови частици, поради мерките за подмяна на отоплителните уреди • Подобряване на представянето в класацията по жизненост на екосистемите и екологично здраве

Фактори от нормативно-правен характер

Вътрешно-правни фактори

Държавата и овластените от нея специализирани органи (юридически и физически лица) въздействат върху туризма чрез методите (подходите) на: подчиненост, зависимост и равнопоставеност, които се прилагат едновременно.

Вътрешноправни източници с пряко влияние върху туризма са Законът за туризма; Законът за устройството на Черноморското крайбрежие; Наредбата за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Планински водач“; Наредбата за условията и реда за сертифициране на „Балнеолечебен (Медикъл СПА) център“, „СПА център“, „Уелнес център“ и „Таласотерапевтичен център“; Наредбата за изискванията към туристическите хижи, туристическите учебни центрове, туристическите спални и прилежащите към тях заведения за хранене и реда за определяне на категория, отказ, прекратяване и понижаване на определената им категория; Наредбата за единните стандарти и за организацията на дейността на Туристическите информационни центрове (ТИЦ) и националната мрежа на Туристическите информационни центрове; Наредбата за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Екскурзовод“; Тарифата за таксите, които се събират по Закона за туризма; Наредбата за обезопасяването и информационната обезпеченост на ски пистите в Република България и за определяне правилата за безопасност върху територията на ски пистите и ски зоните и за

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

организацията на работата на ски патрулите; Наредбата за условията и реда за сключване на задължителна застраховка, покриваща отговорност на туроператора; Наредба за изискванията за местоположението, пригодността и оборудването на помещението за извършване на туроператорска и/или туристическа агентска дейност и за образованието, езиковата квалификация и стажа на персонала; Наредбата за организацията на Единната система за туристическа информация; Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията; Наредба № 261 от 13.07.2006 г. за общите правила за обезщетяване и оказване съдействие на пътници при отказ на въздушен превозвач да ги допусне на борда на въздухоплавателното средство и при отменяне или забавяне на полет; Концепцията за туристическо райониране на България; Устройственият правилник на МТ; Правилникът за организацията на работа на Националния съвет по туризъм; Правилникът за организацията на работата и дейността на Експертната комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти; Правилникът за организацията на работата и дейността на ЕККС на туристически обекти.

Вътрешното законодателство на България с пряко влияние върху туризма е синхронизирано с международноправните източници на регулиране на международния туризъм. Регулаторните режими се сменят прекалено често, което влияе негативно и упражнява натиск върху туристическия бизнес. Целесъобразно е регулаторните механизми да се облекчат.

Международно-правни фактори

Международноправните източници на правно регулиране на туристическия бизнес имат конвенционален характер и уреждат отношения между две или повече държави, с цел успешно решаване на даден проблем в системата на международния туризъм (опазване чистотата на водите и въздуха, защита на правата на туристите като потребители на туристически услуги и др.). На глобално равнище преки международноправни източници са:

- Декларация за митнически облекчения на туристите (1954);
- Документ от Акапулко (1982), който: признава правото на почивка, свободно време, свободно придвижване и рекреация; препоръчва мерки за организиране на свободното време и пътуванията и др.;
- Кодекс на туриста и Харта на туризма (1985). Кодексът определя основни задължения на туристите: подчиняване на законите, правилата и нормите на поведение в туристически и транзитни райони; въздържане от демонстриране на икономически, социални и културни различия. По-важни техни права са свързани с административни и юридически облекчения, гаранции за безопасност, защитата им като потребители и др. Препоръчват се мерки срещу проституцията и сексуалната експлоатация на деца;
- Хартата на туризма (1985). Представя водещата роля на държавата в туристическа политика в съответствие с икономическото развитие на страната и възможностите за разширяване на сътрудничеството в областта на туризма. Държавните институции разработват и прилагат мерки за равномерно разпределение на работното време и подобряване системата на годишните платени отпуски с цел

----- www.eufunds.bg -----

намаляване негативното влияние на сезонния фактор. Създават условия за равномерно развитие на туризма в страната и избягване концентрация на туристическа дейност в определени райони;

- „Препоръчителни мерки за сигурност в туризма” и мерки за „Създаване на възможности за туризъм за хора с увреждания” (1991);
- Стандартна международна класификация на туристическите дейности (Standard International Classification of Tourism Activities, SICTA, 1993), предложена от СТО;
- Самаркандска декларация, която препоръчва: насърчаване и улесняване на туристическите пътувания в райони от маршрута „Пътят на коприната”; развитие на устойчив и ненарушаващ околната среда туризъм; респект към природните и културни ценности; активно участие на местното население в туристическите дейности и др.;
- Декларация от Акра (1995) за: насърчаване икономическото развитие чрез туризма; възстановяване и популяризиране на исторически места, свързани с робството; опазване на материалното и нематериалното наследство на африканските народи и др.;
- Харта за устойчив туризъм (1995) с 18 принципа, по важни от които са: туристическото развитие да се базира на критерии за устойчивост; туризмът да се интегрира в природната, културната и социалната среда на дестинациите; опазване и възстановяване на природно и културно наследство; предприемане на действия за интегриране и планиране на устойчиво туристическо развитие и др.
- Хагска декларация (1998). Залага стратегическите принципи за регулиране на туристическата дейност, част от които пряко свързани с природосъобразен туризъм;
- Световен Кодекс на етиката в туризма (1999) като програма за устойчиво развитие на туризма през 21-ви в.;
- Общи стандарти за приложение на Туристическа сателитна сметка (1999) - ТСС, Tourism Satellite Account (TSA) като средство за измерване на икономическото влияние на туризма и основа на туристическата статистическа система;
- Декларация за екотуризъм (2002), в която се препоръчват мерки за: формиране на политика за развитие на екотуризъм на различни равнища (местно, регионално, национално); гарантиране опазването на природата, местната култура и традиции; осигуряване участието и координацията между държавните институции за реализиране на програми за екотуризъм и др.;
- План за действие за по-устойчив европейски туризъм (2007). Съдържа: цели за постигане на устойчив европейски туризъм; основни предизвикателства пред европейския туризъм; механизми за формиране на устойчиви дестинации, устойчив туристически бизнес и отговорни туристи; препоръчителни инициативи на европейско ниво; индикатори за устойчив туризъм и др.

На територията на ЕС водещи източници на правно регулиране на туристически бизнес са директивите, пряко свързани с туризма. Генерална дирекция „Правосъдие и потребители” на ЕК е отговорна за прилагането на решенията по директивите. С пряко влияние върху туризма са:

- Директива 90/314/ЕИО за пакетни туристически пътувания. Разработена с цел сближаване на „законовите, подзаконовите и административните разпоредби на

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност” 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

държавите-членки по отношение на туристически пакети, продавани или предлагани на територията на Общността”. В обхвата на Директивата са: правото на потребителите на пълно информационно осигуряване; отговорността на туроператора по изпълнение на договорените туристически услуги; допълнителни туристически услуги, продавани на цена, която включва всички разходи; защитата и възстановяването на авансови плащания в случай на несъстоятелност на туроператор, посредник или превозвач, в т.ч. правото на отказ от пътуване без санкция, ако общата цена или превозвачът бъдат променени. През 2013 г. ЕК публикува предложение за ревизия на Директивата в отговор на радикалните промени на туристическия пазар през последните години. Целта е: осигуряване на равнопоставена защита на потребителите, закупили туристически пакети и отделни услуги по интернет (динамични пакети) или ползвали различни доставчици за организиране (комплектуване) на пътуване

- Директива 2008/122/ЕО на Европейския парламент и Съвета относно защитата на потребителите по отношение на някои аспекти на договорите за разпределено във времето ползване на собственост, дългосрочни ваканционни продукти, препродажба и замяна. Определя задължението на търговеца да предоставя информация за съставните части на договора и правото на купувача да се откаже от договора, без да дължи разноски и без да посочва причина, в срок от 14 дни. Съдържа контролен списък за преддоговорна информация, като се използват стандартни формуляри, достъпни на всички езици на ЕС
- Директива за правата на потребителите (2011/83/ЕС) Установява правилата за информацията, която трябва да се предоставя при договори от разстояние и договори извън търговски обект. Урежда правото на отказ при тези договори и хармонизира разпоредби, свързани с изпълнението и други аспекти на договорите между търговци и потребители. Защитата на туристите като потребители се гарантира чрез: премахване на скрити такси и разходи в интернет и на допълнителни такси за плащания с кредитни карти; увеличаване прозрачността на цените; възможност за промяна в намеренията за покупка до 14 дни; по-добри условия за възстановяване на заплатени суми; въвеждане на стандартен (общоевропейски) формуляр за отказ и други
- Регламенти (ЕО) № 261/2004 и (ЕО) № 2027/97 Въвеждат общи правила за обезщетяване и помощ на пътници при отказан достъп на борда, отмяна или голямо закъснение на полети, както и за отговорността на въздушния превозвач (за пътниците и багажа) в случай на произшествие
- Европейски Регламент 2111/ 2005 относно задълженията на туроператорите и туристическите агенти към техните клиенти при включване на авиокомпания в Черния списък

Вътрешното туристическото законодателство на България (пряко и косвено) е хармонизирано с преките международноправни източници на регулиране на туризма.

ЗАПЛАХИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ, ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
-------------------------------	------------------------------------

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

<ul style="list-style-type: none"> • Честа смяна на регулаторни режими • Противоречащи си разпоредби в нормативните актове • Административна тежест за туристическия бизнес • Нормативно установени рестрикции по отношение на туристическите пътувания, вследствие на COVID епидемията 	<ul style="list-style-type: none"> • Актуализиране на туристическото законодателство • Хармонизация с международноправни норми • Правно обезпечаване на дейността на ОУТР • Реализиране на мерките и дейностите, записани в НСУРГРБ • Нормативно уреждане на държавната помощ за сектора, за преодоляване на последствията от COVID кризата
---	--

Таблица: Влияние на факторите на макросредата върху туризма в Бургаски черноморски туристически район

ФАКТОРИ НА МАКРОСРЕДАТА	ВЕРОЯТНОСТ ЗА ПРОМЯНА			ПОСОКА НА ВЛИЯНИЕ*			СИЛА НА ВЛИЯНИЕ		
	мин.	средна	макс.	+	0	-	слаба	средна	голяма
ПОЛИТИЧЕСКИ:									
ФАКТОР 1 Степен на политическа сигурност, безопасност и стабилност	x			x					x
ФАКТОР 2 Промени в политическия климат и либерализация на политическите отношения		x		x					x
ФАКТОР 3 Ниво на корупция, бюрокрация и административно обслужване	x			x					x
ФАКТОР 4 Визови, митнически и гранични формалности и бариери		x		x					x
ФАКТОР 5 Управление на COVID кризата	x			x					x
ИКОНОМИЧЕСКИ:									
ФАКТОР 1 Брутен вътрешен продукт	x					x			x
ФАКТОР 2 Икономически растеж	x					x			x
ФАКТОР 3 Доходи и жизнен стандарт на населението	x					x			x
ФАКТОР 4 Цени и инфлация		x			x			x	
ФАКТОР 5 Инвестиционен климат и активност	x					x			x
ФАКТОР 6 Данъчно облагане и данъчен режим	x				x			x	

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

ФАКТОР 7 Равнища на заетост и безработица	x					x			x
ФАКТОР 8 Икономическо състояние на областите		x				x			x
СОЦИО-КУЛТУРНИ:									
ФАКТОР 1 Демографски промени			x		x			x	
ФАКТОР 2 Увеличаване на свободното време			x		x			x	
ФАКТОР 3 Бедност		x			x			x	
ФАКТОР 4 Модели на потребление	x					x	x		
ФАКТОР 5 Антропогенна среда и ресурси	x				x			x	
ФАКТОР 6 Здравеопазване	x			x					x
ФАКТОР 7 Благосъстояние	x			x				x	
ФАКТОР 8 Образование и развитие на знания и компетенции	x			x				x	
ФАКТОР 9 Промени в стила и начина на живот	x					x	x		
ТЕХНОЛОГИЧНИ:									
ФАКТОР 1 Научни открития и иновации			x			x			x
ФАКТОР 2 Развитие на ИКТ			x			x			x
ФАКТОР 3 Транспорт			x			x		x	
ЕКОЛОГИЧНИ:									
ФАКТОР 1 Промени в климатичните условия		x		x				x	
ФАКТОР 2 Опазване и възстановяване на околната среда		x		x				x	
ПРАВНИ:									
ФАКТОР 1 Вътрешно-правни фактори	x			x				x	
ФАКТОР 2 Международно-правни фактори	x			x				x	

*Посока на влияние: (+) положителна; (-) отрицателна; (0) както положителна, така и отрицателна. Оценките са на екипа, разработил Стратегията.

2. Визия

Туристическия район да се превърне в уникална туристическа дестинация на национално и международно ниво, предлагаща целогодишен морски и културен туризъм, с допълнително развитие на приключенски и екотуризъм, здравен, селски и религиозен.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

3. Мисия

На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), със Заповед №Т-РД-16-103/11.03.2015 г. на министърът на туризма е утвърдена [Концепция за туристическо райониране на България](#). Чрез нея страната се разделя на 9 туристически района, всеки от които се управлява от една Организация за управление на туристически район (ОУТР). Мисията на ОУТР е да създадат механизъм за взаимодействие между фирмите и туристическите организации и да запълнят празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното и националното ниво. Една от основните цели на ОУТР е чрез взаимопомощ и сътрудничество в интерес на членовете си и в обществен интерес да извършват дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама в туристическия район.

Мисията следва да бъде изпълнена чрез:

- Развитие и прилагане на целенасочена и последователна туристическа политика за създаване на благоприятна среда на основата на дългосрочни партньорства на международно, национално, регионално и местно ниво между всички заинтересовани страни за развитие на устойчив туризъм, конкурентоспособен туристически сектор и качествен туристически продукт
- Осъществяване на ефективен национален маркетинг за утвърждаване на района като известна и предпочитана дестинация за целевите чуждестранни и български туристи в района.

4. Цели

„Основната цел на настоящата маркетингова стратегия е устойчивото развитие на района като привлекателна и конкурентоспособна целогодишна туристическа дестинация на вътрешния и на международния пазар, чрез подобряване на туристическата инфраструктура, провеждането на ефективна маркетингова политика, повишаването на капацитета на МСП в сектора и утвърждаването на ОУТР като субект на регионалния туристически маркетинг.“

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРОДУКТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ПРЕЖИВЯВАНЕТО НА ТУРИСТИТЕ В РАЙОНА

Цел 1: Развитие и позициониране на Бургаски черноморски туристически район като дестинация със собствена марка за морски рекреативен туризъм и целогодишен културно-познавателен туризъм

- Развитие на младежки клубен парти морски туризъм в к.к. „Слънчев бряг“
- Развитие на семеен морски рекреативен туризъм в курортни места като Несебър (Елените, Свети Влас, к.к. „Слънчев бряг“), Поморие, Бургас, Созопол (Дюни), Приморско (Китен), Царево, Обзор, Черноморец, Равда и Синеморец
- Развитие на къмпинговия морски рекреативен туризъм в района на Созопол, Приморско и Царево
- Развитие на спортен яхтен туризъм в Несебър (Свети Влас), Созопол, Царево

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Развитие на морския круизен туризъм в Несебър и Бургас
- Развитие на MICE туризма в Бургас
- Развитие на градския развлекателен (хазартен) туризъм в Бургас
- Развитие на маршрути за исторически културно-познавателен туризъм, обхващащи Несебър, Поморие, Бургас, Созопол, Малко Търново и Средец
- Развитие на селски (екологичен и приключенски) туризъм в селата на Странджа планина
- Развитие на здравния – балнео, спа и уелнес туризъм в Поморие и Бургаски минерални бани
- Развитие на религиозния и поклонически туризъм в Несебър, Поморие, Созопол и Малко Търново

Цел 2: Разработване на диверсифициран туристически продукт

- Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Развитие здравен туризъм (разбиран като събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Разработване, предлагане и популяризиране на продукти, допълващи основната продуктова специализация на района - конен туризъм, селски туризъм, вело-туризъм, пешеходен туризъм, исторически туризъм.
- Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите
- Развитие на доминиращ продукт морски туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Създаване и популяризиране на бранд Бургаски Черноморски туристически район

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: УСПЕШНО ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА РАЙОНА НА СВЕТОВНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

Цел 1: Провеждане на активна рекламна политика на дестинацията за засилване на интереса към района

- Осъществяване на рекламно-информационни кампании за привличане на туристи, насочени към външни пазари
- Осъществяване на рекламно-информационни кампании за стимулиране на пътуванията на българите в района
- Дигитално интерактивно представяне на района

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Регулярно публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании
- Редизайн, актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи

Цел 2: Укрепване на институционалната рамка

- Подобряване на функционирането на ТИЦ
- Увеличаване на капацитета и ресурсната обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг
- Укрепване на институционалната рамка, увеличаване на участието и подобряване на взаимодействието между заинтересованите страни за развитието на туризма в района.
- Организиране и провеждане на информационни срещи (конференции) на ТИЦ за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и обекти и подобряване на тяхното качество

Цел 3: Провеждане на проучвания от маркетингането на дестинацията

- Редовно провеждане на маркетингови проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители
- Регулярно осигуряване, обработване и анализиране на статистическа информация за характеристиките, поведението и разходите на туристопотоците, за състоянието на суперструктурата и на МСП в туризма

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: ПОДОБРЯВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ПРЕДЛАГАНИТЕ УСЛУГИ

Цел 1: Подобряване на качеството на туристическите продукти

- Подобряване на транспортната инфраструктура (пътна, жп, летищна, пристанищна)
- Осигуряване и поддържане на удобни и с достатъчен капацитет паркинги за организирани и индивидуални туристи
- Подобряване на водоснабдяването и качеството на питейната вода в туристическите места
- Подобряване на пречистването и отвеждането на отпадъчните води в туристическите места
- Ефективно управление на отпадъците в туристическите места
- Повишаване на хигиената на плажовете и крайплажните пространства
- Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им крайбрежна територия (вкл. язовири, езера, реки)
- Поддържане на туристическите пътища/екопътеките в района

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Подобряване на инфраструктурата за предлагане на приключенски туризъм и екстремни спортове (скално или планинско катерене, скачане с бърджии, рафтинг и други), при спазване на режимите на защитените територии
- Модернизация и изграждане на специализирани места за кемпери и каравани
- Модернизация на пристанищната инфраструктура за приставане и обслужване на морските и речните круизни кораби
- Взаимодействия с авиокомпаниите за откриване и поддържане на допълнителни въздушни връзки за летището в Бургас

Цел 2: Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България

- Подобряване на мерките за сигурност на туристите в туристическите места в района
- Организация и поддържане на висока степен на безопасност на движението в рамките на туристическите места в района
- Поддържане на висока степен на безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района

Цел 3: Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор

- Осигуряване на връзка между бизнеса и образователната система
- Обучение и повишаване на квалификацията на кадрите
- Провеждане на дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: РАЗВИТИЕ НА ПАРТНЬОРСТВА

Цел 1: Развитие на партньорства

- Провеждане на дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво
- Установяване на трайни контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи
- Организиране на срещи за насърчване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите
- Оказване на подкрепа на ОУТР за насърчване на участието на местния бизнес и организации на бизнеса в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район
- Насърчване на участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

- Оказване на подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ РАЙОН

Цел 1: Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения

- Участие в специализирани борси и изложения
- Приобщаване на МСП в сектора към усилията, в това число като предлагане на продукти, разработване на креативни предложения и споделяне на финансови разходи за подобряване на регионалния маркетинг
- Организация на срещи за обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори

5. Целеви пазари и групи потребители

Източници на информация

Проведеното в рамките на Дейност 1 проучване показва, че основният източник на информация за българските и чуждестранните туристи в Бургаския черноморски туристически район е интернет – посочен от 73% от българите и 80% от чужденците. Т.нар. word-of-mouth (препоръки от приятели и познати) са решаващи за 46% от българите и 27% от чужденците. Телевизията също е силен информационен канал, използван от малко над 30% от представителите на всяка от двете групи туристи. Силно впечатление прави, че чужденците търсят и използват при взимане на решение много повече източници, отколкото българите. Освен вече споменатите, те се вдъхновяват и от каталози на туроператори (26%), печатни издания (25%), радио (25%), туристически изложения (21%), специализирани каталози и брошури (19%) и външна реклама (17%).

Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района

Проучването в туристическия район показва, че туристите търсят предварително информация за:

- Природа/природни забележителности (81%);
- Хотели/къщи за настаняване/мотели/пансиони (76%);
- Ресторанти и други места за хранене (73%);
- Културни паметници и атракции (66%);
- Възможностите за развлечения, които предлага района (60%);
- Фестивали, събори и други културни прояви (45%).

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Чужденците предпочитат по-голямо разнообразие от възможности за развлечения и „разчупване“ на традиционната почивка на плажа, в сравнение с българите. И двете групи обаче държат на дегустацията на храни и напитки, възможностите за гмуркане, къмпингуване и пешеходен туризъм. Българите добавят и риболов към този списък, а чужденците – скайдайвинг и парасейлинг.

При планиране на кампании за промотиране на района е препоръчително да се включват кадри и/или описания на част от „офертата“ на района, с възможно най-много конкретика, кратки и ясни текстове и картини, очертаващи палитра от възможности за различните целеви аудитории, идентифицирани по-долу.

Целеви пазари

Критерии	Пазари с висок приоритет	Пазари със среден приоритет	Пазари с нисък приоритет
Характеристика на пазарите	Големи генериращи пазари с високо посещение към туристическия район и с перспективи за увеличаване на броя посетители	Големи генериращи пазари с перспектива за голямо увеличение на туристите към България	Пазари с ограничен интерес към туристическия район и по-малки перспективи за увеличаване на броя туристи
Страни в групата	България, Великобритания, Германия, Полша, Русия, Украйна, Чехия, Румъния, Сърбия, Северна	Израел, Молдова, Швеция, Норвегия, Дания, Финландия	Франция, Словакия, Унгария



България

Българският турист е особено важен за района, а и за цялата страна. По данни на НСИ и Министерство на туризма, над 75% от всички български туристи са избрали да осъществят туристическо пътуване само в рамките на България през 2019 г. Българите с по-висок образователен ценз са активни в глобалната мрежа, ползват електронни услуги и нови технологии, целят задоволяване на допълнителни потребности чрез своите пътувания и търсят допълнителни продукти и различни видове туризъм, както и комбинацията от няколко вида туризъм. Морският туризъм е неизменна част от годишната ваканция на българския туризъм, като допълнителни възможности за увеличаване на интереса се крият в по-засилената реклама на културно-историческите забележителности и природните дадености в целия район, а не само по самото Черноморие. Следва да се

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

обърне специално внимание на рекламата на продуктите, които не се нуждаят непременно от слънчево време.. Младите хора, на възраст до 35 години, могат да бъдат привлечени с комуникация в посока развлекателен туризъм, с вълнуващия нощен живот на водещите курорти, а също и с пъстрата палитра от фестивали. Друга основна целева група за района са семейните хора на възраст 35-55 години, които имат по-силен интерес към по-спокойните морски курорти и дегустацията на местни специалитети и напитки. Районът може да се рекламира успешно и като подходяща дестинация за летен хоум офис. Отличните дадености за практикуване на караванинг, къмпингуване и гмуркане следва да бъдат застъпени повече в комуникацията на района.



Германия

С население от около 83 млн. души, Германия е най-голямата страна в Западна Европа. Тя е третият по важност чуждестранен генериращ пазар за България след Румъния и Гърция. Немските туристи възприемат България предимно по начин отразяващ именно специализацията на Бургаския черноморски туристически район - лятна дестинация с много слънце, море, богата култура, интересни традиции и обичаи, възможности за СПА и уелнес туризъм. Те реализират посещенията към страната ни предимно през лятната им ваканция. Доверието на немските туристи в туроператорите и туристическите агенции е по-силно спрямо която и да е друга държава в Европа. Почти една трета ваканционни пътувания се резервират чрез туроператори и туристически агенции. Немците са склонни да използват комбинация от онлайн и офлайн медии като източници на информация за оферти и дестинации за ваканция.



Великобритания

Страната ни е известна сред гражданите от Великобритания основно като дестинация, предлагаща морски ваканции, но има голям потенциал за увеличаване броя на пътуванията към района и чрез по-активно предлагане на културно-познавателни обиколки, СПА и уелнес услуги по време на морската ваканция, комбинирани турове море и планина и други специализирани форми на туризъм като еко и селски туризъм, приключенски, фестивален и други. Предвид увеличената мобилност на работните места, сериозен потенциал се крие и в предлагането на района като дестинация за лятна дистанционна работа на морския бряг или дори сред по-дивата природа от планински тип. Туристите от Великобритания са предимно на възраст между 25-45 години, младежи и семейства с деца със средни доходи. Друга група са хора на възраст над 50 г. със средни и над средните доходи. При избора си за почивка туристите от пазар Великобритания използват услугите на туроператори, интернет и се доверяват на препоръки на близки и познати. Планират почивката си по-рано, няколко месеца предварително.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Полша

Полша е един от най-важните пазари за България в Централна Европа. Очертава се като най-бързо развиващият се пазар за изходящи пътувания в Европа. Бургаския черноморски туристически район привлича основно младежи със средни доходи, търсещи приключения и забавления, семейства с деца със средни доходи, пътуващи основно с цел морска почивка, които са силно ценово чувствителни, както и хора на възраст над 50 години, които внимателно планират летните си ваканции и имат интерес и към забележителностите в района. Полските туристи вземат самостоятелни решения относно избора на дестинация за своята почивка. Търсят информация предимно в интернет, доверяват се на публикациите в онлайн портали и специализирани сайтове за туристически резервации. Немалка част от полските туристи използват услугите на туроператори и туристически агенции.



Русия

Русия е най-големият генериращ пазар на задгранични пътувания в Източна Европа, като почивката на море има дял от 46% от всички задгранични ваканционни пътувания. Преобладаващата част от пътуващите с цел туризъм в България са със средни и над средните за страната доходи. Интерес към района имат семействата - млади и средна възраст с непълнолетни деца, младите хора с интерес към нощния ни живот, и двойки на и над средната възраст, дошли за пълноценен летен отдих. Бургаски черноморски туристически район може да увеличи интереса на целевата група като отговори по-добре на все по-голямото търсене на балнео-, SPA и уелнес програми. Туристическите агенции имат най-голямо влияние върху избора и са най-често използваните канали за резервации (79%), докато резервации по интернет са направени за 8% от пътуванията, а директно с транспортния превозвач са направили резервация 5%.



Украйна

България е атрактивен туристически пазар за украинските граждани, основна част от които посещават именно българското Черноморие. Три четвърти от всички посещения на украински граждани в България са ваканционни пътувания с цел почивка на море. Украинските граждани пътуват до България най-често със самолет. Пътуванията до България са предимно резервирани чрез туристически агенции, а делът на резервациите по интернет е значително по-нисък. Подобно на поведението при резервиране основният източник при търсене на информация е туристическата агенция, следвана от приятели, роднини и интернет. Украинските туристи в България са млади хора и хора на средна възраст, със средни и високи за страната си доходи. Освен море и слънце, украинците

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

търсят уникални преживявания, демонстрират интерес към местната култура и кухня, към природните ни дадености и възможностите за СПА, балнео и уелнес процедури.



Чехия

Чехите посещават страната ни основно за морски ваканции, като интереса към Бургаския черноморски туристически район може да бъде допълнително повишен чрез развитие и последващо промотиране на допълнителни продукти, с културно-опознавателна, балнео, СПА и уелнес насоченост, както и по-атрактивно представяне на кулинарните особености на района и страната ни. Чехите се интересуват все повече и от къмпингуване. Районът е привлекателен за младежи, които пътуват с цел лятна почивка с много приключения, активности на открито и вълнуващ нощен живот, дегустации на вино и храна, както и възможности за културно-познавателни обиколки. Бургаски черноморски туристически район се посещава и от млади семейства с деца със средни доходи и двойки над 50 г. без деца, проявяващи интерес към морска почивка, по възможност с елементи на балнео и уелнес туризъм, културно-познавателните турове, вино и гурме. Чехите търсят информация предимно в интернет, доверяват се на публикациите в онлайн портали и специализирани туристически сайтове, както и на препоръки от близки и познати. По отношение на резервациите, те използват предимно услугите на туроператори и туристически агенции, но част от тях организират почивките си и самостоятелно.



Румъния

Румъния е в топ 3 на чуждестранните генериращи пазари за България, като страната ни е предпочитана от румънците именно с цел лятна морска почивка. Румънците проучват внимателно за изгодни оферти и често търсят информация в интернет, разглеждат отзиви на потребители в специализирани туристически сайтове, и се консултират с близки и познати. Поради близостта си до страната много често пътуват със собствен транспорт, което означава, че Бургаския черноморски туристически район може да ги привлече и задържи, предлагайки комплексно преживяване с културни забележителности, традиционна кухня и СПА и уелнес процедури на мястото за почивка на достъпни за тях цени.



Сърбия

Туристите от пазар Сърбия избират страната ни основно за летен туризъм, което прави Бургаския черноморски туристически сезон една от основните им дестинации на наша територия. За 54% от сръбските граждани препоръките от близки са от основно значение за избор на дестинация, следвано от информация от интернет и предишен положителен опит със съответната дестинация. Освен от цената и качеството на морската почивка, сръбите се интересуват и от културните и природните забележителности в района. Сръбските туристи, които посещават България, са млади хора и семейни хора на средна

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

възраст, предимно с високи доходи. По-голямата част от тях пътуват до България без предварителна резервация, като пътуват с автомобил или автобус. Почивките се резервират през туристически агенции, както и след самостоятелно проучване в интернет.



Северна Македония

За туристите от пазар Северна Македония, летните почивки предизвикват най-силен интерес, като възможности за увеличаване привлекателността на района е чрез добавяне към туристическата оферта на културно-опознавателни турове, балнео, СПА и уелнес процедури. Районът се посещава основно от млади хора, както и от млади семейства с деца, със средни и високи за страната им доходи. Основен елемент при избора на почивка е препоръката от познати и приятели, а предпочитаните канали за резервации са туристическите агенции и интернет.



Израел

Израелските граждани основно осъществяват пътуване до България с цел почивка и отдих на морския бряг. Те търсят отлично обслужване във висококатегорийни хотели, но на приемлива цена, като имат силен интерес към обиколни турове с цел опознаване на страната и района, в който почиват. Обичайно туристите са на средна възраст, семейни. Средната продължителност на пътуванията на израелски граждани е минимум 7 нощувки, което означава, че Бургаския черноморски туристически район може да им предложи комплексно изживяване, с посещения на забележителности, СПА и уелнес процедури. От особено значение е разнообразието и качеството на предлаганата храна. При пътуване в чужбина най-често използваните източници на информация са Интернет, приятели и роднини, а по-малка част от тях обмислят след преглед на пътеводители и справочници.



Молдова

Туристите от Молдова намират района за привлекателен, заради възможностите за отдих и развлечения на морския бряг на изгодна цена. Обичайно се възползват от all inclusive оферти и не харчат много средства на място. Почивките са организирани, а превоза често е автобусен.



Швеция



Норвегия



Финландия



Дания

Поради множеството си сходства, т.нар. Северни страни могат да бъдат разглеждани като един общ пазар, с все по-силен интерес към предлагането на морски почивки в България. Бургаският черноморски туристически район ги привлича със слънчев и топъл климат,

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

като в зависимост от възрастта на туристите допълнителна добавена стойност могат да дадат и културно-исторически и природни забележителности, балнеоложки програми, фестивали и културни прояви дегустации на местни храни и вино, а специално за младите - вълнуващ нощен живот. Сред финландците се наблюдава засилващ се интерес към караванинг и къмпингуване, изключително релевантни към даденостите на района. Туристите от тези страни са платежоспособни, търсят висококатегорийни хотели, но са взискателни и към цената и качеството на услугата. Препоръките от близки и познати имат най-голямо влияние върху решението за избор на дестинация за пътуване. Предпочитат да организират пътуванията си самостоятелно, предимно по Интернет, а туристическите агенции по-рядко се използват като канал за резервации. Туристите от Северните страни, които посещават района, основно са млади хора без деца, но морските почивки на хора на средна възраст и семейства с деца се увеличават.



Франция

Туристическият район е популярна дестинация за френските туристи заради възможността за морска почивка на изгодна цена, по възможност комбинирана с опознавателни турове, балнео и СПА процедури, активности на открито и дори екстремни преживявания на морския бряг, винени и кулинарни дегустации. Французите се доверяват на препоръки от семейство, приятели и колеги, а не толкова на реклами. Основната част от французите правят проучванията си за пътуване онлайн, но често резервират почивките си чрез туроператори. Френските туристи имат високи очаквания към качеството на услугата.



Словакия

Словаците пътуват предимно през летния сезон и за тях Бургаския черноморски туристически район е много добър вариант за морска ваканция с елементи на културен туризъм. Освен посещения на забележителности, могат да бъдат привлечени и впечатлени достатъчно за повторно посещение и чрез обещания за балнео, СПА и уелнес процедури, както и дегустация на традиционни за района и страната кухня и алкохолни напитки. Сред словаците е добре да се рекламират и отличните условия за караванинг и къмпингуване в района. Районът е най-популярен сред млади семейства с деца, млади хора с интерес към къмпингуване и караванинг, както и хора над 50 г., търсеци спокойна почивка на добра цена. Търсят информация предимно в интернет, доверяват се на препоръките на техни близки, колеги и приятели, но проверяват щателно и публикациите в онлайн портали и специализирани туристически сайтове. Най-често използват услугите на туроператори и туристически агенции, макар част от тях да организират почивките си и самостоятелно.



Унгария

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Унгарците избират района заради отличните условия за морска ваканция, но се наблюдава и неоползотворен потенциал, свързан с предлагането на съпътстващи услуги в области като СПА и уелнес, вино и гурме. Основно интерес към района имат младите, несемейни хора, които са привлечени от активния нощен живот и възможностите за разнообразни преживявания през деня. При избор на дестинация за своята почивка унгарците се доверяват основно на препоръките на свои приятели, роднини и колеги. Преглеждат внимателно и коментари и отзиви в интернет.

6. Уникално предложение за продажба и желано пазарно позициониране

Предложението за продажба и желано пазарно позициониране е най-голямото конкурентно предимство на всеки един от туристическите райони. Конкретното профилиране е направено на база комбинация от предложените типове проучвания и аналитични дейности в рамките на разработения изследователски дизайн.

Виждане за предимствата и недостатъците на района

Според българските туристи основните предимства на Бургаски Черноморски туристически район са морето (26%), спокойствието и тишината (15%) и местоположението (10%) и природата (8%). Чужденците посочват морето (19%), комбинацията между плаж, слънце и море (5%), климата и природата (по 5%). Недостатъците не са ясно изразени, особено при чужденците, тъй като не са добре запознати със спецификите на района. Все пак и двете групи посочват като основен недостатък инфраструктурата. Според българите (49%) районът не е достатъчно рекламиран. Според чужденците обаче той има необходимата популяризация (също 49%). Това е индикация, че вероятно районът се рекламира в чужбина много по-добре и по-активно, отколкото в България.

Трите изследвани групи – заинтересовани страни, туристически бизнес и туристи, споделят, че пред Бургаския туристически район има значими предизвикателства и справянето с тях е ключова предпоставка за развитието му. В топ 5 според бизнеса са лошата инфраструктура, ясно изразената сезонност, липсата на квалифицирани кадри, презастрояването и обезлюдяването на малките населени места. Заинтересованите страни посочват същите проблеми и добавят неоправдано високи цени в някои места за настаняване и заведения за хранене, липсата на добре организирани къмпинги, шума, кражбите, лошата организация на пространството и услугите около културните обекти и други. Сред туристите неоправдани очаквания има по отношение на местата за развлечение, обслужването, чистотата, туристическите атракции, инфраструктурата, сигурността/безопасността, указанията на чужди езици.

Подобни данни показват, че са необходими съвместни и последователни усилия за удовлетворяване на базовите изисквания на туристите. Тук сериозна роля могат да имат ОУТР като посредник между държавата и бизнеса, които да обобщават и представят пред отговорните страни най-належащите за решаване проблеми.

Макар да е изправен пред множество предизвикателства, районът разполага с много и уникални предимства, които дават почти неограничени възможности за развитие. Основни сред тях според туристите са морето, плажовете природата в района, местната

----- www.eufunds.bg -----

храна и напитки, гостоприемството на местните хора, спокойствието, климатът. Заинтересованите страни добавят, че районът има най-големите курорти, най-хубавите плажове, най-голям брой места за настаняване, по-продължителен сезон, по-топла вода и въздух, че е леснодостъпен заради магистралата, има значими културно-исторически обекти, пристанища и отлична комбинация между море и планина, подходящ е за семейства с деца и други. Според бизнеса районът разполага с достатъчно качествени ресурси за обслужване на посетителите. Високи оценки получават местата за настаняване и хранене, ВиК мрежата, комуникационната инфраструктура, туристическите атракции и достъпността с транспорт.

Предимствата на района трябва да залегнат като ключови характеристики на туристическия продукт в маркетингова стратегия. Необходимо е да бъдат предвидени възможности за комуникация на тези предимства, от една страна, с целевите пазари, а от друга – с бизнеса, така че самите туристическите предприятия да бъдат посланици на бранда на района и комуникационен канал към посетителите.

Асоциации със символи на района

Основната асоциация, свързана с Бургаски Черноморски туристически район, естествено е море (47%) и по-слабо плаж (9%) и природа (7%). Между групите предприятия няма особени различия в това отношение. Освен че е топ асоциация, свързана с района, морето е и основно конкурентно предимство – 41% от всички предприятия споделят това мнение. Най-категорични в това виждане са хотелиерите (44%) и доставчиците на вторични услуги. Според ресторантьорите морето (26%) и природата (22%) са основните плюсове на района, а според туроператорите – морето (29%), местоположението (18%) и плажовете (12%).

Директната асоциация с море се проектира и в идеите за символ на района – общо 60% са свързани с море, плаж, кораби, котви и други морски атрибути. Начело остава морето с 32%. И тук почти няма различия между групите предприятия.

Предвид факта, че има почти пълно единодушие по въпроса за най-важното конкурентно предимство на района, не е учудващо, че туристическите предприятия приемат напълно (85%) специализацията на района в морски и културен туризъм, определена в Концепцията за туристическото райониране.

Отговорилите, че приемат специализацията, смятат, че трябва да се развиват допълнително здравен, приключенски, еко и селски туризъм. Останалите са на мнение, че районът трябва да се съсредоточи върху градски развлекателен и шопинг туризъм, делови, винен и кулинарен и селски туризъм. Все пак делът на тази група е ограничен (едва 8%).

За разлика от представителите на заинтересованите страни в други райони, тези в Бургаския предлагат значително повече и по-разнообразни асоциации с района. Идеите могат да бъдат сведени до три основни групи:

Първата е връзката с море, слънце и плажове. Както експлицитно, така и имплицитно се проявява стремежът на респондентите за отграничаване и изпъкване на фона на района. Така например морето е някак „по-топло“, слънцето – „по-силно“, пясъкът – „по-ситен и

----- www.eufunds.bg -----

фин“. От своя страна слънцето присъства като изгрев или залез, нещо трудно различимо при визуализиране. Накрая и морето се представя от една страна просто като вода, вълни и хоризонт, от друга – по-предметно – като лодки, кораби, риби и други обекти от морската фауна. Разбира се, тези отлики са трудни за визуализиране, и ако бъдат ползвани в символиката, трябва да бъдат вплетени на по емоционално и подсъзнателно ниво.

Втората група е асоциацията с най-големите и популярни курорти – основно с Несебър и Созопол. Тази група е трудна за визуализиране, доколкото трудно се изобразява цял стар град, а няма и да е лесно да се намерят емблематични места или сгради, еднозначно разпознаваеми от всички. Дори да има такива локации или обекти, различни безотказно от българите, те едва ли биха „говорили“ много на чуждите посетители.

Третата група е тази на предметните и обектните асоциации. Сред тях попадат Странджа, Ропотамо, Бегликташ, тракийски разкопки и гробници, мореплавателни съдове и други. Тези асоциации са любопитни от гледна точка на това, че някои от заинтересованите страни са склонни да представят района не обезателно като море. Също не са лесни за визуализиране и еднозначни като асоцииране, налага се да се разказва „какво е това“.

Идеи за уникално предложение за продажба

Извън морето като основно конкурентно предимство на Бургаския район, заинтересованите страни и бизнесът не могат да посочат ясно и категорично други уникални предимства на района, които могат да бъдат водещ аспект в маркетинга му. В хода на дълбочинните интервюта обаче, и особено в частта за промотирането на районите, представителите на туристическите организации и сдружения извеждат някои отличителни характеристики, които могат да станат основа за формирането на USP на района – комбинацията море-планина и комбинацията море-огън.

Поведение и предпочитания на туристите

Районът привлича почти поравно туристи от двата пола, като това съотношение е еднакво както сред българите, така и сред чужденците – 55 към 45 на сто в полза на жените. По възраст изразено преобладава групата между 25 и 45 години, като и по този показател не се регистрират разлики по националност.

Както навсякъде в България, преобладават трудово активните хора. Около половината от посетителите работят на изпълнителски длъжности. Заслужава да се отбележи обаче, че делът на ангажираните на ръководни позиции сред чужденците е двойно по-висок от този сред българите – 12 към 25 на сто.

Над 10 на сто, равен сред българите и чуждите гости е делът на хората със собствен бизнес. Тези данни ясно показват, че Бургаският Черноморски туристически район се радва на посетители с възможности и висок жизнен стандарт.

Сравнително високо е и образователното равнище на гостите. Дяловете на хората със средно образование и на завършилите университет са практически равни. В този факт се крие и потенциал за провокиране на интереса към допълнителни туристически продукти – основно към културния туризъм.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Ако към 45-те на сто женени и омъжени посетители добавим и 15-те на сто, съжителстващи на партньорски начала, неизбежно се налага изводът, че към курортите по Южното Черноморие се ориентират клиенти, търсещи почивка от типа семеен релакс. В същото време трябва да се държи сметка и за едната трета от туристите, които не са семейни и вероятно търсят по активно и силно туристическо преживяване. Това предположение се потвърждава и от факта, че две трети от гостите посещават района самостоятелно, без деца.

Районът се посещава от туристи с около и под средните доходи за своите страни и региони. Така например средният доход на домакинство на българите е малко над 1700 лева, а на чужденците – малко под 5000. Правят впечатление сравнително ниските доходи на най-младите и на най-възрастните посетители съответно малко над и малко под 1150 лева. Ако респондентите са искрени в отговорите си, това означава, че големи групи от туристите са силно ограничени в ползването на допълнителни туристически услуги, извън предплатените пакети.

Гърция, Турция, Италия и Испания са дестинациите, посетени от туристите по Южното Черноморие през последните три години. Всички те са посочени от между 17 и 21 на сто от анкетираните посетители. Интересен е фактът, че данните са дисперсни, а разликите между конкурентните дестинации – твърде малки. Прави впечатление, че държави като Македония, Полша, Румъния, Египет и Хърватия са посетени от значими дялове от 4-5 на сто от респондентите.

Може да се заключи, че районът привлича млади и активни групи туристи, добре образовани и работещи хора, които обаче не разполагат със значителни средства. Почесто пътуват семейно, но не винаги с деца.

Поведение и предпочитания на туристите

Районът привлича почти поравно туристи от двата пола, като това съотношение е еднакво както сред българите, така и сред чужденците. По възраст изразено преобладава групата между 25 и 45 години, като и по този показател не се регистрират разлики по националност. Както навсякъде в България, преобладават трудово активните хора. Около половината от посетителите работят на изпълнителски длъжности. Заслужава да се отбележи обаче, че делът на ангажираните на ръководни позиции сред чужденците е двойно по-висок от този сред българите. Над 10 на сто, равен сред българите и чуждите гости е делът на хората със собствен бизнес. Тези данни ясно показват, че Бургаският Черноморски туристически район се радва на посетители с възможности и висок жизнен стандарт. Сравнително високо е и образователното равнище на гостите. Дяловете на хората със средно образование и на завършилите университет са практически равни. В този факт се крие и потенциал за провокиране на интереса към допълнителни туристически продукти – основно към културния туризъм. Ако към 45-те на сто женени и омъжени посетители добавим и 15-те на сто, съжителстващи на партньорски начала, неизбежно се налага изводът, че към курортите по Южното Черноморие се ориентират клиенти, търсещи почивка от типа семеен релакс. В същото време трябва да се държи сметка и за едната трета от туристите, които не са семейни и вероятно търсят по активно

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

и силно туристическо преживяване. Това предположение се потвърждава и от факта, че две трети от гостите посещават района самостоятелно, без деца.

Районът се посещава от туристи с около и под средните доходи за своите страни и региони. Така например средният доход на домакинство на българите е малко над 1700 лева, а на чужденците – малко под 5000. Правят впечатление сравнително ниските доходи на най-младите и на най-възрастните посетители съответно малко над и малко под 1150 лева. Ако респондентите са искрени в отговорите си, това означава, че големи групи от туристите са силно ограничени в ползването на допълнителни туристически услуги, извън предплатените пакети.

Гърция, Турция, Италия и Испания са дестинациите, посетени от туристите по Южното Черноморие през последните три години. Всички те са посочени от между 17 и 21 на сто от анкетираните посетители. Интересен е фактът, че данните са дисперсни, а разликите между конкурентните дестинации – твърде малки. Прави впечатление, че държави като Македония, Полша, Румъния, Египет и Хърватия са посетени от значими дялове от 4-5 на сто от респондентите.

Може да се заключи, че районът привлича млади и активни групи туристи, добре образовани и работещи хора, които обаче не разполагат със значителни средства. Почесто пътуват семейно, но не винаги с деца. Туристите държат на природата, климата, чистотата, сигурността и обслужването, когато избират дестинациите си. Пътуванията им са дълги – средно 6.3 нощувки за българите и 8.0 – за чужденците. Чужденците използват предимно хотели, докато при българите настаняването е по-разнообразно – хотели, квартири, къщи за гости и други. Българите пристигат със собствен транспорт, най-често автомобил, чужденците – с организиран, най-често самолет.

Българите организират пътуванията си самостоятелно, а голяма част от чужденците разчитат на агенции. Това изисква специфичен маркетингов подход за всяка от групите.

Пътуванията се организират обикновено до месец преди пътуването, което означава, че бизнесът в района може да разчита на last-minute гости и да планира продажбата на подобни пакети.

Голям дял лоялни посетители на района има и сред българите, и сред чужденците, което определя Бургаското Черноморие като предпочитана за тези групи дестинация.

В района се практикува основно морски туризъм, другите видове туризъм са по-слабо развити, вероятно защото не са достатъчно промотирани.

Туристите получават информация за района основно чрез интернет и от уста на уста. Чужденците ползват повече и по-разнообразни информационни канали, вкл. каталози, печатни издания и туристически изложения. Това многообразие от начини за информизиране трябва да бъде отчетено при маркетингането на района.

Чужденците ползват пакетни услуги много по-често от българите и включват в пакетите си допълнителни туристически услуги по-често от българите. По тази причина и средната пакетна цена за чужденците е почти 7 пъти по-висока от тази на българите.

И българите, и чужденците отправят сериозни критики към района и готовността му да посреща туристи – неоправдани очаквания има по отношение на местата за развлечение,

----- www.eufunds.bg -----

обслужването, чистотата, туристическите атракции, инфраструктурата, сигурността/безопасността. Необходими са усилия за осигуряването на базови изисквания на туристите.

Удовлетвореността от различните аспекти на пътуването като цяло е висока. Най-високо оценявани от българите са природата, гостоприемството и сигурността. Чужденците са най-доволни от храната и напитките, местната кухня и пътуването. Основни слабости според българите са автомобилите под наем, владението на чужди езици от местното население и състоянието на атракциите и забележителностите. Чужденците отбелязват като недостатъци инфраструктурата, сигурността и надписите и указанията на чужди езици.

Независимо че има критики по отношение на предлагания туристически продукт, и двете групи биха посетили района отново и биха препоръчали района на близки.

Като конкурентни дестинации се очертават: за българите – Гърция, Турция, Италия и Испания; за чужденците – Гърция, Испания и Италия.

Българите и чужденците се различават по отношение на предпочитанията си към дейности в дестинацията – българите предпочитат да се разхождат сами, да видят нещо, но и да хапнат и напазаруват. Чужденците, от друга страна, желаят да опознаят местната култура и традиции и да дегустират местни храни и напитки. Те търсят по-голямо разнообразие от дейности, докато българите са по-„скромни“ в предпочитанията си. И двете групи държат на дегустацията на местната кухня, на възможностите за гмуркане, къмпингуване и пешеходен туризъм. Българите добавят и риболов към този списък, а чужденците – скайдайвинг/парасейлинг. Екскурзоводските услуги са подходящи основно за чужденците.

Отличителна характеристика на района е морето. Морето (морският туризъм) трябва да бъде база за развитие на района, да присъства в логото (море или свързани с него обекти и същества), да бъде основа на популяризацията. За да е пълноценно преживяването на туристите обаче, е необходимо да има и други възможности – културен, винен и кулинарен и здравен туризъм са общите предложения на българските и чуждестранните посетители. Към този списък българите добавят спортен туризъм, а чужденците – приключенски и еко туризъм.

Районът се рекламира много по-активно в чужбина, отколкото в България. България обаче е ключов генериращ пазар, който не трябва да бъде подценяван.

Основни генериращи пазари за района са България, Полша (и останалите държави от Вишеградската четворка), Германия, Великобритания, Украйна, Русия и съседните държави (въпреки че имат малък дял в проучването).

Посетителите от тези държави, вкл. българите, търсят трите S – sea, sun, sand (море, слънце, пясък/плаж), и имат високи изисквания към туристическите услуги, особено настаняване, обслужване, чистота и сигурност/безопасност.

Туристите от всички пазари, особено чужденците, се нуждаят от разнообразие от дейности, за да постигнат пълноценно туристическо преживяване. Това изисква полагането на усилия за развитието и промотирането на алтернативи видове туризъм на

територията на района – основно културен, винен и кулинарен, приключенски и еко туризъм.

Предпочитания на чуждестранните туристи

Като цяло чуждестранните туристи правят балансиран избор на база на всички възможни фактори, без да абсолютизират нито един от тях. За поляците, най-важни са забележителностите, за немците – климатът и чистотата, за украинците – местата за хранене и обслужването, за чехите – климатът, обслужването и природата, за румънците – климатът, но и с много висока степен на важност цените и местата за настаняване. Прави впечатление, че за гостите от Острова всички фактори са с доста по-ниска степен на значимост, отколкото за останалите националности.

От допълнителните туристически дейности чужденците от всички националности в най-голяма степен посочват дегустацията на местни храни и напитки. Интересът към останалите опции е по-скоро вял и протоколен. Донякъде се откроява сравнително високата важност на къмпингуването за французите и румънците, както и на планинското колоездене за северните ни съседи.

Чуждестранните гости са по-скоро доволни от елементите на реализираното посещение. Поляците и немците оценяват най-високо храните и напитките, а най-ниско – инфраструктурата и сигурността. Британците също са впечатление от българската кухня, а са недотам доволни от персонала и транспорта. Оценките на украинците като цяло са доста ниски и по нито един от компонентите не достигат дори 7. Чехите оценяват най-високо толерантността и зачитането на различията, а най-ниско – цените. Румънците дават оценки от около 9,6 на храните и напитките и местната кухня и едва 6,7 на сигурността, което е индикатор за проблем в критично важна сфера за най-многобройната група чуждестранни посетители в България.

Според проучването основни генериращи пазари за района са България, както и Полша (20%), Германия (18%), Великобритания (11%) и Украйна (9%). Към този списък следва да бъдат добавени останалите държави от Вишеградската четворка (Чехия, Словакия и Унгария), Русия и съседните на България страни (Гърция, Турция, Северна Македония и Сърбия).

И сред българските, и сред чуждестранните туристи преобладават младите хора – сред българите 47%, а сред чужденците – 56% са до 35 години. Делът на хората до 45 години в двете групи е съответно 72% и 86%, което означава, че районът привлича млади и активни групи.

Преобладаващата част от туристите са работещи – 81% от българите и 74% от чужденците. Докато при българите на високи позиции са общо 24%, при чужденците делът на тази група достига до 39%. Следователно може да се заключи, че посетителите на района от други държави са освен млади и активни, и лица със социален статус над средния.

Преобладават пътуващите семейства – 57% от посетилите района българи и 60% от посетилите района чужденци живеят в брак или на семейни начала.

В момента на пътуването 32% от българите и 36% от чужденците пътуват с деца. 92% от децата на българите и 84% от децата на чужденците са между 3 и 12 години.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

Очаквано, заради по-високия стандарт на живот в чужбина, но и заради социалния статус на туристите, се наблюдават огромни различия в средния нетен доход на пътуващите българи и чужденци – над 2.8 пъти в полза на чужденците.

Българите и чужденците се различават по отношение на предпочитанията си към дейности в дестинацията. Ако трябва да се обобщи, то българите предпочитат да се разхождат сами, да видят някой обект, но и да хапнат и напазаруват. Чужденците, от друга страна, желаят да опознаят местната култура и традиции – забележителности, занаяти, традиции, както и дегустация на местни храни и напитки. Самостоятелните разходки са назад в желанията им, тъй като така имат по-слаб досег със спецификата на местата, които посещават.

Чужденците предпочитат по-голямо разнообразие от дейности – всички изброени получават оценки за важност над средното ниво. Българите са по-„скромни“ в предпочитанията си. За тях по-голямата част от дейностите са маловажни. И двете групи обаче държат на дегустацията на храни и напитки, възможностите за гмуркане, къмпингуване и пешеходен туризъм. Българите добавят и риболов към този списък, а чужденците – скайвдайвинг/парасейлинг.

Българите търсят повече самостоятелност в пътуванията си – едва 6% биха ползвали екскурзовод. Това вероятно се дължи на факта, че пътуват в собствената си страна. 45% от чужденците обаче споделят, че предпочитат да имат водач при разходките си.

Предложения за уникално предложение за продажба

Тук можеш да имаш лятна почивка точно по твой вкус – да спиш под звездите на ситния пясък, да отседнеш в курортите ни с нестихващ нощен живот, да се гмуркаш във водите на Черно море или да нахраниш душата си със съвременно изкуство, грижливо запазено архитектурно наследство и неподправената красота на природния резерват Странджа..

Here you can have a summer vacation to your taste – to sleep under the stars on the fine sand, to stay in our resorts with neverending nightlife, to dive into the waters of the Black Sea or to feed your soul with contemporary art, carefully preserved architectural heritage and the authentic beauty of the Strandzha Nature Reserve.

----- www.eufunds.bg -----

Желано пазарно позициониране

Предпочитаната дестинация на Балканите за активна морска ваканция от любители както на приключенския и еко туризъм, така и от младите хора, търсещи клубна култура на нивото на големите парти дестинации в Европа.

The preferable destination in the Balkans for an active sea vacation by lovers of both adventure and eco-tourism, as well as by young people looking for club culture at the level of major party destinations in Europe.

Ключови послания на района

Морски (семейства): Незабравими мигове за всеки

Морски (млади): Най-доброто парти на Балканите

Културен: Предизвикай твореца в теб

Приключенски и еко: Дивата природа на крачка от пясъка

Делови (летен хоум офис): Лаптопът е най-красив с море за фон

Здравен: Морето лекува духа и тялото

Sea tourism (for families): Unforgettable moments for everyone

Sea tourism (for young people): The best party on the Balkans

Cultural tourism: Challenge the artist in you

Adventure and eco-tourism: Wildlife a step away from the sand

Business tourism (summer home office): The laptop looks best with a sea background

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

7. Общи насоки за брандиране на всеки туристически район и предложения за лого и слоган

Разработването на общите насоки за брандиране на туристическия район е базирана на резултатите от проучванията и аналитичните дейности, предвидени в рамките на разработения изследователски дизайн, като основен принос имат резултатите от:

- анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайтъри;
- прегледа на добри европейски и международни практики за разработване на маркетингови стратегии и тяхното комуникиране към избрани аудитории, на национално и регионално ниво, в областта на туризма, при съобразяване с териториални, правни и пазарни критерии;
- проучване и анализ на местни брандове и локално предприемачество

Логото е основен атрибут на бранда на района. То трябва да присъства на всеки комуникационен материал, с цел разпознаваемост и бранд принадлежност в комуникацията.

Официалното лого на района се състои от символ, името на района и слоган (ключово послание). Пропорциите, разредката, релативното позициониране и цветът на логото са абсолютно конкретни и не могат да бъдат променяни.

Основната употреба на логото на района е в едноцветен, бял вариант. Това позволява употребата на логото върху основа с всякакъв цвят, без необходимост от подложка.

При необходимост, се предвижда използването на пълноцветно лого, но само в случай, че подложката (основата) е бяла. Цветовете на пълноцветното лого са точно определени.

Логото съществува и в черен вариант, който се употребява в много редки случаи.

Бялото лого може да се използва върху снимки. Ако снимката е прекалено светла или контрастна, трябва да се постави цветен филтър за по-добра четивност на логото. Бялото лого може да се използва върху едноцветен фон, когато има осигурени достатъчен контраст и добра четивност.

Логото на района не трябва да се деформира по никакъв начин, да се разместват елементите му, да се накланя или използва огледално. Не трябва да се използва в други цветове, освен предоставените. Забранено е да се използва контур или прозрачност на която и да е част от логото. Забранено е да се използва цветна подложка, която не осигурява достатъчен контраст на логото и четивност на всички елементи.

Цветното лого винаги се използва с бяла подложка и никакъв друг цвят. Елементите на логото не могат да се разместват по никакъв начин, да се използват вертикално или да се взимат само части от него.

Слоганът на района, ситуиран под името му, представлява основното послание, което се отправя към потенциалните му посетители. Това послание трябва да е изходна точка за всички хедлайни, събхедлайни и криейтив послания, които се създават и са свързани с промотирането на района.

Слоганът винаги стои в точно определена позиция спрямо логото. Те заедно образуват обща композиция. Тази група от елементи е част от постоянните дизайн елементи на бранда. Логото и слоганът винаги се употребяват заедно без препинателни знаци.

По изключение, когато форматът е твърде малък, (например химикалка, друг рекламен материал или много малък формат на уеб банер) логото може да се използва без слоган.

Логото на района трябва да е равно по размери или по-малко от логото на България, когато двете присъстват на едни и същи рекламни материали.

Предложния за лого и слоган

На база на анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайъри, както и прегледа на добри европейски и международни практики за разработване на маркетингови стратегии и тяхното комуникиране към избрани аудитории, на национално и регионално ниво, в областта на туризма, при съобразяване с териториални, правни и пазарни критерии са разработени следните предложения за лого на слоган на туристическия район.

При разработването на предложенията са използвани основните изисквания в Наръчника за използване елементите на бранд България. Основната употреба на логото е в едноцветен, бял вариант. Това позволява употребата на логото върху цветни фонове без необходимост от подложка. При необходимост, се предвижда използването на пълноцветно лого. Цветовете на пълноцветното лого са точно определени. За да се възприемат добре всички цветове, под цветния вариант се прилага бяла подложка. Логото съществува в черен вариант.

Слоганът на представя района ни като уникалното място и дестинация. Място, което искаш да опознаеш и да споделиш с всички. Това послание трябва да е изходна точка за всички хедлайни, събхедлайни и криейтив послания, които се създават и са свързани с промотирането на дестинацията на района.



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ

ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

ЧУЙ ШЕПОТА НА ВЪЛНИТЕ



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ

ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

БУРЯ ОТ ЕМОЦИИ



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ

ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

УСЕТИ РИТЪМА НА
МОРЕТО



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ

ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

НАМЕРИ СЕБЕ СИ

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН
ЧУЙ МЕЛОДИЯТА НА
МОРЕТО



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН
ПОЧУВСТВАЙ
РОМАНТИКАТА



БУРГАСКИ
ЧЕРНОМОРСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН
ВРЕМЕ ЗА ЗАСЛУЖЕНА
ПОЧИВКА

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



8. Концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район

Разработена е концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район. Концепцията е разработена на база комбинация от предложените типове проучвания и аналитични дейности в рамките на разработения изследователски дизайн, като основен принос имат резултатите от анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайътри, както и допълнителната поддейност за проучване и анализ на местни брандове и локално предприемачество в деветте туристически района.

Концепцията за брендиране на местните стоки и услуги във всеки туристически район цели създаване на асоциации в съзнанието на туристите. В туристическия район липсва ясно дефинирана конкурентна идентичност, която възпрепятства формирането на диференциращ образ на района като дестинация в потребителското съзнание.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



БУРГАС

УСЕТИ РИТЪМА НА
МОРЕТО



БУРГАС

УСЕТИ РИТЪМА НА
МОРЕТО



БУРГАС

УСЕТИ РИТЪМА НА
МОРЕТО



Проект BG16RFOP102-2.010-0002 „Повишаване на функционалните роли на туристическите организации за Управлението на туризма в Бургас, 2014-2020, финансиран от Оперативна програма



мор туризъм и
оперативна п
рест”, съфин
лие.



и”
ския



9. Стратегии и тактики за постигане на целите и достигане до потребителите (маркетинг микс)

Маркетинг микс:

Основните компоненти на маркетинг-микса са свързани с: продуктовата политика на туристическия продукти, които са формирани и предлагат в района, ценовата политика, дистрибуционната политика (каналите за разпространение) и комуникационната политика.

1. Продуктова политика

Продуктовата политика има за предмет от една страна качеството на индивидуалния продукт в широк смисъл, а от друга страна – диференциране на продукта, с оглед приспособяването му за различните пазарни сегменти в района.

Най-важните фактори за избора на Бургаски Черноморски туристически район като дестинация не се различават за българи и чужденци – и двете групи държат на природата, климата и чистотата, следвани от сигурността и обслужването за българите и сигурността и цените за чужденците.

При избора на дестинация българите биха искали почивка (92%), природа (40%) и приключения (26%), а също и дейности, свързани със здравето (20%) и нощен живот (19%). За чужденците е са важни възможността за почивка (86%), приключения (37%) и природата (25%). Биха искали също култура (26%) и нощен живот (21%).

Цената влияе в голяма степен на избора на дестинация на 35% от чужденците и на почти 70% от българите.

Почивките в Бургаски Черноморски туристически район обикновено са дълги – 39% от българите и 61% от чужденците ползват 6-10 нощувки, а още 28% от българите и 20% от чужденците между 4 и 5. Средно се осъществяват 6.3 нощувки за българите и 8.0 – за чужденците.

Чужденците най-често ползват хотели 4* (39%) и 3* (29%). При българите настаняването е по-разнообразно, като обикновено се ползват квартирите/стаите под наем (19%), къщите за гости (17%), хотели 4* (14%) и 3* (10%). Всеки десети отсяда при приятели или роднини.

Българските туристи обикновено пристигат със собствен транспорт (86%). 12% ползват обществен. Чужденците пък най-често са с организиран транспорт (44%). Обществен ползват 32%, а собствен – 28%.

Използваните превозни средства също зависят от националността на госта. Чужденците пристигат в района със самолет (63%) или автомобил (25%). Българите ползват предимно автомобили (86%). Почти равен дял българи и чужденци използват автобуси – съответно 12% и 14%.



Чужденците пътуват до района средно 1450 км, а българите – около 300. Изминатите километри зависят от превозното средство. Средно с лек автомобил туристите изминават около 1000 км, тези със самолет 1750, а тези с автобус – около 1300.

Българите организират пътуванията си самостоятелно (94%), докато голяма част от чужденците разчитат на агенция (58%). Все пак близо 40% от чужденците резервират сами.

Противно на очакванията, няма голяма разлика в момента на организация на пътуването между българи и чужденци – 64% от българите и 58% от чужденците резервират до месец преди пътуването, а 39% от българите и 46% от чужденците – до две седмици по-рано. Почти равен е дялът на „ранните организатори“ в двете групи – 19% от българите и 22% от чужденците организират пътуването 4 или повече месеца по-рано. Това означава, че бизнесът в района може да разчита на last-minute гости и да планира продажбата на подобни пакети.

Както българите, така и чужденците пътуват основно със семействата си – съответно 55% и 60%. С приятели почиват 48% от българите и 30% от чужденците.

Българите обикновено са посещавали и преди Бургаския район: 19% поне 1-2 пъти, 32% - 3 до 5 пъти, а 34% - над 6 пъти. Дялът на непосещавалите района е 14%. Чужденците, които не са посещавали района са три пъти повече – 39%. И сред тях обаче има лоялни на Бургаското Черноморие туристи – 27% са идвали поне 1-2 пъти, 12% - между 3 и 5 пъти, а 10% - повече от 6 пъти.

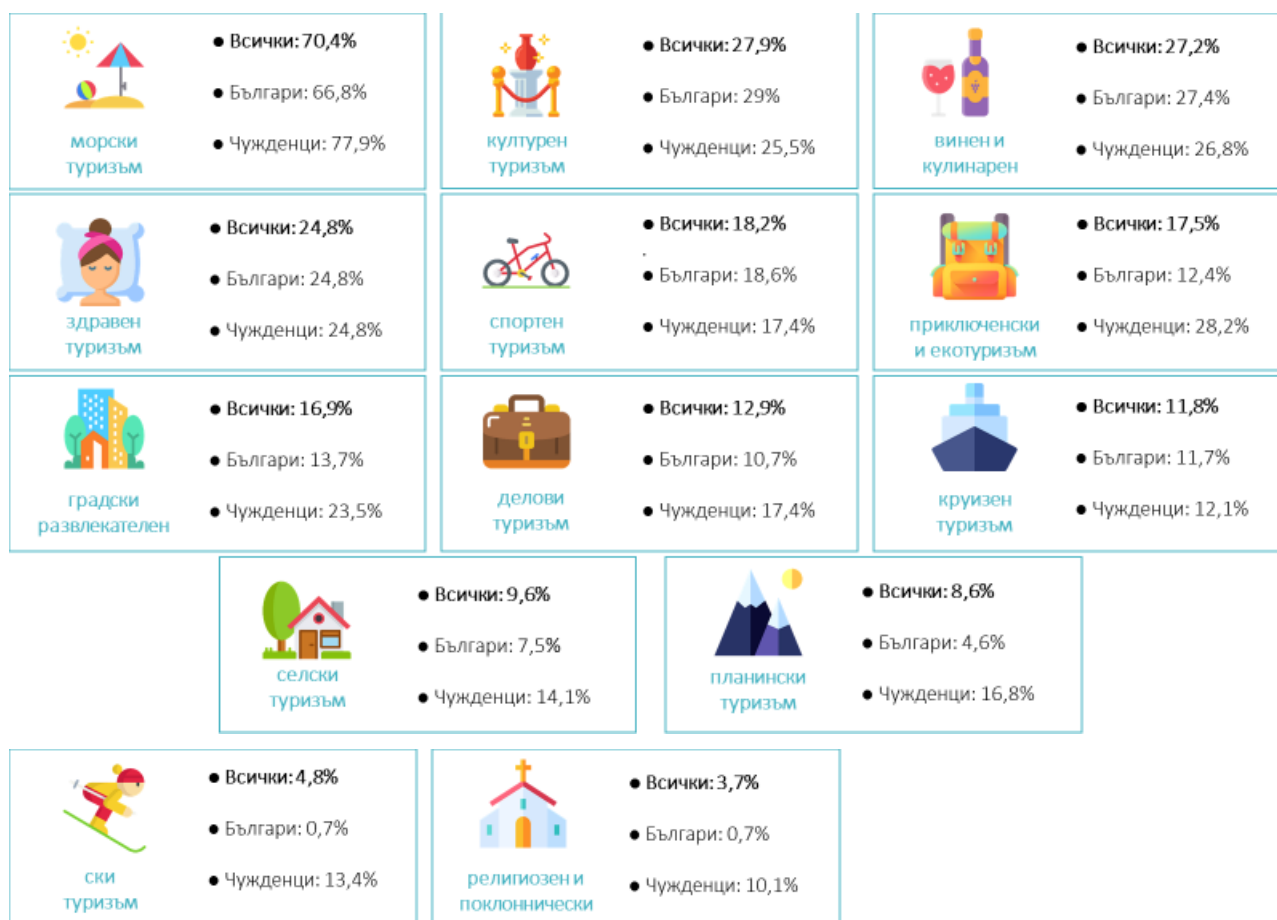
Над половината от българите са посетили района в последната година. Аналогичният дял за чужденците е 21%. Още 18% са идвали преди 2 години, а 14% - преди повече от 2 г.

96% от българите и 98% от чужденците са практикували морски туризъм. По-слабо популярни са културен, градски и шопинг, здравен, винен и кулинарен, както и приключенски и еко туризъм, последните особено сред чужденците.

Основната отличителна характеристика на Бургаски Черноморски туристически район е морският туризъм (според 90% от българите и 88% от чужденците). Виненият и кулинарен туризъм, културният туризъм и градският развлекателен и шопинг туризъм също му помагат да се открие сред другите туристически дестинации.

Морето е първото нещо, което изниква в съзнанието и на българските, и на чуждите туристи, когато чуят нещо за района. С море и свързаните с море същества и обекти (риба, котва, кораб, лодка, фар, плаж, делфин и т.н.) са и предложенията за лого на района.

Естествено, и българи, и чужденци споделят, че в района трябва задължително да се развива морски туризъм. За да е пълноценно преживяването на туристите обаче, е необходимо да има и други възможности – културен, винен и кулинарен и здравен туризъм са общите предложения на българските и чуждестранните посетители. Към този списък българите добавят спортен туризъм, а чужденците – приключенски и еко туризъм.



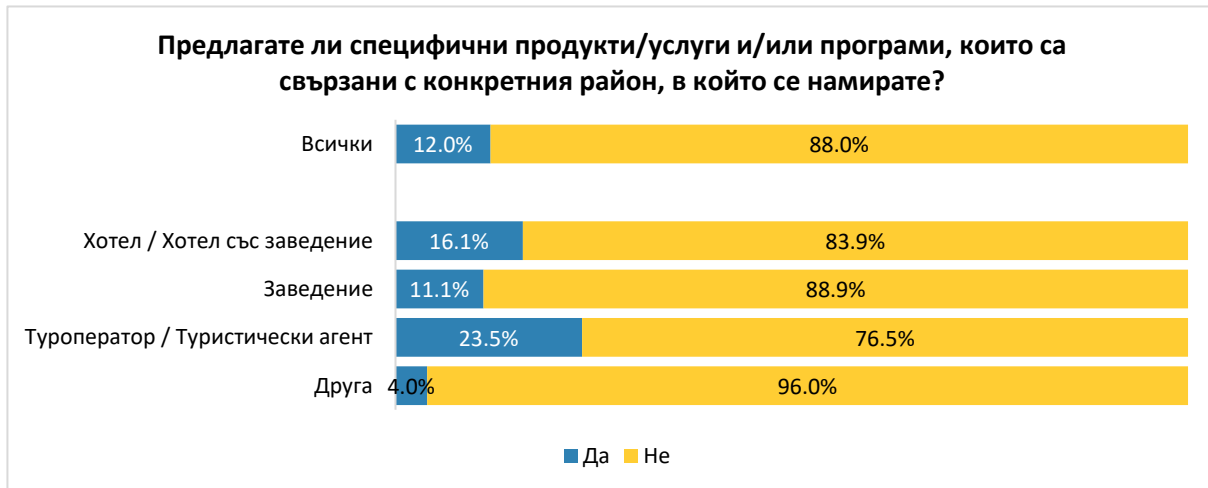
Основните групи потребители в Бургаски туристически район за хотелиери, ресторантьори, ТО и ТА и доставчиците на вторични услуги са руснаците (55%). Германци, британци, румънци и украинци са останалите националности в топ 5. Потребителите съвпадат изцяло с ключовите генериращи пазари. Специфики се наблюдават при ТО и ТА, които работят и с други националности, при заведенията, 26% от които обслужват основно българи и при доставчиците на вторични услуги, които работят с турци и българи.

Привлечените посетители в Бургаски Черноморски туристически район практикуват основно морски туризъм (81%), което не е учудващо предвид специализацията на района. Популярни са също културен туризъм, градски развлекателен и шопинг туризъм, делови туризъм.

Малка част от предприятията предлагат на потребителите си специфични продукти/услуги и/или програми, които са свързани с района (12%). По-активни в това отношение са туроператорите и туристическите агенти (24%). Обикновено това са посещения на културни забележителности и



интересни места в района, екскурзии и български фолклорни вечери. Заведенията предлагат месни специалитети (в случая риба).



Най-често потребителите се възползват от: самостоятелни обиколки и разходки (75%), посещение на местни забележителности и културни/исторически обекти (35%), пазаруване и посещение на различни пазари (33%), разходки с екскурзовод (21%) и посещение на фестивали и събития (17%).

ИЗВОД: На база на анализиранияте статистически данни и информация от проучванията се препоръчва разработването и активното предлагане на продукти в областта на здравния, културния, винения, спортния, градския и шопинг туризъм, приключенския и еко туризъм. Предпоставките за това са налице – добрата инфраструктура, богатството от туристически атракции, високата мобилност, особено на местните посетители, както и експлицитно заявеният интерес на туристите. Успешното налагане на тези продукти ще намали тоталната доминация на морския туризъм, ще увеличи средната продължителност на престоя и ще увеличи приходите в дестинацията.

Възможности за устойчиво развитие на туризма на ниво район:

Тип туризъм	Морски
Целева група	Българи, 18 – 60 години; Чужденци, 18 – 60 години
Специфика	Пълноценна почивка с цел морски туризъм, с включено настаняване в хотел 3*+ , изхранване на полупансион или All Inclusive, чадър и шезлонг на плажа и/или до басейна на хотела. Престоят се



		разнообразява с възможности за организирано посещение на културно-исторически забележителност в близост (пътуване до 60 мин. в посока).
Основни локации		Слънчев бряг, Бургас, Обзор, Несебър, Свети Влас, Равда, Черноморец, Дюни, Елените, Поморие, Приморско, Китен, Созопол, Лозенец, Царево, Ахтопол, Синеморец
Продължителност на престоя	на	Уикенд / 5 нощувки / 7 нощувки
Сезонност		Май - Септември

Тип туризъм		Здравен
Целева група		Българи на възраст 40+ г. с хронични заболявания или принципен интерес към балнеология и СПА Чужденци на възраст над 40 години
Специфика		Пътуване с цел отдих и оздравителен туризъм в дестинация от района. Включено НВ или All Inclusive изхранване, един лечебен масаж, неограничен достъп до предлаганите в мястото на настаняване базови СПА услуги (минерален басейн, парна баня, сауна) и възможност за доплащане за други процедури.
Основни локации		Бургас, Бургаски минерални бани, Поморие
Продължителност на престоя	на	Уикенд или 5-дневен престой
Сезонност		Целогодишно

Тип туризъм		Културно-исторически
Целева група		Българи, 30 – 60 години;



	Чужденци, 18 – 60 години
Специфика	Обиколка на архитектурни обекти, разкриващи многолик район, с влияния от различни епохи. Пътуването следва да се предлага като отлична възможност за разнообразяване на морската почивка, особено в дни, неподходящи за плаж. Екскурзията включва обяд с традиционни ястия с пресен улов от Черно море, с възможност за покупка на сувенири, местни храни и напитки.
Основни локации	Старият град на Несебър и Созопол, остров Света Анастасия, античната куполна гробница на Поморие, Бегликташ
Продължителност на престоя	Еднодневен
Сезонност	Май - Септември

Тип туризъм	Приключенски и екотуризъм
Целева група	Българи, 30 – 55 години; Чужденци, 30 – 60 години
Специфика	Кратки екскурзии с опознавателна цел в район богат на природни забележителности. Пътуването следва да се предлага като отлична възможност за разнообразяване на морската почивка, особено в дни, неподходящи за плаж.
Основни забележителности	Ропотамо, Аркутино, Силкосия, природен парк Странджа, Атанасовско езеро, скален феномен Лъвската глава
Продължителност на престоя	Еднодневни пътувания
Сезонност	Май - Септември



Съществуващи марки и продукти	„Медицински град Бургас“ Поморие: „Яворови дни“, „Фестивал на църковната песен“, „Мажоретен фестивал“ и „Дни на виното“
-------------------------------	--

2. Ценова политика

Ценовата политика обхваща определянето на цената на предлагания пакет туристически услуги, диференцирането на цените по групи пазари, а също и по периоди в рамките на туристическия сезон, възможностите за отбив от първоначалната офертна цена и други. Офертната цена се определя съобразно обема на продажбите и пазарните цели на мениджърския екип, начина на организация на продажбите; конкуренцията, както от българска страна, така и от страна на чуждестранни дестинации; очакваните ползи от страна на клиентите и тяхната субективна преценка за съответствие между цена и качество на продукта в т.ч. и качеството на обслужване.

При определяне на ценовата политика е използвано възприятието на туристите за стойността на продукта в рамките на проведеното проучване. Възприемането на туристите зависи от качеството на продукта, от репутацията на дестинацията и от удовлетвореността на предлаганите услуги.

Основните разходи по време на пътуването както за българи, така и за чужденци, са за храна – съответно 71% и 69% посочват това перо. За чужденците вторият по размер разход е за настаняване – за 58% срещу 39% от българите. За българите вторият по разход е за забавления и релакс (45% при 25% от чужденците).

Ползването на пакетни услуги е по-популярно сред чужденците – 54% от тях при 12% от българите. Най-често ползваните пакети за българите са ол инклузив или ултра ол инклузив (44%), както и нощувка, закуска и вечеря (37%) и нощувка и закуска (20%). При чужденците най-популярният пакет е ол инклузив или ултра ол инклузив (74%).

В пакетите на чужденците се включват още и екскурзии извън мястото на настаняване (32%), атракциони (18%) и ползване на ресторанти извън мястото на настаняване (14%), а в пакетите на българите – екскурзии извън мястото на настаняване и атракциони (по 14%), но по-често нищо от изброените (25%). Средно пакетната цена за българите е 350 лв., а за чужденците – 2315 лв. Различията се дължат на разликите в броя на нощувките, както и в ползването на ол инклузив и други туристически услуги в пакета.

Районът привлича млади и активни групи туристи, добре образовани и работещи хора, които разполагат със средства. По-често пътуват семейно, но не винаги с деца.

www.eufunds.bg



Туристите държат на природата, климата, чистотата, сигурността и обслужването, когато избират дестинациите си.

Пътуванията им са дълги – средно 6.3 нощувки за българите и 8.0 – за чужденците. Чужденците използват предимно хотели, докато при българите настаняването е по-разнообразно – хотели, квартири, къщи за гости и други. Българите пристигат със собствен транспорт, най-често автомобил, чужденците – с организиран, най-често самолет.

Българите организират пътуванията си самостоятелно, а голяма част от чужденците разчитат на агенции. Това изисква специфичен маркетингов подход за всяка от групите.

Пътуванията се организират обикновено до месец преди пътуването, което означава, че бизнесът в района може да разчита на last-minute гости и да планира продажбата на подобни пакети.

Голям дял лоялни посетители на района има и сред българите, и сред чужденците, което определя Бургаското Черноморие като предпочитана за тези групи дестинация.

В района се практикува основно морски туризъм, другите видове туризъм са по-слабо развити, вероятно защото не са достатъчно промотирани.

Туристите получават информация за района основно чрез интернет и от уста на уста. Чужденците ползват повече и по-разнообразни информационни канали, вкл. каталози, печатни издания и туристически изложения. Това многообразие от начини за информиране трябва да бъде отчетено при маркетингането на района.

Чужденците ползват пакетни услуги много по-често от българите и включват в пакетите си допълнителни туристически услуги по-често от българите. По тази причина и средната пакетна цена за чужденците е почти 7 пъти по-висока от тази на българите.

И българите, и чужденците отправят сериозни критики към района и готовността му да посреща туристи – неоправдани очаквания има по отношение на местата за развлечения, обслужването, чистотата, туристическите атракции, инфраструктурата, сигурността/безопасността. Необходими са усилия за осигуряването на базови изисквания на туристите.

Удовлетвореността от различните аспекти на пътуването като цяло е висока. Най-високо оценявани от българите са природата, гостоприемството и сигурността. Чужденците са най-доволни от храната и напитките, местната кухня и пътуването. Основни слабости според българите са автомобилите под наем, владението на чужди езици от местното население и състоянието на атракциите и забележителностите. Чужденците отбелязват като недостатъци инфраструктурата, сигурността и надписите и указанията на чужди езици.

Независимо че има критики по отношение на предлагания туристически продукт, и двете групи биха посетили района отново и биха препоръчали района на близки.



Като конкурентни дестинации се очертават: за българите – Гърция, Турция, Италия и Испания; за чужденците – Гърция, Испания и Италия.

Българите и чужденците се различават по отношение на предпочитанията си към дейности в дестинацията – българите предпочитат да се разхождат сами, да видят нещо, но и да хапнат и напазаруват. Чужденците, от друга страна, желаят да опознаят местната култура и традиции и да дегустират местни храни и напитки. Те търсят по-голямо разнообразие от дейности, докато българите са по-„скромни“ в предпочитанията си. И двете групи държат на дегустацията на местната кухня, на възможностите за гмуркане, къмпингуване и пешеходен туризъм. Българите добавят и риболов към този списък, а чужденците – скайвдайвинг/парасейлинг. Екскурзоводските услуги са подходящи основно за чужденците.

Отличителна характеристика на района е морето. Морето (морският туризъм) трябва да бъде база за развитие на района, да присъства в логото (море или свързани с него обекти и същества), да бъде основа на популяризацията. За да е пълноценно преживяването на туристите обаче, е необходимо да има и други възможности – културен, винен и кулинарен и здравен туризъм са общите предложения на българските и чуждестранните посетители. Към този списък българите добавят спортен туризъм, а чужденците – приключенски и еко туризъм.

Районът се рекламира много по-активно в чужбина, отколкото в България. България обаче е ключов генериращ пазар, който не трябва да бъде подценяван.

Според фирмите, основният фактор, който влияе върху избора на дестинация, е цената – на това мнение са 53%. Посетителите конкретно на територията на района са привлечени най-вече от природата, доброто съотношение „цена-качество“ и добрата храна.

Представителите на туристическите предприятия в Бургаския район споделят, че в последните години клиентите търсят по-изгодни оферти (66%), търсят все по-качествена услуга (26%) и все повече клиенти са склонни на повторно посещение (22%). Хотелиерите и ресторантьорите допълват също, че все повече клиенти препоръчват района на свои близки и познати, а ТО и ТА – че клиентите търсят допълнителни услуги и са склонни да похарчат повече пари.

ИЗВОД: Необходимо е стимулирането на разходите, различни от транспорт, настаняване и храна. По отношение на изхранването е добре да се насърчава посещаването на обекти и извън местата за настаняване. Препоръчително е да се оползотвори потенциалът, дължащ се на повишаването на стандарта на живот на българските туристи и произтичащият от това стремеж към повече лукс. На българите следва да се правят добри оферти за по-висока категория хотели, както и да се използва склонността им да пътуват и де се хранят извън местата за настаняване. Препоръчително е да се комуникира с чуждестранните туроператори включването на екскурзии и тематични ресторанти в пакетите.



3. Дистрибуционна политика

Системата и политиката на продажби или още каналите за разпределение обхваща възможните подходи, чрез които се осъществява връзката между туристическото предприятие, създаващо и предлагащо продукта и неговите крайни потребители.

На практика се използват две форми на организация на продажбите – директна и индиректна.

- Директна продажба или прекият канал за реализация означава непосредствена връзка между първичното туристическо предприятие, което предоставя продукта и неговите крайни потребители.

- Индиректната продажба означава опосредстване на връзката между продавач и крайния потребител – турист, чрез участието на един или няколко еднородни или разнородни специализирани посредници.

Достъпът до потребителите се осъществява:

- при хотелиерите – чрез онлайн резервационни системи като Booking, Orbitz, Expedia, Trivago, Travelocity (80%), собствени уебсайтове (48%) и сайтове за колективно пазаруване (25%). Едва 7% не ползват онлайн дистрибуционни канали;
- при ресторантьорите – чрез собствени уебсайтове (44%), 56% не ползват онлайн дистрибуционни канали;
- при ТО и ТА – чрез собствени уебсайтове (77%), глобални дистрибуционни системи (GDS), като Amadeus, Appolo, Galileo, Sabre Worldspan и др., и онлайн резервационни системи (по 18%), както и чрез сайтове за колективно пазаруване (12%). Едва 6% не ползват онлайн дистрибуционни канали;
- при доставчиците на вторични услуги – чрез собствени уебсайтове (36%), 58% не ползват онлайн дистрибуционни канали.

ИЗВОД: Силно препоръчително е МСП от сектора в района да разработят, развият и поддържат директни канали за продажба, успоредно с използването на резервационните и дистрибуционните системи. Това се отнася особено за ресторантьорите и доставчиците на вторични услуги, които практически няма как да се възползват от глобалните системи.







4. Комуникационна политика

Комуникационната политика обхваща многообразието от инструменти за въздействие върху потребителите, които се групират в следните области: връзки с обществеността (PR), реклама, стимулиране на продажбите, директен маркетинг и др.

Основният източник на информация за туристите в Бургаския район, независимо дали са българи или чужденци, е интернет, следван от word-of-mouth – за 46% от българите и 27% от чужденците. Телевизията също е силен информационен канал и за двете групи. Чужденците се информират и чрез каталози на туроператори, печатни издания, радио и туристически изложения. Средният брой ползвани източници за българите е 1.8, докато за чужденците 2.7.

Предпочитаните от туристите:

- онлайн сайтове/портали, свързани с туризъм са booking.com, pochivka.bg/bgstay.com, grabo.bg и trivago за българи и booking.com за чужденци;
- социални мрежи са Facebook и Instagram и за двете групи;
- авиокомпани: Wizz Air, Ryanair и Bulgaria Air и за двете групи;
- резервационни системи: booking.com и за двете групи.

 Телевизията	<ul style="list-style-type: none"> • Всички: bTV (17%); Nova TV (15,5%); BNT 1 (2,7%) ... Не знам (43,1%) • Българи: bTV (27,7%); Nova TV (25,3%); BNT 1 (4,3%) ... Не знам (27,2%) • Чужденци: TLC (2,6%); France TV (2,6%); CNN (2,6%) ... Не знам (68,2%)
 Онлайн сайт / портал, свързан с туризъм	<ul style="list-style-type: none"> • Всички: booking.com (8,7%); pochivka.bg / bgstay.com (3,7%); grabo.bg (3,2%) ... Не знам (73,4%) • Българи: booking.com (7,9%); pochivka.bg / bgstay.com (6%); trivago (5,2%) ... Не знам (69,3%) • Чужденци: booking.com (9,9%); Instagram (2,1%) ... Не знам (79,8%)
 Социална мрежа	<ul style="list-style-type: none"> • Всички: Facebook (34,9%); Instagram (9%); Viber (1,2%) ... Не знам (51,6%) • Българи: Facebook (41,6%); Instagram (5,7%); Viber (1,9%) ... Не знам (49,5%) • Чужденци: Facebook (24,5%); Instagram (14,2%); YouTube (3%) ... Не знам (54,9%)
 Авиокомпания	<ul style="list-style-type: none"> • Всички: WIZZ AIR (13,6%); Ryanair (4,5%); Bulgaria Air (3%) ... Не знам (69,1%) • Българи: WIZZ AIR (11,1%); Bulgaria Air (3%); Ryanair (2,2%) ... Не знам (77,4%) • Чужденци: WIZZ AIR (17,6%); Ryanair (8,2%); Bulgaria Air (3%) ... Не знам (55,8%)



Резервационна
система










- **Всички:** booking.com (13,8%); По телефона (1,2%); Airbnb (1%) ... Не знам (77,9%)
- **Българи:** booking.com (11,1%); По телефона (1,6%); Airbnb (1,1%) ... Не знам (79,3%)
- **Чужденци:** booking.com (18%); Интернет (1,3%) ... Не знам (75,5%)

При нужда от специализирана информация за атракция, обект или събитие българите търсят в интернет (76%) и разчитат на познати (48%). Всеки четвърти се обръща към туристическа фирма. Чужденците също търсят в мрежата (65%), но почти толкова често се обръщат и към туроператорите/турагентите (62%). Проверяват също в специализирани справочници (34%) и рекламни материали (22%).

Туристите търсят предварително информация за:

- Природа/природни забележителности (81%);
- Хотели/къщи за настаняване/мотели/пансиони (76%);
- Ресторанти и други места за хранене (73%);
- Културни паметници и атракции (66%);
- Възможностите за развлечения, които предлага района (60%);
- Фестивали, събори и други културни прояви (45%).

И българи, и чужденци смятат, че най-ефективни са ТВ и интернет рекламата. На трето място българите поставят рекламата в социални мрежи, а чужденците – рекламата в специализирани туристически издания.

 ТВ И РАДИО РЕКЛАМА	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 46,1% ● Българи: 41% ● Чужденци: 56,4% 	 ИНТЕРНЕТ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 23,2% ● Българи: 26,1% ● Чужденци: 17,4% 	 СОЦИАЛНИ МРЕЖИ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 8,1% ● Българи: 11,1% ● Чужденци: 2%
 ПУБЛИКАЦИИ В СПЕЦ. ИЗДАНИЯ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 7,7% ● Българи: 8,1% ● Чужденци: 6,7% 	 РЕКЛАМА В СПЕЦ. ИЗДАНИЯ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 7% ● Българи: 6,5% ● Чужденци: 8,1% 	 БИЛБОРДОВЕ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 3,7% ● Българи: 3,3% ● Чужденци: 4,7%
 ИНФОРМ. ТАБЕЛИ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 1,8% ● Българи: 1% ● Чужденци: 3,4% 	 ДРУГО	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 1,1% ● Българи: 1,3% ● Чужденци: 0,7% 	 СПЕЦ. БОРСИ И ИЗЛОЖЕНИЯ	<ul style="list-style-type: none"> ● Всички: 0,9% ● Българи: 1,3%



Слабото промотиране и липсата на информация за района се изтъкват като основни недостатъци на Бургаския район от хотелиерите, туроператорите и доставчиците на вторични услуги. Затова оценката на 88% от предприятията, че местните туристически обекти не са достатъчно рекламирани, не е учудваща. Мнението се споделя в еднаква степен от всички изследвани групи.

Същевременно бизнесът сам признава, че е по-скоро пасивен по отношение на собствената си реклама и популяризацията на района – едва 17% споделят, че се рекламират „по-скоро достатъчно“. На практика това означава, че липсва мобилизация на усилия, а вероятно и мотивация за действие, в това направление и основните очаквания са насочени към държавата и местните власти.

Предприятията са на мнение, че най-ефективната реклама за популяризиране и продажба на местните забележителности е чрез интернет (74%), социалните мрежи (45%), ТВ и радио (25%) и специализираните сайтове и електронни медии (20%) – каналите, които и в момента предприятията използват за привличане на потребители.

Голяма част от българските и чуждестранните туристи твърдят, че познават добре района. Предвид голямата разлика между морския и останалите видове практикуван туризъм, тук вероятно става въпрос предимно за познаване на географията на района, а не на туристическите му възможности. Доказателство за тази теза е фактът, че на въпроса „Кой е най-известният обект на природното и културно-историческото наследство, маршрут, атракция или събитие в района?“ са посочени едва 11 конкретни обекта. Това означава, че до туристите достига само най-обща информация и то конкретно свързана с морски туризъм. Необходими са усилия за разширяване на съдържанието на информационния поток, особено по отношение на българите, които споделят, че районът не е достатъчно рекламиран. Слабото промотиране и липсата на информация за района се изтъкват като основни недостатъци на Бургаския район от хотелиерите, туроператорите и доставчиците на вторични услуги. На същото мнение са и заинтересованите страни.

Заинтересованите страни дават много препоръки по отношение на съдържанието на рекламата. На какво ще се акцентира обаче следва да се реши в дискусия с представителите на бизнеса.

Препоръчително е районът да се рекламира основно в интернет и социалните мрежи, макар че и телевизията се разпознава като ефективен комуникационен канал. Според заинтересованите страни от полза би било създаването на собствен сайт на района.

Ключов елемент от промотирането на района е участието в национални и международни туристически борси и изложения. Както става ясно от проучванията, към момента тази дейност не е застъпена на ниво предприятия, тъй като е непосилна като средства. ОУТР обаче могат да бъдат добър представител на общите интереси на района на такъв тип събития. Тяхната роля в това отношение следва да бъде разписана в маркетинговата стратегия на района.



Съществена част от промотирането на района е създаването на собствен бранд. По този въпрос мнението на предприятията и заинтересованите страни е единодушно – Бургаското Черноморие трябва да има собствена марка с необходимата визуализация.

Предложенията за лого са свързани с основната асоциация за района – море (както и лодки, кораби, делфини и други морски обекти и същества). Няма обаче ясна представа как да бъдат разграничени Бургаския и Варненския район, чието основно конкурентно предимство също е морето.

ИЗВОД: Необходимо е цялостно засилване на присъствието в общия информационен поток, свързан с туризма както на микро ниво – предприятия и обекти, така и на ниво район. Силно препоръчително е създаването на бранд на района и неговото комуникиране. Активността на туристите в търсенето на информация е доста висока, затова е необходимо поместването на такава във всички възможни източници – политематични и специализирани медии, резервационни системи, бордни списания, както и „облъчване“ на посетителите по време на реализиране на тяхната почивка в дестинацията, основно чрез таргетирана реклама във Facebook и Instagram.

Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район

Вижданията на заинтересованите страни в Бургаския район по отношение на финансирането на рекламата не се отличават с нищо съществено от регистрираните в останалите райони. Общо приемано е становището, че инвестицията в реклама трябва да е поделен разход, но и споделено усилие на държавата в лицето на Министерството на туризма, на общините, както и на туристическия бизнес. От мненията на участниците личи самочувствието на „играчи“ в богат на приходи от туризма район. Изказванията им, без да са изключително оригинални, са някак по-мощни и с претенцията за визия. Консенсусно се споделя мнението, че рекламата трябва да се финансира с част от приходите от туристическия данък, нещо, което в Бургас и на други места е възможно, но е напълно неприложимо в общини и райони с ниски приходи или събираемост. Оригинална и не предлагана другаде е идеята за създаване на национален гаранционен фонд, който да покрива рисковете и инвестициите в туризма и да се финансира от фиксиран процент от приходите, при това от БВП в туризма, а не от туристическия данък. Според участника, направил предложението от този фонд следва да се плаща и за националната, и за регионалните реклами.

Препоръки към регионалния маркетинг в туризма

Бургаският район трябва да се развива на основата на морски туризъм, но с активно налагане, подпомагане и промотиране на алтернативните видове туризъм. Това ще позволи на района да предложи завършен туристически продукт, който да осигури на потребителите удовлетворяващо и запомнящо се туристическо преживяване. Алтернативните видове туризъм ще позволят и



известно удължаване на сезона, което ще подобри финансовото състояние на предприятията в туризма.

Проучванията показват, че нито туристическите предприятия, нито заинтересованите страни имат готовност да работят заедно и в консенсус за развитието на района. Напротив – държавата е натоварена с големи очаквания и тъй като тези очаквания не се реализират, търпи доста сериозни критики. Основната сред тези критики е, че документите, които се произвеждат (стратегии, програми, планове), както на национално, така и на местно ниво, се правят проформа, без участието на представители на бизнеса, което ги прави трудно изпълними и/или неадекватни на реалната ситуация и среда.

Пред Бургаския туристически район има значими предизвикателства и справянето с тях е ключова предпоставка за развитието му. В топ 5 според бизнеса са лошата инфраструктура, ясно изразената сезонност, липсата на квалифицирани кадри, презастрояването и обезлюдяването на малките населени места. Заинтересованите страни посочват същите проблеми и добавят неоправдано високи цени в някои места за настаняване и заведения за хранене, липсата на добре организирани къмпинги, шума, кражбите, лошата организация на пространството и услугите около културните обекти и други. Сред туристите неоправдани очаквания има по отношение на местата за развлечение, обслужването, чистотата, туристическите атракции, инфраструктурата, сигурността/безопасността, указанията на чужди езици.

Подобни данни показват, че са необходими съвместни и последователни усилия за удовлетворяване на базовите изисквания на туристите. Тук сериозна роля могат да имат ОУТР като посредник между държавата и бизнеса, които да обобщават и представят пред отговорните страни най-належащите за решаване проблеми.

Макар да е изправен пред множество предизвикателства, районът разполага с много и уникални предимства, които дават почти неограничени възможности за развитие. Основни сред тях според туристите са морето, плажовете природата в района, местната храна и напитки, гостоприемството на местните хора, спокойствието, климатът. Високи оценки получават местата за настаняване и хранене, ВиК мрежата, комуникационната инфраструктура, туристическите атракции и достъпността с транспорт.

Предимствата на района трябва да залегнат като ключови характеристики на туристическия продукт в маркетингова стратегия. Необходимо е да бъдат предвидени възможности за комуникация на тези предимства, от една страна, с целевите пазари, а от друга – с бизнеса, така че самите туристическите предприятия да бъдат посланици на бранда на района и комуникационен канал към посетителите.

Извън морето като основно конкурентно предимство на Бургаския район, заинтересованите страни и бизнесът не могат да посочат ясно и категорично други уникални предимства на района, които могат да бъдат водещ аспект в маркетингането му.



Туристическите организации и сдружения извеждат две отличителни характеристики, които могат да станат основа за формирането на уникалното предложение на района – комбинацията море-планина и комбинацията море-огън (нестинарство).

Необходими са усилия за разширяване на съдържанието на информационния поток, особено по отношение на българите, които споделят, че районът не е достатъчно рекламиран. Слабото промотиране и липсата на информация за района се изтъкват като основни недостатъци на Бургаския район от хотелиерите, туроператорите и доставчиците на вторични услуги. На същото мнение са и заинтересованите страни.

Заинтересованите страни дават много препоръки по отношение на съдържанието на рекламата на района. На какво ще се акцентира обаче следва да се реши в дискусия с представителите на бизнеса.

Препоръчително е районът да се рекламира основно в интернет и социалните мрежи, макар че и телевизията се разпознава като ефективен комуникационен канал. Според заинтересованите страни от полза би било създаването на собствен сайт на района.

Ключов елемент от промотирането на района е участието в национални и международни туристически борси и изложения. ОУТР могат да бъдат добър представител на общите интереси на района на такъв тип събития. Тяхната роля в това отношение следва да бъде разписана в маркетинговата стратегия на района.

Съществена част от промотирането на района е създаването на собствен бранд. По този въпрос мнението на предприятията и заинтересованите страни е единодушно – Бургаското Черноморие трябва да има собствена марка с необходимата визуализация.

Предложенията за лого са свързани с основната асоциация за района – море (както и лодки, кораби, делфини и други морски обекти и същества). Няма обаче ясна представа как да бъдат разграничени Бургаския и Варненския район, чието основно конкурентно предимство също е морето.

Много важен аспект от маркетингането на района е развитието на партньорствата. Към настоящия момент взаимодействието с ТИЦ-овете в района е по-скоро ограничено и зависи от инициативността на туристическото предприятие/заинтересованата страна. Слабо развити са партньорствата с местната власт, както и партньорствата между туристическите сдружения.

Необходимо е в маркетинговата стратегия на района да се зложат механизми за насърчаване на партньорствата, така че всички страни да работят в синхрон за популяризацията на района и подобряване на туристическото преживяване.

Организациите за управление на туристическите райони ще бъдат преките изпълнители на маркетинговите стратегии. Към настоящия момент обаче статутът и ролята им са неясни. Необходимо е заинтересованите страни и бизнесът да ги припознаят като управленска единица



на ниво район, да ги подкрепят в дейността им и да започнат да отчитат насоките им, свързани с развитието и маркетингането на района, в собствената си дейност.

Пътвания и туризъм: тенденции за 2021 – 2022 г.

Туризмът на утрешния ден със сигурност ще бъде различен. Докато очакваме края на здравната криза и възобновяването на туристическите пътувания, Amadeus се опита да открие някои основни тенденции, които да следим отблизо през 2021 г. При идентифицирането на тенденциите за следващата година екипът на Amadeus е вдъхновен от неопровержимото и силно човешко желание да се пътува и от убеждението, че през 2021 г. това желание ще остане непокътнато - а може би дори ще бъде засилено - от Ковида-19. Желанието за пътувания ще действа като движеща сила, която ще тласка туристическата индустрия и местните, регионалните и националните правителства към бързи иновации, за да гарантират по-безопасни, по-удобни и по-приятни пътувания, обясняват от компанията.

Ето ги и шестте тенденции, които ще са водещи през тази и идната година

- По-дълги пътувания

Това е тенденция, която закономерно започна да се развива още в началото на здравната криза. Поради по-ограничените възможности за пътуване и необходимостта от спазване на строги здравни протоколи, туристите все по-често предпочитат да останат за по-дълго във вече достигнатата дестинация и да се насладят пълноценно на почивката си. Проучване на Amadeus установява, че 55 % от пътуващите са заявили, че туристическото им посещение ще бъде 14 или повече дни. Факт, който приканва професионалистите (туроператори и туристически агенти) да предлагат на клиентите си различни пакети, включващи по-дълъг престой в желаната дестинация.

- Работа от другия край на света

Дистанционната работа, прилагана в много компании от началото на пандемията, кара много от служителите да обмислят възможността да работят не от вкъщи, а от която и да е точка на света. "Ако всичко, от което се нуждаем, е интернет връзка и достатъчно време през деня, за да свършим работата си, можем да я свършим отвсякъде", заключват от Amadeus. За да отговорят на нарастващото търсене, дестинации като Барбадос, Бермудските острови, Ангила, Грузия, Дубай и Естония вече предлагат подходящи визи за този нов тип туристи.

- Надеждността на туристическите фирми

Предвид рисковете за здравето, пътуващите ще имат нужда от по-голяма увереност, че туристическите услуги, които ще използват, са сигурни и безопасни. Туристическите компании ще трябва да демонстрират своята надеждност, като укрепят своите системи и протоколи за здраве, хигиена и безопасност, които съставляват "новата валута за спечелване на доверието на

www.eufunds.bg



клиентите". Ето защо 40 % от туристите заявяват, че биха предпочели авиокомпаниите, летищата и хотелите, които прилагат по-строги стандарти за здраве и безопасност.

- Бъдещето на безконтактните транзакции

Сигурността, от която се нуждаят клиентите, ще бъде подсигурана от различни технологии, ориентирани към ограничаване на рисковете. Неотдавнашно проучване показва, че четирима от всеки петима туристи смятат, че технологиите ще повишат сигурността им при пътуване през следващите 12 месеца. Такива надежди и очаквания се възлагат най-вече на технологиите за безконтактни плащания (например Apple, Google Pay, PayPal, Venmo), но също така и на мобилните приложения, които информират и предупреждават потребителите по време на пътуване – напр., в случай на локална епидемия или при промени в указанията от правителството.

- Значимостта на туристическите агенти, туроператорите и доставчиците на услуги

И ако 2020 г. беше много сложна за туристическите агенти, пандемията само подчерта тяхната съществена роля. "Тези, които не са ползвали туристически агенти през 2020 г., вероятно съжаляват за това", посочват от Amadeus. Кризата дава възможност на професионалистите в областта да привлекат голям брой нови клиенти, които искат да разчитат на експертна подкрепа – за получаване на по-добри съвети, по-добри оферти, надеждна и актуална информация за стандартите за хигиена и безопасност и най-вече адекватна помощ в случай на отмяна или отлагане на пътуването.

- Положително социално и екологично въздействие на пътуването

Въпреки че тенденцията не е нова, с кризата в здравеопазването нарасна и интересът към пътувания, които имат положително въздействие, особено по отношение на околната среда. "Принудителната „пауза“ в резултат на пандемията предостави на пътниците, и на туристическата индустрия като цяло, една нова възможност да помислим задълбочено за начина, по който пътуваме, за отдых или по работа", отбелязват Amadeus. Всъщност туристите са все повече екологично и социално отговорни и желаят да сведат до минимум въздействието си върху околната среда. Същевременно те искат да са сигурни, че ваканцията им насърчава и допринася за местната икономика. Проучване показва, че 68% от туристите искат парите, похарчени за туристическото им пътуване, да достигнат местната общност. Компаниите, които поемат социални и екологични каузи и ангажименти, несъмнено ще бъдат предпочитани от туристите.

Туризмът сменя курса: сега цената не е достатъчна

Последните 20 години в историята на туризма бяха отчаяна надпревара в търсене на най-ниската цена. Конкуренцията ставаше все по-ожесточена, като въвличаше всички сектори (от въздушния транспорт до дистрибуцията) в състезание, в което доминираше именно крайната цена. Всичко това обаче може би е на път да приключи.



Ковид-19 "разстрои" икономиката като цяло и туризма в частност. Според проучване на All Clear Travel Insurance, качено на сайта travelmole.com, безопасността и качеството са по-важни за пътуващите от цената. За 44 % от анкетиранияте здравният аспект е най-важен, много повече от крайната цена.

Революцията в туризма

Ако тенденцията остане актуална и в средносрочен план, може да настъпи една драстична промяна в посоката на туристическия бизнес, като за много компании това може да означава пълно преразглеждане на доминиращите бизнес модели. Склонността на потребителите да заплатят повече за по-качествен продукт спомага за рентабилността на бизнеса. Това контрастира с факта, че корпоративните стратегии през последните години бяха насочени към оптимизиране на крайните цени и побеждаване на конкуренцията. Промени, разбира се, могат да настъпят и в областта на дестинациите, тъй като ориентацията вече няма да е към „нискобюджетните“ дестинации, а към тези, които гарантират най-високи стандарти. Революцията може би току-що е започнала.

Възстановяване на туризма – правила за сектора

Цифрови иновации, персонализиране на предлагането, устойчив туризъм

Това са стълбовете, на които ще трябва да се основава „рестартирането“ на туристическата индустрия през 2021 г. В последното си проучване, посветено на сектора, голямата консултантска компания Deloitte се опита да даде рецепта за съживяване на туристическия сектор, започвайки от това как най-добре да се използват средствата, идващи от Европейския план за възстановяване, които, както сочи проучването, ще трябва да бъдат разпределени за целенасочени усилия и инициативи като: модернизирани на офисите на националните туристически бордове по света, преустройство на селските региони, подходящи за практикуването на "бавен туризъм", оказване на подкрепа с публични средства за онези, които създават приложения за резервиране на услуги и преживявания, както и за „съпровождане“ на посещенията в музеи и други туристически обекти.

Иновативни решения

Част от усилията за възстановяване са започнали още в разгара на кризата с Ковид-19. "Секторът се опитва да отговори на новите тенденции с иновативни решения, които се съобразяват с ограниченията и търсенето на безопасност и гъвкавост от страна на пътниците", коментира Андреа Поджи, ръководител на отдел „Иновации“ в Deloitte за Северна и Южна Европа. Много музеи усъвършенстваха виртуалните обиколки и се появиха платформи, вдъхновени от „staycation“ (ваканция вкъщи). Това е подходът, който пазарът изисква. 44% от интервюираните в рамките на проучването "Иновативно лято" на Deloitte заявяват, че от интерес е прилагането на "хибриден" модел, който умее да съчетава реалното с цифровото.



Персонализация и по личен вкус

Друг аспект, който се отчита в проучванията, е нуждата от персонализация. Според доклад на Selligent, 83% от милениалите са готови да споделят специфични лична информация, за да получат по-добро и по-персонализирано туристическо преживяване. Това много често се изразява в търсенето на "зелено" туристическо решение и преживяване, съобразено с въздействието върху околната среда, в духа на т.нар. „бавен туризъм“ (slow tourism). Но къде могат да бъдат намерени ресурсите за задоволяване на подобно търсене? Според Deloitte обществената подкрепа е от съществено значение. "Фондът "Следващото поколение" е безпрецедентна възможност", добавя Андреа Поджи. Насоките, които трябва да се следват, са свързани с укрепване на чуждестранните представителства, подкрепа на физически лица и стремеж към „бавен туризъм“.

Как изглежда новата година? Какво ще се промени и какво ще остане същото? Никога досега не е било необходимо кристално кълбо, за да се предвиди динамиката, която ще направлява туристическия сектор. Представените тенденции са все пак стартова точка, от която да започнат предвижданията ни за хода на годината.

Седмичникът Travel Weekly опита да обрисова 2021 г., анализирайки важните за всеки сектор аспекти.

Предизвикателството за хотелите

След много трудната 2020 г. се очаква предизвикателствата за хотелиерския сектор да продължат и през 2021 г., въпреки опитите за оптимизиране на разходите, доколкото е възможно. "Разходите за много от големите хотелски марки са спаднали със 75% - казва Робърт Коул, старши анализатор в областта на настаняването и туризма от Phocuswright. И през 2021 г. секторът ще се опита да пести радикално." По време на международната конференция за инвестиции в хотелиерския сектор на Нюйоркския университет, проведена онлайн, главният изпълнителен директор на Choice Hotels, Патрик Пейсис, добави, че временните промени в услугите, свързани с Ковид-19, остават налице и през 2021 г. Той споменава някои от новите практики, породени от пандемията, като например ежедневното почистване по заявка на туристите и по-ограничените опции, предлагани за закуска. Според Бьорн Хансон, консултант и професор в Центъра за управление в сферата на хотелиерството, туризма и спорта "Тиш" към Нюйоркския университет, 24-часовото обслужване по стаите ще бъде една от първите услуги, които ще бъдат премахнати, тъй като "по-малко от 2% от приходите от обслужване по стаите са генерирани между полунощ и 5 ч. сутринта."

Персонализирани обиколки и маршрути

По-малки групи. Частни обиколки. Широки и проветрени пространства. Това са аспекти от голяма важност в контекста на пандемията и които обещава да променят туристическия сектор и в бъдеще. Повечето туроператори, които се занимават с екскурзоводски услуги, са уверени, че в крайна сметка ще се върнат към по-традиционните групови екскурзии. Но междуременно тенденцията да се предпочитат по-персонализирани пътувания, наложила се още преди

www.eufunds.bg



пандемията, се разпространява бързо. Има много туристически оператори, които преразглеждат предлагането за 2021 и 2022 г. именно в тази посока, отчитайки, че пътуванията от по-малки групи ще бъдат най-разпространени на този етап.

Действия преди ваксините

Необходимо е да се действа предварително, без да се изчаква масовата ваксинацията. Препоръчва се например инвестирането в технологични решения за улесняване на пътуванията и повишаване на тяхната безопасност. Това е важно, за да се предотвратят забраните за пътувания, които биха били пагубни за сектора.

Изчакването на ваксините: най-голямото предизвикателство за туризма през 2021/22 г.

Стартирането на кампанията за ваксинация срещу Ковид-19 обещава да сложи край на един драматичен период за туристическия сектор: сега туристическата индустрия се намира в междинната точка – „преди“ и „след“ ваксинацията – период, който ще продължи още няколко месеца и през който е важно индустрията да продължи да съществува.

Както наскоро Световният съвет за пътувания и туризъм и Световната организация по туризъм към ООН припомниха, възстановяването на туризма и милионите хора, които зависят от него, не могат и не бива да чакат до приключването на масовата ваксинация, за да видят съживяване и положителни тенденции в сектора. Това е сериозна битка, която трябва да се води сега. Възстановяването трябва да започне чрез привличане на повече посетители и чрез опити за "задържане" и "контролиране" на кризата. Но как?

Ключът: партньорство и прозрачност

Докато чуждестранните туристи се завърнат, туристическите дестинации ще трябва да продължат да са иновативни и да си сътрудничат на местно и национално ниво, особено предвид свиването на бюджетите за маркетинг и реклама. Координацията с местните здравни власти и институции ще остане от основно значение.

През 2021 г. комуникацията ще играе ключова роля. Правилата в сектора следва да бъдат формулирани ясно и точно, а дестинациите трябва да представят убедително своите предимства, отчитайки, че решенията на туристите ще зависят в голяма степен от ситуацията с Ковид-19 и ваксинирането. Високо оценена ще бъде прозрачността, така че е по-добре да се избягва премълчаването на "лоши новини" от страх да не пострада туристическото търсене. Това, което трябва да научат играчите в сектора, е как да управляват "лошите новини" и възникващите проблеми по-ефективно. Само по този начин могат да се изградят взаимоотношение с туристите, базирани на истинско доверие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали

Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали са предоставени в Приложение 1 към настоящата стратегия

Специализирани борси, изложения и други туристически събития и срещи, в които да участват МСП в туризма

Участие в регионални, национални и международни туристически панаири, организиране на регионални туристически панаири. Въпреки че е доста скъпо, този метод директно помага да достигнете до целевите си групи - възможни дистрибутори и потенциални посетители, за кратко време и в голямо количество. Участието в съвместни изложби, организирани от регионални или национални туристически асоциации или организиране на изложбен щанд с няколко други доставчици на туристически услуги от района е задължително.

Основната специализация на Бургаския черноморски туристически район в морски и културен туризъм, добрите дадености за приключенски и спортен туризъм, както и профила на чуждестранните посетители по националности, предопределят промотиране на дестинацията на следните туристически събития:

Най-важните международни събития



ITB - Берлин, Германия

<https://www.itb-berlin.com/>

Най-значимото събитие за туризъм в световен мащаб, провеждано от 1966 г.

Предназначено както за професионалисти, така и за масова публика

10 000 изложители от 180 страни и региони през 2019 г.

160 000 посетители, от които 113 500 професионалисти

160 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 7 общини и 36 туристически фирми



INTOURMARKET - Москва, Русия

www.itmexpo.ru/en/

Предназначено само за професионалисти, подкрепяно официално от Руската федерация

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

1430 изложители от над 140 страни и региони през 2019 г.

78 500 посетители

28 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 1 туристическа фирма

Mitt МИТТ - Москва, Русия

www.mitt.ru

Предназначено само за професионалисти

1523 изложители от близо 230 страни и региони през 2019 г.

22 290 посетители

40 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 14 туристически фирми

Uitt УИТТ - Киев, Украйна

<https://www.uitt-kiev.com/en-GB/>

Предназначено само за професионалисти

Най-голямото туристическо изложение в Украйна

366 изложители през 2019 г.

20 080 посетители

5800 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 10 туристически фирми



World Travel Market – Лондон, Великобритания

Най-голямото събитие за професионалисти от туристическата индустрия. Насочено към бранша и към провеждане на делови срещи – без масова публика

5000 изложители от 182 страни и региони през 2018 г.

51 000 посетители

През 2018 г. на българския щанд са участвали 4 общини и 19 туристически фирми

Основни продукти – морски и ски ваканции

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Допълнителен акцент: културен, балнео, СПА и уелнес, други форми на специализиран туризъм, като еко и селски туризъм



CMT - Щутгард, Германия

<https://www.messe-stuttgart.de/cmt/>

Най-голямото туристическо изложение за широка публика в Европа

2200 изложители от 100 страни и региони през 2019 г.

260 000 посетители

120 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 3 туристически фирми

 **HOLIDAY WORLD** HOLIDAY WORLD – Прага, Чехия

<https://holidayworld.cz/en/>

Най-значимото туристическо изложение за Централна и Източна Европа

В рамките на събитието се провежда и специализираното изложение за професионалисти - MBM TOURISM PRAGUE

694 изложители от 42 страни през 2019 г.

31 000 посетители

35 000 м² изложбена площ



TTR – Букурещ, Румъния

www.targuldeturism.ro/en/

Най-голямото туристическо изложение в Румъния с международно участие

Традиционно участват професионалисти в сферата на туризма, туристически агенции, туроператори, местни фирми и общини, туристически офиси. Събитието е отворено както за професионалисти, така и за масова публика.

306 изложители от 14 страни през 2019 г.

21 500 посетители

През 2019 г. на българския щанд са участвали 5 общини и 15 туристически фирми

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Основното търсене е насочено предимно към морски ваканции, съчетани с културно-познавателен, балнео и СПА, както и голф туризъм.



IFT – Белград, Сърбия

<https://beogradskisajamturizma.rs/en/>

Събитието е отворено както за професионалисти, така и за масова публика. Най-значимото туристическо събитие в Сърбия

Основно ориентирано към възможности за морски, градски, балнео и СПА туризъм, културен, еко и други специализирани видове туризъм

1200 изложители от 55 страни

70 000 посетители, 12 500 професионалисти

30 500 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 3 общини и 6 туристически фирми



TT Warsaw – Варшава, Полша

<https://ttwarsaw.pl/en/>

Едно от най-значимите събития, свързани с туристическата индустрия, предназначено както за професионалисти, така и за масова публика.

448 изложители, 50 дестинации, 26 национални щандове

20 000 посетители през 2018 г.

През 2019 г. на българския щанд са участвали 4 общини и 14 туристически фирми

Възможност за установяване на контакти с бизнес партньори, туристически организации и администрации

Основното търсене е насочено предимно към морски ваканции, съчетани с културно-познавателен туризъм, спа и уелнес туризъм, city breaks, детски лагери, винени турове, еко и селски туризъм.



IMTM – Тел Авив, Израел

<https://www.imtm-telaviv.com/>

Най-голямото туристическо събитие за Източносредиземноморския регион. Събитието се посещава основно от професионалисти

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

1870 изложители от 52 страни

26 800 посетители

През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 2 туристически фирми



ОТДЫХ – Москва, Русия

<http://www.tourismexpo.ru/leisure/>

Второто по големина туристическо събитие в Русия

870 изложители от 41 страни

16 800 посетители

15 000 м² изложбена площ

През 2018 г. на българския щанд са участвали 4 туристически фирми



UITM – Киев, Украйна

<https://www.ukraine-itm.com.ua/en-GB/>

Едно от най-големите туристически изложения в Украйна, предимно за професионалисти

152 изложители от 18 страни през 2019 г.

9 500 посетители

15 000 м² изложбена площ

През 2018 г. на българския щанд са участвали 1 община и 4 туристически фирми



Tourism, Leisure & Hotels – Кишинев, Молдова

<http://www.tourism.moldexpo.md/>

Професионално събитие, без масова публика

86 изложители от 8 страни

8415 посетители

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 11 туристически фирми



Ferien Messe Wien – Виена, Австрия

<https://www.ferien-messe.at/>

Най-голямото туристическо изложение в Австрия

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

800 изложители от над 80 страни

155 000 посетители през 2019 г.

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 5 туристически фирми

 FITUR – Мадрид, Испания

<https://www.ifema.es/en/fitur>

Едно от най-големите изложения, предназначено основно за професионалисти

10 487 изложители от над 160 страни

253 490 посетители през 2019 г., от които 142 642 професионалисти и 110 848 туристи

150 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 9 туристически фирми



IFTM TOP RESA – Париж, Франция

<https://www.iftm.fr/en-gb.html>

Най-важното туристическо събитие за професионалисти във Франция

1 694 изложители от над 540 страни и региони

34 000 посетители през 2018 г.

33 000 м² изложбена площ

През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 4 туристически фирми

Тематични събития



Telegraph Adventure & Travel Show – Лондон, Великобритания

<https://www.neventum.com/tradeshows/telegraph-outdoor-adventure-travel-show>

Събитие за професионалисти и масова публика, фокусирано върху ски туризма и приключенския туризъм

500 изложители

50 000 посетители



Holiday & SPA Expo – София, България

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

<https://holidayfair-sofia.com/>

Българско събитие, придобило международно значение. Основно се посещава от туристически организации, опериращи на Балканите

380 участници

20 000 посетители



Touristik & Caravaning – Лайпциг, Германия

www.messe-stuttgart.de/tc/

Най-голямото събитие за къмпинг, караванинг, велосипедни турове и други видове туризъм на открито. Присъствие на изложението имат и дестинации за балнео, СПА и уелнес туризъм, както и круизни оператори

500 изложители от 20 страни

60 000 посетители

През 2018 г. на българския щанд са участвали 1 община и 2 туристически фирми



EAG European Amusement & VAE Visitor Attraction Expo - Великобритания

<https://eagexpo.com/eag-online-2021/>

Най-голямото международно професионално събитие за развлекателни и хазартни игри, гейминг и атракциони. Събитието дава платформа за изява на предоставящи и по-специфични развлекателни услуги – стени за катерене, паник стаи, увеселителни паркове, включително водни такива, ледени пързалки и други

Над 200 изложители

5000 участници



CNR EURASIA BOAT SHOW – Истанбул, Турция

Едно от най-големите събития за водни спортове, събиращо представители както на производители на кораби, яхти, лодки и всякакво оборудване за водни спортове, така и представители на туристическата индустрия, предлагащи морски почивки

73 000 професионалисти, включително над 2000 от чужбина

85 000 м² изложбена площ

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



F.re.e - Fair For Leisure And Travel – Мюнхен, Германия

<https://www.free-muenchen.de/en/>

Едно от най-посещаваните туристически изложения за масова публика

Панаирът представя възможности за почивки и пътувания, круизи, здраве и уелнес, караванинг и къмпингуване, водни спортове, колоездене и други активности на открито

141 000 посетители

1277 изложители



CARAVAN SALON и TourNatur – Дюселдорф, Германия

<https://www.caravan-salon.com/> <https://www.tournatur.com/>

Комбинирано туристическо изложение за почитатели на приключенски и екотуризм – къмпингуване, караванинг, пешеходни преходи, скално катерене, колоездене и други

340 изложители от 23 страни

107 000 посетители

71 000 м² изложбена площ

Национални събития с туристическа насоченост

Следните национални събития с туристическа насоченост се идентифицират като приоритетни при планиране на рекламата на района:

Събитие	Място на провеждане	Дата	Информация за събитието
---------	---------------------	------	-------------------------

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Туристическа борса „Вашата Ваканция”	Гр. Бургас	Втората Половина на М. Април	Туристическа борса „Вашата Ваканция” е значимо събитие, предназначено както за професионалистите в сферата на туризма, така и за масова публика, което Традиционно се провежда преди началото на летния туристически сезон. Включва Както туристическо изложение за представяне на потенциала за развитие на Туризма от общини, кметства, туристически сдружения, туроператори и Турагенти, хотели, ресторанти и други, така и съпътстваща програма – дискусии, Кръгли маси, презентации и други, където се срещат професионалисти в туризма.
Международна Туристическа борса „ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО”	Гр. София	22-23.04	ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО” се провежда вече над 30 години и е водещото туристическо Изложение за България. Обичайно се открива през м. Февруари, преди пролетно-Летния туристически сезон. Събитие от този род е отлична възможност за изложителите от страната и Чужбина да представят своя продукт, новите си програми, да осъществят полезни Бизнес контакти, сверят часовника си с конкуренцията и да се запознаят с новите Тенденции и промени в развитието на туристическия бизнес. Чуждестранните участници откриват България с богатото разнообразие На предлагания туристически продукт и възможности за целогодишен туризъм – Културен, СПА и уелнес програми, релаксиращ еко и хоби туризъм, почивки на море и Планина. Разширява се и профилът на участниците, в изложението се представят Самостоятелно исторически и археологически музеи, природни резервати, състави За автентичен фолклор и обичаи.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност” 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Нестинари В село Българи	С. Българи	03.06	<p>Нестинарски обред - танц в жаравата – ежегодно на 3 срещу 4 юни, денят на Св. Св. Константин и Елена.</p> <p>Според традицията, нестинарите играят вечерта в деня на Константин и Елена (нощта на 3 срещу 4 юни по стар стил). Празникът с нестинарските ритуали се провежда в живописното странджанско селце Българи, което съхранява традициите през вековете. Същността на нестинарските игри се разгръща надвечер, тогава Най-старият нестинар разпръсква жаравата, нестинарите излизат от малкия конак На центъра, където са прекарвали цял ден в пост и танц. Най-отпред на ритуалното Шествие се носят тъпана и гайдата, след тях – иконите, които са “облечени” и Последни – нестинарите. Обикалят три пъти черквата и влизат в жаравата.</p>
Фестивал на Пясъчните скулптури	Град Бургас	Юли – Септември	<p>За първи път се провежда през 2008 година. За изминалите си девет издания е посетен От над 600 хил. Души. Всяка година площта на фестивала и използваното количество Пясък за направата на скулптурите се увеличава. Сред темите на фестивала са: „Кино герои“, „На сафари с фотоапарат“, „Алея на славата“ и др.</p>



Международен Фолклорен фестивал	Град Бургас	Август	Най-старият фолклорен фестивал в България. Провежда се ежегодно в рамките на 5 дни на сцената на Летен театър – Бургас, както и на открити сцени в града. Във Фестивалната програма са включени ежедневни дефилета в града. При откриването На фестивала се връчва наградата за народно песенно и танцово творчество - „Нестинарка“, дело на скулптора Ненчо Русев.
Нестинарски игри	Гр. Малко Търново	Август	С нестинарските игри в Малко Търново се открива лятната културна програма. Тогава В странджанското градче се пресъздава и древния обичай, при който нестинарите Танцуват боси върху жарава.
Празници на Изкуствата „Аполония“ Созопол	Гр. Созопол	Август – Септември	Фестивалът представя постиженията на българските творци през последния Културен сезон и новите тенденции в различните видове изкуства. Има над 30 Концерта на солисти и състави и други събития – театрални представления, Концерти на открито, камерни и джаз концерти, прожекции на филми, литературни Вечери и изложби.



Фолклорни празници – Приморска перла	Гр. Приморско	Септември	Чрез провеждането на конкурси се насърчава изявата на таланти в областта На българския фолклор, поддържат се традициите и интереса към българската Фолклорна музика. Спомага за удължаването на туристическия сезон.
Световен ден на Туризма		27 Септември	Чествания по повод Световния ден на Туризма
Детски фолклорен събор „Върбова свирка свиря“	Болярово	Първата събота на месец юни	Учреден е на 7 юни 1997 година. Ежегодно през първата събота на месец юни събира над 500 даровити деца от цяла България, за да покажат своите умения и талант на певци, танцьори и инструменталисти. Съборът заслужено се определя като културната емблема на Болярово, обединяваща миналото, настоящето и бъдещето. Защото с всяка измина година тази регионална културна проява се превръща в духовна необходимост, в акумулатор на родолюбието, в прекрасна демонстрация на детското певческо, инструментално и танцово изкуство. А Детският танцов състав “Боляровче” представя местния фолклор на наша и чуждестранна сцена.



Национална изложба на цветя с международно участие „Флора Бургас“	Бургас	април – май	Националната изложба за цветя с международно участие "Флора Бургас" се провежда ежегодно в периода април-май на територията на Приморския парк гр. Бургас. Традиционно експозицията обхваща демонстрация на аранжировки от отрязан цвят, листно-декоративни растения, саксийни култури, посадъчен материал, архитектурни и художествени изделия и елементи, лека градинска техника, инструментариум, препарати и др., експонати имащи отношение към тематиката на изложбата.
Нощ на литературата	на Бургас	май	Представят се творби на чешки автори на няколко места в града в един и същи час. В този час това се случва и в още десет града в България.



Spirit of burgas	Бургас	Края на месец юли или началото на август	"SPIRIT of Burgas е най-мащабното музикално събитие в България, на което всяка година свирят най-големите имена от световната музикална сцена. Досега, през историята на фестивала, гости на SPIRIT of Burgas са били Robbie Williams, Moby, Faith No More, The Prodigy, Skunk Anansie, Fun Lovin' Criminals, Leftfield, DJ Shadow, Unkle Live, Suicidal Tendencies, Deftones, Asian Dub Foundation, Onyx, Gorillaz Sound System, Skindred, Gotan Project, Clawfinger, The Sisters of Mercy, Kosheen, Bonobo, Alien Industry, The Revenge Project, De Phazz, Dreadzone, Apollo 440, Grandmaster Flash, Andy C and MC GQ, Shy FX, Mark Foggo, Amplifier и много други.
Джаз фестивал „Джаз в Бургас“	Бургас	Юли или август	Организира се за трета поредна година. Първа част - месец юли и втора част - месец август. Заедно с българските изпълнители са гостували и изпълнители от САЩ, Германия, Гърция, Италия, Белгия.



Лятно кино под звездите	Град Бургас	Юли -август	Програмата на "Лятно кино под звездите" традиционно представя филми-носители на награди от престижни фестивали - както най-новите български и европейски кинопродукции, така и класически заглавия, като също фестивалът представя ленти и от документалното кино.
Изложба на живи пеперуди	Град Бургас	Юли -август	В продължение на два месеца кръглата зала във вътрешния двор на експо центъра се превръща в дом на екзотични видове от целия свят. Пеперудите летят свободно из залата, която специално за тях е превърната в екзотичен тропически рай.



Национален конкурс за песен „Бургас морето“	Гр. Бургас	Началото на месец август	Националният конкурс за песен "Бургас и морето" е организиран за първи път през 1973 г. Под името "Песни за Бургас, морето и неговите трудови хора" от оркестър Бургас в летния театър на града. След 13 издания за кратко той престава да съществува. Възстановен е от група "Горещ пясък" през 1996 г. С името "Бургас и морето" и от тогава се провежда всяка година. Конкурсят е наследил традициите на "Песни за Бургас, морето и неговите трудови хора", дал е старт на много български композитори, автори на текстове и изпълнители, създал е емблематични български забавни песни. В сегашния си вид конкурсът създава и разпространява български песни, развива творческия потенциал в областта на музикалното изкуство, подкрепя композитори, поети, изпълнители и развива българската музикална култура. Събитието се провежда всяка година през първата седмица на месец август под патронажа на Кмета на Община Бургас.
Международен куклен фестивал „Дни на куклите“	Гр. Бургас	14 - 21 август	В продължение на три поредни години фестивалът се провежда успешно с участието на български и международни трупи, представяйки куклени театри от Испания, Италия, Русия, България. Жителите и гостите на Бургас се радват на забавните детски постановки в продължение на седем дни.
Sea of black festival	Гр. Бургас	Август	През 2016 година се проведе за трета поредна година. Участие взеха -PYOGENESIS, Terravore, EUFOBIA, 8m/s, Алкофилия, khaпъ, Day of Execution, DESECRATE и KARTZER



Балкански фестивал изкуствата	на Гр. Карнобат	Месец юни - юли	Фестивалът е синтез между съвременно и традиционно изкуство, като предлага нови интерпретации на традиционните теми – Гостоприемството, топлината на хората и тяхната готовност за диалог и общуване. Участват състави от Балканските страни и Европа. Провежда се на няколко сцени едновременно.
Международен фестивал „Несебър остров на изкуствата“	Амфитеатър-град Несебър	юли	Фестивал „НЕСЕБЪР - ОСТРОВ НА ИЗКУСТВАТА“ 2020 се провежда с участието на ансамбли, творчески колективи, хорове, формации, студия и изпълнители от България и други страни.
Международен арт-фестивал „Съзвездия Несебър“	в Град Несебър	20 - 24 август	Фестивалът се провежда в град Несебър, като едно своеобразно съчетание на история и съвременност. Разнообразната фестивална и конкурсна програма съдействат за развитие на младежкото творчество чрез общуване на ръководителите и младежите от различните колективи, обогатяване репертоара им с класически и съвременни произведения. Фестивалът способства за изява таланта на участниците и за повишаване на изпълнителското им майсторство.
Национален поп-рок фест	Амфитеатър, град Несебър	Края на август	Фестивалът е част от културната програма на общината и има за цел да популяризира новата авторска песен, чрез универсалния език на музиката създава онази неповторима атмосфера на творческа изява на младите хора, която ги стимулира активно да участват в създаването на музикалната творба.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Международен фестивал на меда	Град Несебър	Края на август – началото на септември	Всяка година в Несебър се провежда Фестивал на меда с международно участие. Той се провежда на площад Месамбрия в Стария Несебър. Медът е природен продукт с изключително богат химичен състав. Пчелните продукти са необходими за човека като хранителни, лечебни, диетични и козметични средства. В рамките на фестивала се провеждат дискусии на теми като възможности за развитие и финансиране на пчеларството, профилактика и здравеопазване на пчелите през различните сезони, технологии и новости в медицинското приложение на меда – апитерапията.
Международен фестивал за камерна класическа музика „Месамбрия Орфика“	Град Несебър	Месец септември	През септември магнетичният град на ЮНЕСКО става домакин на тридневния музикален фестивал „Месембрия Орфика“, който се провежда под патронажа на кмета на Община Несебър. Концертите се организират в Амфитеатъра и са със свободен вход. Жителите и гостите на един от най-древните градове на Българското Черноморие – Несебър, и могат да се насладят на музикалните изпълнения на класически произведения под звездното небе на амфитеатъра. В фестивала участват именити музиканти, художници – утвърдени и изгряващи звезди, част от бъдещият артистичен елит на България. Програмата съчетава изобразително изкуство с концертни рецитали, изпълнени с разнообразни акценти – от шедьоври на класическата музика до ритъма на аржентинското танго.



Национален рибен фестивал „Есенни пасажи“	Град Несебър	октомври- ноември	Националният фестивал „Есенни пасажи“ разкрива прелестите на октомврийския Несебър и началото на рибарския сезон в града. Той е посветен на даровете на морето и един от най-древните занаяти – рибарството. Представена е богата културна програма с разнообразни и интересни събития, чрез които гражданите и гостите ще съпреживеят емоциите на настъпващия сезон на спокойствие и отмора на брега на есенното море в Несебър.
Созополска панорама	Созопол	Юни	Международният фестивал “Созополска панорама” е уникална среща на изпълнители от различни жанрове на музикалното и танцово изкуство. Той има конкурсен характер. Фестивалът се провежда в 3 раздела: I раздел “Музика”; II раздел “Танцово изкуство”; III раздел “Изобразително изкуство”
Международен детски фестивал „Морска раковина“	Созопол	юни - юли	Фестивалът се заражда в рамките на празниците на изкуствата „Созополска панорама“ и започва своя самостоятелна дейност с конкурсен характер. Той се провежда в от 30 юни до 2 юли. Място на провеждане амфитеатър „Аполония“ в Созопол. Организатор на фестивала в Украйна е Федерацията за оздравителна и културна програма с директор Олга Яковлева. Заключителният концерт на украинските изпълнители и участниците от другите страни се състои на 2 юли. Медийни партньори на фестивала са ТВ МСАТ-България и сателитната телевизия „Планета“ и ТРК „Култура“-Украйна. Осигурено е директно предаване на фестивалните събития.



Музите - международен младежки фестивал на изкуствата	Созопол	5 - 15 август	Международен младежки фестивал на изкуствата (ММФИ) „Музите“ е многожанров фестивал-конкурс и представя всички изкуства. В конкурса участват ансамбли и солисти от училища по изкуствата, академии, школи, студия, детски и младежки центрове, деца и младежи на възраст от 5 до 35 години.
Монтфиз арт фест	Созопол	30 юли - 6 август	МОНТФИЗ Арт Фест - ежегоден международен фестивал, за утвърждаване и развитие на практиките за периодичен професионален тренинг както на любителите и кандидат-студентите, така и на студентите и професионалистите в сферата на изкуството. Във Фестивала могат да се включат както индивидуални участници, които желаят да участват в практическите тренинги или кандидатстудентските консултации, така и групи участници, които освен в уъркшопите и консултациите, могат да участват в конкурсната програма с театрално представление след предварителна селекция.
Китарен фестивал Jam Burgas	Град Бургас	Края юли на	В Китарния фестивал главен герой е Китаристът, свободен да свири това, което обича най-много, да импровизира. Мястото остава същото – откритото пространство между Морска гара и Магазия 1 в зоната за обществен достъп на Пристанище Бургас. В него може да се чуят най-добрите китаристи на България.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Международен кинофестивал „София филм фест на брега“	Гр. Бургас	Март-Април	Международният кинофестивал "София филм фест на брега" се провежда от 2003 г. В Бургас, като специално издание на фестивала-майка "София филм фест". По традиция "София филм фест на брега" представя най-доброто от програмата на софийския фестивал. Филмовият маратон в Бургас започва седмица преди откриването на фестивала-майка. От втория "София филм фест на брега" се връчват две награди "Сребриста чайка" - награда на публиката за най-добър филм на фестивала и награда на община Бургас, определена от професионално жури. Отличието има морално изражение - статуетка, изработена от художника Никола Станчев. През 2008 г. Е учредена още една "Сребриста чайка", с която бургаската публика награждава най-добрия късометражен филм от конкурса на "Jameson".
Международен филмов фестивал BIFF	Гр. Бургас	Края на юли	Международен филмов фестивал Бургас има за цел да развие устойчива платформа за представяне на игрални и документални филми, запознавайки публиката със съвременното киноизкуство на страните от Черноморския регион (Бългaрия, Румъния, Молдова, Украйна, Русия, Грузия, Армения, Гърция и Турция). Основна мисия на Фестивала е превръщането на Бургас в притегателен център за срещи на кинодейци и киномани с цел провокиране на межкултурен диалог.
Бургаски фестивал на виното	Гр. Бургас	юли	Експоцентър „Флора“ ежегодно събира професионалисти, ценители и любители на най-значимото за региона винарско събитие. Над 30 изби представят над 350 вида вина за дегустация. Носителите на престижни награди от световни конкурси представят пред жителите и гостите на града отбрани местни и чуждестранни продукти.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Отворен танцов фестивал „В магията на танца и морето“	Гр. Приморско	В началото на месец юли	Фестивалът има за цел да даде шанс за изява на значителен брой деца и млади хора , да допринесе за повишаване на мотивацията им да се занимават с конструктивна творческа дейност, като превантивна мярка в борбата срещу порочните зависимости (цигари, алкохол, наркотици и др.) И агресията. Размяна на творческа информация и развитие на постиженията в дадените танцови стилове. Фестивалът има конкурсен характер , за да се определят най - добрите и да се излъчат победители. Във фестивала могат да участват танцови колективи, школи, читалища, ЦРД , Дворци на децата, студия, клубове от страната и чужбина, без възрастови ограничения, членове на БТО и БСТФ
Международен франкофонски фестивал „Солей“	Гр. Созопол	Юни	Жителите и гостите на Созопол в рамките на фестивала имат възможността да посетят изложби, концерти, които представят многообразието на културните образци на страните, членуващи в Международния Алианс на франкофоните.
Рибен фест Царево	Пристанище гр. Царево	Началото на Септември	По традиция гр. Царево е домакин на най-вкусното и весело събитие по Южното Черноморие. На пристанище "Мичурин", където гостите на града имат възможност да опитат най - вкусната рибена чорба, приготвена лично от кулинарния гид на фестивала Ути Бъчваров. Миди с ориз специално за всички гости се приготвят от шест отбора по шест оригинални рецепти. Освен това, през светлата част на деня се провеждат и спортни мероприятия по колоездене и подводен риболов, а когато падне нощта, купонът продължава с още много музика и традиционната вече пищна заря в небето над залива.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Национален фестивал на танцовите клубове хоро „Край морето“	Гр. Царево	Началото на Юни	Любителски фестивал на народните танци под името „Хоро край морето“ се провежда всяка година в Община Царево, в началото на месец юни. Повече от 500 танцьори в пъстри носии, усмихнати лица и народна музика изпълват град Царево за началото на летния сезон. Националният фестивал на танцовите клубове се провежда под патронажа на кмета инж. Георги Лапчев, а организатори са ФТК „Иглика“, Община Царево и НЧ „Георги Кондолов-1914“. Фестивалът започва от морската градина с дефиле на танцовите клубове, които под звуците на музикален съпровод преминават през главната улица на града и се събират на площада. След официално откриване, фестивалът продължава с индивидуални изпълнения на всички танцови клубове от различни региони на България, които участват. Наред с индивидуалните изпълнения, участниците извиват заедно задължителните хора от петте фолклорни области на страната.
Фестивал на странджанския манов мед	Гр. Царево	Началото на август	Фестивалът на Странджанския манов мед по традиция се провежда от 2004 г. През първата десетдневка на месец август в град Царево под мотото „Царево – царството на мановия мед“ ! В него участват професионални пчелари от цялата страна, които предлагат пчелни продукти с ясен произход и гарантирано качество.



Фестивал „Морски изгреви“	Гр. Ахтопол	Юли	„Морски изгреви“ обединява изкуството, духовността, здравето и красотата в един формат, информира и популяризира здравословния начин на живот във всички негови аспекти – духовно, физическо, емоционално здраве. Фестивалът предоставя трибуна за открити лекции и семинари в областта на личностното и духовно развитие, консултанти, терапевти, психолози, показва природни начини за лечение и възстановяване, методи и лечебни практики с доказана ефективност, нови тенденции за поддържане на физическото здраве и красота.
Фестивал на виното дионисиеви дни	Гр. Царево	М. Юли	Фестивалът представя бутикови серии вина на известни български винарски изби. Изложението се провежда под егидата и с любезното съдействие на Община Царево. В него вземат участие компании – лидери в производството на български вина и спиртни напитки. Своята продукция представят и регионални производители и фирми. Наши и чужди туристи могат безплатно да дегустират бели, червени вина и розе от лимитирани и по-масови серии, които за пръв път стъпват в Царево. Наред с вината царевци и гостите на курорта могат да се насладят на веган торти, здравословна храна, домашни суджучи и луканки. Любителите на бирата също не са забравени. Те могат да избират от над 100 вида крафт бири от различни точки на света. Бог Дионисий дава началото на фестивала и благославя участниците и винолюбителите - гости на събитието. Фестивалът е с вход свободен.



Фолклорен фестивал „Странджа моя, люлчина“	Гр. Царево	Средата на м. Юни	Фолклорният фестивал "Странджа моя, люлчина" се организира от НЧ "Георги Кондолов – 1914" със съдействието на Община Царево. Фестивалът се провежда ежегодно през месец юни на летните сцени в гр. Царево и има за цел да представи фолклорната музика и танц на България и други страни по света в цялото видово, жанрово и етнокултурно многообразие: ансамбли, танцови състави, групи и хорове на народни песни, оркестри, групи за автентичен фолклор, певци и инструменталисти. За участниците във фестивала няма възрастови ограничения.
Spice Music Festival	Гр. Бургас	06.08 - 08.08	Spice Music Festival е фестивал в Бургас, който в рамките на три дни представя най-големите изпълнители на 90-те.
Фестивал на изкуствата с международно участие „Море от звезди“	Приморско	8-12.06	Фестивалът събира любители артисти от различни жанрове на изкуството – народни танци, модерен балет, класически балет, хип-хоп, танцово шоу, спортни танци, народно пеене, поп пеене, инструменталисти, артисти, илюзионно изкуство, източни бойни изкуства, изобразително изкуство, фотография, мажоретни състави и др. от читалища, частни клубове, училища, културни институции и др. без ограничение във възрастта. Във фестивала участват популярни артисти от различни жанрове на изкуството, които вземат участие в концертите, провеждат семинари и уърк шопове и общуват с участниците във фестивала в неформална обстановка.



Национален фолклорен фестивал „Дъга морето“ над	Лозенец, община Царево	9-11.09	Фестивалът има за цел да даде възможност за изява на изпълнители от различни жанрове на фолклорното изкуство – певци, инструменталисти, танцьори, разказвачи, групи за представяне на традиционни ритуали и обичаи. В проявата могат да участват групи и индивидуални изпълнители на автентичен и обработен фолклор без възрастови ограничения. В рамките на фестивала участниците имат възможност да общуват помежду си, да репетират и да се изявяват на сцени пред многобройна публика в Лозенец, общ. Царево.
Национален събор „Петрова нива“	Местност Петрова нива, община Малко Търново	август	Национален възпоменателен събор "Петрова нива" се провежда в едноименната местност в чест на Илинденско - Преображенското въстание. По време на събора има разнообразна програма, свързана с фолклора, традициите и обичаите на този край.
Национален фолклорен фестивал „Хоро в Странджа“	Гр. Малко Търново	15.05	Основна цел на събитието, което ще се проведе под патронажа на кмета на общината, е запознаване с богатството и красотата на българските народни танци. Фестивалът е и прекрасна възможност за създаване на нови приятелства и контакти, потопени в очарованието на планинското градче Малко Търново. Организира се нестинарско хоро, в което всички участници играят заедно общо хоро под съпровода на странджански оркестър.



Международен фолклорен фестивал „Евро фолк – Черно море 2021“	Гр. Царево и гр. Китен	23.06 – 28.06	Фолклорният фестивал “Евро фолк - Черно море” се провежда в рамките на Музикални празници “Евро фолк” – Светът е телевизия. Музикалните празници се провеждат в различни европейски градове и държави през цялата 2021 година. Музикалните празници “Евро фолк” се състоят от четиридесет и пет музикални фестивала и се провеждат под егидата на Европейска Асоциация на Фолклорните Фестивали - EAFF.
---	------------------------	---------------	---

10. Механизъм за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията за района

Цел на механизмът за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията на района е да се осигури надеждна обратна информация за състоянието и изпълнението на стратегията с оглед формиране на правилни управленски решения, насърчаване на публичността и отчетността на предприеманите действия към всички заинтересовани страни и предприемане на корективни мерки, при необходимост, при липса на напредък по постигане на резултатите.

Мониторинг

Мониторинга се осъществява от Комитет за наблюдение. Комитетът следи за ефективността и качеството на прилагане на Стратегията, с оглед постигане на целите, определени в нея и дава насоки по стратегически и оперативни въпроси. Комитетът е колективен орган, състоящ се от председател и членове.

Председател на Комитета за наблюдение е председателят на съответната ОУТР.

В Комитета за наблюдение задължително се включват следните членове:

- Представители на общини, членове на съответната ОУТР
 - Представители на общини, които не са членове на ОУТР, но се намират на територията на туристическия район
 - туристически сдружения, членове на ОУТР.
 - туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район и не членуват в ОУТР.
 - Представители на Министерство на туризма
 - Представители на една или повече областна администрация от територията на туристическия район.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



- други представители при необходимост - регионални и местни органи на самоуправление, неправителствени организации и социално-икономическите партньори и др., свързани с изпълнение на стратегията.

Председателят на Комитета:

- организира и ръководи дейността на Комитета в съответствие с правилата за работа и решенията на Комитета;
- предлага дневен ред на заседанията;
- насрочва, свиква и ръководи заседанията на Комитета;
- осигурява предоставянето на необходимата информация и документи, свързани с дейността и решенията на Комитета, на съответните органи и лица;

При отсъствие на председателя, неговите функции се изпълняват от друг член на Комитета, определен писмено от председателя. Когато член на Комитета е определен да изпълнява функциите на председател, функциите му на член се изпълняват от неговия заместник.

Членовете на Комитета:

- участват в заседанията и вземането на решения от Комитета;
- внасят за разглеждане актуални въпроси и проблеми, свързани с Стратегията;
- следят за изпълнението на решенията на Комитета.

Заседанията на Комитета се свикват най-малко един път в годината. В случай на необходимост могат да бъдат насрочвани и извънредни заседания. Заседания на Комитета се свикват по инициатива на председателя. По искане на най-малко една трета от членовете на комитета могат да бъдат насрочвани извънредни заседания.

Заседанията на Комитета са редовни, ако присъстват повече от половината от членовете - включително и председателят му, или определено от него лице. Заседанията на комитета са открити. Решенията в Комитета се взимат с обикновено мнозинство от присъстващите членове. Гласуването е явно. По преценка на председателя Комитетът може да взема неприсъствени решения чрез писмена процедура.

Набиране на информация за напредъка

Необходима предпоставка е коректността на събраните данни, които следва да бъдат предварително подредени и сортирани, изчистени от грешки или неточности. В рамките на същинския мониторинг се осъществява набирането на необходимите данни и друга релевантна информация. Важно условие е да бъде постигнато високо качество и надеждност на събраните данни и информация – т.е. да са изпълнени във възможно най-висока степен изискванията за акуратност, валидност, релевантност, навременност и значимост. Данните следва да разкриват

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



реалното състояние, да отговарят на целите на мониторинга. Също така те следва да са достъпни във времевия интервал на извършване на мониторинга и да бъдат достатъчно достоверни и надеждни.

Събираните данни са два вида – количествени и качествени. Количествените данни са данните, които могат да бъдат определени количествено и проверени, като същите се поддават на статистическа обработка. Количествените данни определят, докато качествените данни описват. Качествените данни могат да бъдат подредени в категории, които не са в цифров вид. Качествените данни обясняват с думи и определения изучаваните събития или резултати.

Методи за набиране на количествени данни

- Анализ на статистически данни - данните се получават от отчетите на националната статистика, от други институции, поддържащи статистика за релевантни на туризма сфери – общинската администрация, бенефициенти, реализиращи проекти, и др.
- Анализ на документи - проучване на основните документи, материали и отчети/доклади, както и на публикации в пресата, публични анализи и други общодостъпни материали.
- Проучвания – за да бъде представителна за територията на общината извадката следва да бъде с необходимата степен на представителност. Резултатите от проучванията са източник на информация за мненията и нагласите на изследваната съвкупност.

Методи за набиране на качествени данни

- Интервю - извършва се чрез отворен тип въпроси. Цели се да се установи напредъкът, трудностите и промените по време на изпълнението на Стратегията, да се идентифицират причинно-следствените връзки, както и възможни корекции и подобрения.
- Фокус групи - провеждане на дискусии в структуриран вид на заинтересованите лица, водени от опитен модератор за насочване към предварително определени въпроси с цел изясняване по темата. Групите не следва да са големи (поради трудността от модериране) и по тази причина резултатите и изводите от този метод не могат да се считат за напълно представителни, но дават възможност за формулиране на хипотези по дадени аспекти на политиките и търсене на отговор на евентуални проблеми.
- Наблюдение чрез участие - представлява формирането на работна група за наблюдение на въздействието на определената политика, като целта е проучване на различните мнения на заинтересованите страни с тяхно участие, за получаване на една по-независима и разностранна оценка.

Количествените методи са с по-висока степен на обективност, отколкото качествените, поради точния им характер на измерване с числени стойности. Качествените методи не дават точни мерки

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



и извършването на сравнение е трудно, но те имат специфична обяснителна сила, която не може да бъде изведена от количествените данни – как е постигнат самият резултат и какво е неговото въздействие.

За целите на мониторинга ще бъдат използвани и двата вида методи. Така ще се постигне по-добро описание на реалната ситуация на база обективни данни, които отчитат и човешкия фактор.

Обработката на информацията и извличането на данни са последната стъпка преди същинския анализ на данните. Успешното реализиране на Стратегията изисква тя да бъде адекватно информационно осигурена. За тази цел се препоръчва създаването на база данни, със следната структура:

- Описва се йерархичната зависимост, залежала в Стратегията - цели, приоритети, мерки, дейности
- Определените вече индикатори при подготовката на стратегията
- Структуриране на информацията от текущия мониторинг

Така създадените бази данни ще осигуряват текуща и надеждна информация за:

- Финансови показатели, съответно възможност за сравнение на постигнати единични цени за сходни дейности
- Степен на постигане на заложените цели
- Създаване на справки за нуждите на управленски решения, информираност на ОУТР и местната общественост.

Анализ на получените данни

Анализът на данните е процесът на обработка на събраните количествени и качествени данни. В резултат на тази обработка се получава използвана информация за целите на мониторинга - практическото измерване и следене на представянето по заложените цели. Анализът определя изпълнението и се търси обяснение на евентуалните отклонения, забавяния или неизпълнение. Навременният и надежден анализ на данните е ключов за функционирането на системата за мониторинга. Аналитичните дейности са насочени към:

- Търсене на тенденции, сравнения, групиране или други взаимовръзки между данните
- Оценяване на действителното представяне спрямо планираните цели и/или спрямо базовите стойности на индикаторите



Въз основа на събраната и обработена информация се изготвят анализи на текущото изпълнение както на Стратегия като цяло, така и на отделни, специфични приоритети или мерки.

При представянето на резултатите от анализа е необходимо да се спазват приложимите изисквания по отношение на стила и визуализацията.

Заклучения на база на анализа

Формулираните заключения са последният етап от мониторинга по същество. Те следва да бъдат в обем не повече от няколко параграфа и ясно да демонстрират постигнатия напредък, включително липсата на напредък. Предоставят се обяснения и причини при отклонения от планираното, идентифицират се проблемни области.

Представяне на резултатите на ръководните органи

Резултатите от анализа се представят на ръководните органи във вид на докладна записка, съдържаща изведените общи заключения на база на анализа. Аналитичните материали са задължително приложение към докладната записка.

Изготвяне на предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация

Тази стъпка е необходима единствено при цялостно или частично неизпълнение на поставените задачи и цели. Тук ръководните органи следва да вземат управленско решение и/или да извършат приоритизиране на предстоящите задачи. Решението следва да бъде обосновано и да има ясна причинно-следствена връзка с демонстрираните изводи от анализа. На база на решението се разработват предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация, които в последствие също са обект на управленско одобрение.

Представяне и обсъждане на резултатите и предложенията на заинтересованите страни

Резултатите от анализа, заключенията и предложенията следва да бъдат представени на заинтересованите страни – на интернет страницата на ОУТР, както и по електронен път на всички представители свързани с процеса. Заинтересованите страни следва да разполагат с не по-малко от 14 календарни дни за предоставяне на мнения и предложения и гарантиране на активното участие на всички, които имат интерес. Същите следва да бъдат отправени по официален път.

При провеждане на публични обществени обсъждания изказаните мнения са част от официалните предложения. Протокол от проведените обсъждания се публикува на интернет страницата на ОУТР.



Отразяване на получените коментари и предложения

За получените предложения се изготвя съгласувателна таблица, в която се описват направените предложения и коментари, становището по тях и изрично се посочва дали предложението се приема изцяло, частично или не се приема. Ако предложение е прието частично или не е прието, то следва да се посочи причината за това – несъответствие със стратегически или нормативен документ, липса на ресурси и др.

Официално приемане на необходимите документи и действия

Финалният етап е свързан с официалното приемане на необходимите документи или действия за постигане на целите на Стратегията. Нейното актуализиране е възможно само със санкцията на съответната ОУТР.

Приетите документи отразяват задължително поставените задачи, сроковете за тяхното реализиране, отговорници за изпълнението и необходимите ресурси. При нужда се създават и необходимите координационни и вътрешно-контролни механизми.

Оценка:

Оценката представлява моментна снимка на изпълнението на Стратегията въз основа на нейните резултати, въздействието ѝ и потребностите, които е предназначена да удовлетвори. Обект на оценка е систематичният напредък към заложените цели и резултати и начина на тяхното постигане.

Предмет на оценката на изпълнението на Стратегията е степента на постигане на целите и очакваните резултати. Оценката представлява систематично изследване, което представя до каква степен са свързани реализираните дейности и постигнатите резултати, при отчитане на факторите от заобикалящата среда.

Информацията от мониторинга (и по-специално – информацията от наблюдението върху индикаторите за изпълнение) може да помогне за идентифициране на тези области, в които е необходим по-дълбок анализ и усъвършенстване на изпълнението на стратегическия документ.

Оценка може да бъде извършена както от самата ОУТР, така и от външни изпълнители.

С оглед постигане на възможно най-висока степен на обективност и безпристрастност, както и за обезпечаване на специфична експертиза, оценка на Стратегията следва да бъде извършвана от външни за ОУТР лица.



Междинна и последваща оценка

В зависимост от периода на провеждане на оценката, т.е. в коя фаза на процеса на изпълнение на Стратегията се реализира, тя се определя като междинна и последваща. Тези оценки представляват дейности, извършвани, съответно, по време на етапа на изпълнение на Стратегията и непосредствено след неговото приключване. При тези два вида оценки се оценяват резултатите и се откриват съществуващите отклонения от планираните цели; прекомерните разходи на средства и време и т.н. Целта на последващата оценка е не само да се открият допуснатите слабости, но и факторите, на които се дължи успехът при постигане на целите и резултатите.

Междинна оценка се предприема, когато в процеса на мониторинг се установи необходимостта от провеждането на задълбочена оценка или когато се налага реализирането на значителни промени/изменения спрямо първоначалния вариант на Стратегията.

Междинна оценка следва да бъде извършена в рамките на до 2023 г. Освен постигнатите резултати обект на оценка ще бъдат и управленската дейност и баланса между ресурсите на входа и непосредствените резултати. Оценката се извършва в следните основни направления:

- Последиците от реализация на Стратегията за заинтересованите страни
- Разпределението на резултатите между отделните ползватели и други заинтересовани страни
- Непредвидени и нежелани странични ефекти от осъществяването на Стратегията и какви са възможните мерки за тяхното неутрализиране
 - o Рискове, които заплашват да осуетят успешната реализация на Стратегията
 - o Възможностите за тяхното усъвършенстване се съчетават с избягване на рисковете за отрицателни последици
 - o Институционална и организационна среда е необходима за осигуряване участието на заинтересованите страни в осъществяването на Стратегията
 - o Изграден капацитет за осъществяване на Стратегията на всички равнища, какво е необходимо за неговото увеличаване, за да се гарантира устойчивост на постигнатите резултати и въздействия

Последваща оценка се извършва известно време след приключване на етапа на прилагането - понякога две или повече години след завършването на даден проект. При нея се разглеждат въздействието и устойчивостта, както и по-широки проблеми на реализираната политика. Резултатите от последващата оценка обикновено се използват за целите на отчетността, т. е. за да се отговори на въпроса какво е постигнато и на каква цена. Те могат да се използват и като ресурси на входа при разработване или изменение на последващи публични политики.



При последващата оценка се набляга на въздействието, ефикасността и ефективността, като същевременно се разглежда устойчивостта на постигнатото въздействие и се определят основните фактори за неговия успех или неуспех.

Основни стъпки в последващата оценка:

- Уточняване на заинтересованите страни
- Дефиниране на предмета на оценката
- Планиране на оценката
- Подбиране на метода на събиране на данни и метода на анализ
- Определяне на формата на констатациите от оценката
- Прилагане на констатациите от оценката.

При междинната и последващата оценка са оценява процесът - как и до каква степен се изпълнява Стратегията, анализ на съотношението „разходи/ползи” и анализ на ефикасността на разходите. Това са анализи, при които се сравняват резултатите и постиженията с изразходваните ресурси за тяхното получаване. Чрез анализа на съотношението „разходи/ползи” се определят целесъобразността на направените вложения и адекватността на получените ползи. Анализът на ефикасността на разходите оценява уместността на разходите за постигане на определена цел, за да се идентифицират най-изгодните възможности и начини за постигане на предвидените цели.

Оценката на резултатите показва до каква степен се постигат очакваните резултати, включително странични, непланирани и нежелани ефекти, за да се прецени ефективността. Извършва се и оценка на цялостното въздействие – сравняват се ефектите от реализираните мерки с това, което би се случило, ако тя не се прилагаше. Тази оценка се използва, когато е известно, че върху резултатите от Стратегията влияят външни фактори, за да се разграничи приносът за постигане на нейните цели.

11. Институционална рамка

Съгласно чл.5 от ЗТ, държавната политика в областта на туризма се определя от Министерския съвет (МС). Министерският съвет по предложение на министъра на туризма одобрява Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма и стратегии за развитие на отделни видове туризъм. Държавната политика за устойчиво развитие на туризма се интегрира в секторните политики и се осъществява от министъра на туризма с участието на другите органи на изпълнителната власт в рамките на тяхната компетентност.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност” 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност”, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Министър на туризма

Държавната политика в областта на туризма се провежда от министъра на туризма. Министърът на туризма:

1. разработва и контролира изпълнението на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма и на стратегии за развитие на отделни видове туризъм, както и краткосрочни програми и планове за прилагането им;
2. разработва и изпълнява национална маркетингова стратегия в съответствие със стратегиите по т. 1;
3. утвърждава и изпълнява годишната програма за национална туристическа реклама;
4. разработва и утвърждава концепция за туристическо райониране на страната;
5. предлага на Министерския съвет с решение да обявява национални курорти;
6. осъществява координацията и взаимодействия с организациите за управление на туристическите райони при реализацията на националната маркетингова стратегия и разработването на маркетинговите стратегии на туристическите райони;
7. организира извършването на маркетингови проучвания на основни и перспективни пазари за българския туристически продукт, както и проучвания в сферата на туристическата реклама и анализи на ефективността;
8. организира участието на Република България в международни туристически изложения, панаири и прояви, свързани с туризма;
9. организира опознавателни журналистически пътувания и посещения на чужди туроператори и туристически агенти в страната;
10. изработва и разпространява рекламни и информационни материали и сувенири;
11. набира, обработва и анализира статистически данни за развитието на търсенето и предлагането в държави - основни пазари за националния туристически продукт;
12. поддържа, актуализира и популяризира [Националния туристически интернет портал](#);
13. разработва и осъществява комуникационни кампании на вътрешния и чуждестранни пазари;
14. осигурява дейността на Националния туристически информационен център;
15. взаимодейства с компетентните държавни органи и с териториалните органи на изпълнителната власт, организира и координира съвместната дейност при провеждането на националната политика в туризма, финансовото осигуряване и изпълнение на стратегиите и програмите по т. 1, 2 и 3 и концепцията по т. 4;

www.eufunds.bg



16. взаимодейства с организациите за управление на туристическите райони и осъществява надзор върху изпълнението на дейностите им по чл. 18, ал. 1;
17. взаимодейства с туристическите сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), при осъществяване на дейността им в областта на туризма;
18. съдейства за реализацията на инициативи на туристически сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), когато те съответстват на целите и приоритетите на Министерството на туризма в областта на туризма за съответната година;
19. издава, съгласува и предлага на Министерския съвет проекти на нормативни актове в областта на туризма и контролира тяхното прилагане;
20. организира и координира контрола върху качеството на туристическия продукт;
21. подпомага дейността на компетентните органи за провеждане на държавната политика по отношение на обучението и повишаване квалификацията на кадрите в туризма;
22. подпомага дейността по привличане на инвестиции и съдейства за реализиране на проекти за устойчиво и балансирано развитие на туризма на национално, регионално и местно ниво, включително за изграждането и развитието на инфраструктурата, свързана с туризма;
23. представява Република България пред международните органи и организации в областта на туризма и изпълнява и координира изпълнението на задълженията на Република България, произтичащи от членството и в тях;
24. разработва проекти и участва в разработването, оценяването, наблюдението и контрола върху изпълнението на програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
25. предлага създаването на туристически представителства на Република България в чужбина;
26. организира поддържането на Единната система за туристическа информация;
27. организира воденето, актуализирането и поддържането на [Националния туристически регистър](#) по чл. 16б, ал. 1 и Националния регистър на туристическите забележителности, фестивали и събития по чл. 170а, ал. 1;
28. създава национална мрежа от туристически информационни центрове, функциониращи въз основа на единни стандарти;
29. разработва и съдейства за въвеждането на доброволни системи за сертифициране на качеството и устойчивото туристическо развитие;
30. ръководи Националния съвет по туризъм;
31. извършва регистрацията на туроператорите и туристическите агенти;

----- www.eufunds.bg -----



32. определя категорията на туристически обекти в посочените в този закон случаи;
33. сертифицира туристически обекти в посочените в този закон случаи;
34. осъществява държавната политика в областта на концесиите на морски плажове;
35. организира и осъществява дейността по предоставяне под наем на морските плажове, които не са възложени на концесия;
36. прилага принудителни административни мерки, налага глоби и имуществени санкции в случаите, предвидени в този закон и в Закона за устройството на Черноморското крайбрежие;
37. обявява списък на категориите информация от Единната система за туристическа информация, ако подлежи на класификация като служебна тайна.

Национален съвет по туризъм

За осъществяване на сътрудничеството и координацията в областта на туризма се създава Национален съвет по туризъм (НСТ) – консултативен орган към министъра на туризма.

В NST участват:

1. заместник-министър на икономиката, заместник-министър на финансите, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството, заместник-министър на външните работи, заместник-министър на културата, заместник-министър на здравеопазването, заместник-министър на околната среда и водите, заместник-министър на земеделието, храните и горите, заместник-министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията, заместник-министър на образованието и науката, заместник-министър на труда и социалната политика, заместник-министър на вътрешните работи, заместник-министър на отбраната и заместник-министър на младежта и спорта, определени от съответните министри;
2. председателят на Комисията за защита на потребителите;
3. изпълнителният директор на Българската агенция по безопасност на храните;
4. изпълнителният директор на Националната агенция за приходите;
5. по един представител на всяка организация за управление на туристическите райони;
6. по един представител на всяко браншово туристическо сдружение, вписано в [Националния туристически регистър](#);
7. по един представител на регионалните, на продуктовете и на професионалните туристически сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#);
8. по един представител на морските, на планинските и на балнеолечебните национални курорти;

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



9. един представител на сдруженията на превозвачите в областта на въздушния, сухопътния и водния транспорт;
 10. по един представител на национално представените сдружения на потребителите в Република България и на национално представителните работодателски организации в Република България;
 11. представител на Националното сдружение на общините в Република България;
 12. представител на националната организация за спортно-туристическа дейност.
- (3) Председател на НСТ е министърът на туризма или оправомощен от него заместник-министър или друго длъжностно лице.
- (4) Условието и редът за определяне на представителите на сдруженията, организациите и курортите по ал. 2, т. 6 - 10 се определят с правилника по ал. 6.
- (5) Организационно-техническото подпомагане на работата на НСТ се осъществява от администрацията на Министерството на туризма.
- (6) Организацията на работа на НСТ се определя с правилник на министъра на туризма. Правилникът се публикува на [интернет страницата](#) на министерството.
- (7) Поименният състав на НСТ се определя със заповед на министъра на туризма.
- (8) Членовете на НСТ по ал. 2, т. 1 - 4 и 10 може да бъдат представлявани от друго лице с изрично писмено пълномощно за всяко конкретно заседание, когато те не могат да присъстват по обективни причини.

Националният съвет по туризъм:

1. подпомага министъра на туризма при формирането и провеждането на държавната политика в туризма;
2. подпомага координацията на националната политика в областта на туризма;
3. обсъжда концепции и програми за устойчиво развитие на туризма и изразява становища по тях;
4. прави предложения до министъра на туризма за създаване, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, свързани с развитието на туризма;
5. разглежда въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма;
6. обсъжда подготовката за туристическите сезони и анализира резултатите от тях;
7. обсъжда резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи;



8. разглежда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги;

9. разглежда и други въпроси от значение за развитието на туризма.

(2) Националният съвет по туризъм изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с туристическото развитие - териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура, поддържането и управлението на морските плажове, използването и опазването на туристическите ресурси, данъчното облагане на туристическите дейности, прилагането на визовия режим и други.

(3) Националният съвет по туризъм изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с маркетинга и рекламата на България като туристическа дестинация, включително относно:

1. годишната програма за национална туристическа реклама;
2. маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток и анализи и прогнози за туристическото развитие;
3. дейности по брендиране и реклама на България като туристическа дестинация;
4. Единната система за туристическа информация и [Националния туристически интернет портал](#);
5. дейността на Националната мрежа на туристическите информационни центрове;
6. реализацията на проекти по програми на Европейския съюз в областта на туристическия маркетинг;
7. информационното обслужване и подпомагане участието на български фирми в панаири и прояви, свързани с туризма.

(4) Националният съвет по туризъм може да сформира експертни групи по конкретни въпроси от неговата компетентност с участието на представители на:

1. научни организации, институти и висши училища от областта на туризма;
2. други институции и организации, заинтересовани от развитието на туризма.

Експертни комисии към министъра на туризма

Към министъра на туризма се създават:

1. Експертна комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА);
2. Експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ЕККТО);
3. Експертна комисия по сертификация на туристически обекти (ЕКСТО);
4. Експертна комисия за регистрация на ски училища (ЕКPCY);

www.eufunds.bg



5. Експертна комисия за определяне степента на сложност на ски пистите (ЕКОСССП).

(2) Председател на комисиите по ал. 1 е оправомощен от министъра на туризма заместник-министър или друго длъжностно лице.

(3) В състава на ЕКРТА се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма и представители на браншовите туристически сдружения на туроператорите и/или туристическите агенти.

(4) В състава на ЕКТО се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма и представители на браншовите сдружения (хотелиерство и/или ресторантьорство).

(5) В състава на ЕКТО се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма, Министерството на здравеопазването, както и представители на продуктови и/или професионални туристически сдружения в сферата на балнеолечебни, СПА, уелнес и таласотерапевтични услуги.

(6) В състава на ЕКСУ се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма, на Министерството на младежта и спорта, на Българската федерация по ски, както и представители на професионални и/или продуктови туристически сдружения в сферата на снежните спортове.

(7) В състава на ЕКОСССП се включват представители на Министерството на туризма, на Министерството на младежта и спорта, на Министерството на околната среда и водите, на Българската федерация по ски, както и представители на професионални и/или продуктови туристически сдружения в сферата на снежните спортове.

(8) Условиата и редът за определяне на броя и представителите на сдруженията и юридическите лица с нестопанска цел по ал. 3 - 7 се определят с правилниците по ал. 10.

(9) Поименният състав на комисиите по ал. 1 се определя със заповед на министъра на туризма след постъпване на предложения от съответните ръководители на ведомствата, туристическите сдружения и юридическите лица с нестопанска цел по ал. 3 - 7.

(10) Министърът на туризма издава правилници за организацията и дейността на комисиите по ал. 1.

Управление на областно ниво

Областният управител провежда държавната политика в областта на туризма на територията на областта, като:

1. разработва областната стратегия и участва в разработването на програми за развитието на туризма на територията на областта и координира тяхното изпълнение; стратегията и програмите се съставят на основата на националните приоритети за развитие на туризма, маркетинговата

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



стратегия на туристическия район и съобразно местните и регионалните туристически ресурси и потребности;

2. съдейства на министъра на туризма при реализацията на дейностите по чл. 6 в областта;
3. сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на областта в изпълнение на националната политика в областта на туризма;
4. осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи.

Управление на местно ниво

Общински съвет

Общинският съвет определя политиката за развитие на туризма на територията на общината, като включва в програмата за реализация на общинския план за развитие самостоятелен раздел, съдържащ общинска програма за развитие на туризма.

Общинската програма за развитие на туризма е в съответствие с приоритетите на областната стратегия за развитие на туризма и стратегиите по чл. 5, ал. 2. Общинската програма за развитие на туризма предвижда конкретни проекти, включващи мероприятия за:

1. изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища до туристически обекти;
2. изграждане и функциониране на общински туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
3. изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
4. организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
5. провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;
6. реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
7. взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
8. подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти;
9. благоустрояване, изграждане и поддържане на инфраструктурата - общинска собственост, в националните курорти, когато на територията на общината има такива.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



(3) В случаите, когато на територията на общината е разположен национален курорт по чл. 56а, общинският съвет е длъжен да планира разходи за подобряване на предлаганите туристически дейности, общински обекти, услуги и продукти в националния курорт.

Кмет на община

Кметът на общината:

1. разработва програмата по туризъм и отчета за нейното изпълнение и след одобрението им от консултативния съвет и ги внася за приемане от общинския съвет;
 2. създава и ръководи консултативния съвет по чл. 13, ал. 1;
 3. създава Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО);
 4. определя категорията на туристически обекти по предложение на ОЕККТО в предвидените в този закон случаи;
 5. създава и поддържа общински регистър на категоризираните по т. 4 туристически обекти на територията на общината - част от [Националния туристически регистър](#);
 6. предлага на общинския съвет да определи размера на туристическия данък след писмено становище на консултативния съвет по чл. 13, ал. 1;
 7. ежесечно изпраща информацията от регистъра по т. 5 на електронен носител или по електронен път на министъра на туризма;
 8. събира статистическа информация и създава и поддържа информационна база данни за туризма на територията на общината съгласно наредбата по чл. 165, ал. 2;
 9. разработва и изпълнява програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
 10. сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на общината в изпълнение на националната политика в областта на туризма;
 11. изготвя годишен отчет за разходването на събрания на територията на общината туристически данък и го публикува на интернет страницата на съответната община;
 12. осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи.
- (1) Кметът на община, на чиято територия има изградени и функциониращи места за настаняване, създава консултативен съвет по въпросите на туризма.
- (2) Председател на консултативния съвет по въпросите на туризма е кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице.



(3) В състава на консултативния съвет по въпросите на туризма участват с равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна.

(4) Редът и начинът на определяне на представители на музеите, физическите и юридически лица по ал. 3 в консултативния съвет по въпросите на туризма се посочват в правилника по ал. 7.

(5) Кметът на общината със заповед определя броя и поименния състав на членовете на консултативния съвет по въпросите на туризма при спазване изискванията на ал. 3.

Консултативният съвет по въпросите на туризма:

1. обсъжда и одобрява проекта на общинската програма за развитие на туризма, както и проекта на отчет за изпълнение на програмата за предходната година;

2. прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, относно:

а) размера на туристическия данък и неговото разходване;

б) членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район;

3. проучва и прави предложения пред общинския съвет чрез кмета на общината за:

а) приоритетното изграждане и поддържане на туристическата инфраструктура и опазване и поддържане на туристическите забележителности на територията на общината, както и за привличането на инвестиции в сферата на туризма;

б) подобряване състоянието на транспортното обслужване;

в) опазване, поддържане и развитие на зелените площи на територията на общината, свързани с туризма;

г) осигуряване на трайна заетост на кадрите в туризма и за повишаване на квалификацията им;

4. проучва, обсъжда и прави предложения пред общинския съвет чрез кмета на общината за предприемане на необходимите мерки за устойчиво развитие на националния курорт, когато на територията на общината има такъв, относно:

а) подобряване състоянието на туристическата инфраструктура;

б) осигуряване на общественения ред и спокойствието на туристите;

в) архитектурния облик на националния курорт;

г) организиране на транспортна схема през туристическия сезон;

www.eufunds.bg



д) други въпроси от значение за развитието на националните курорти като туристически дестинации.

(7) Кметът на общината със заповед утвърждава правилник за организацията и дейността на консултативния съвет по въпросите на туризма.

Към кмета на общината се създава общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти по чл. 128. В състава на ОЕККТО се включват с равен брой гласове представители на местната администрация и представители на местните и/или регионалните туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър. Условието и редът за определяне на представителите по ал. 3 се уреждат с правилника по ал. 6. Кметът на общината със заповед определя числеността и поименния състав на ОЕККТО по предложение на съответните ръководители на сдруженията по ал. 3. По преценка на кмета на общината в състава на ОЕККТО може да бъдат включени и други експерти. Кметът на общината със заповед утвърждава правилник за организацията и дейността на ОЕККТО.

Общински консултативен съвет

Кметът на община, на чиято територия има изградени и функциониращи места за настаняване, създава консултативен съвет по въпросите на туризма. Председател на консултативния съвет по въпросите на туризма е кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице.

В състава на консултативния съвет по въпросите на туризма участват с равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна.

Консултативният съвет по въпросите на туризма обсъжда и одобрява програма за развитие на туризма на територията на общината и отчета за нейното изпълнение; прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, включително за размера на туристическия данък и неговото разходване, и за членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район.

Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти

Към кмета на общината се създава общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕЕКТО). В състава на ОЕККТО се включват с равен брой гласове представители на местната администрация, от една страна, и на местните, регионалните и браншовите туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, от друга страна.

www.eufunds.bg



Управление на ниво туристически район

Туристическият район се управлява от организация за управление на туристическия район (ОУТР). Организациите за управление на туристическите райони са доброволни организации, които чрез взаимопомощ и сътрудничество в интерес на членовете си и в обществен интерес извършват дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама на определена територия - туристически район. В ОУТР могат да членуват туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, представители на общини и на областни управители, научни организации, институти и училища в областта на туризма, сдружения на потребителите и други организации, институции и търговски дружества, чието седалище или място за извършване на дейността е на територията на туристическия район, национални, общински и регионални музеи, национални и природни паркове, намиращи се на територията на района.

Организациите за управление на туристическите райони са юридически лица, които се учредяват и регистрират по реда на този закон. Организациите за управление на туристическите райони не разпределят печалба.

Организациите за управление на туристическите райони се създават за следните дейности:

1. разработване и прилагане на маркетингова стратегия на туристическия район в съответствие с националната маркетингова стратегия;
2. изработване на лого и слоган на туристическия район;
3. организиране провеждането на маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток в туристическия район и на анализи и прогнози за туристическото развитие;
4. осъществяване на дейности по изграждане на бранд, връзки с обществеността и реклама на туристическия район;
5. организиране и подпомагане дейността на туристическите информационни центрове в района;
6. разработване и прилагане на стратегия за развитие на туризма, продуктови стратегии и годишни планове за развитие на туризма на територията на туристическия район в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма;
7. подпомагане дейността на областните управители и кметовете на общини при реализацията на стратегии и програми за развитие на туризма чрез становища и предложения;
8. подпомагане кметовете на общини при изпълнението на задълженията им по този закон;
9. реализиране на проекти по програми на Европейския съюз;
10. създаване и поддържане на база данни за туризма в района - част от Единната система за туристическа информация;

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



11. осъществяване обмен на информация, стандарти и добри практики;
12. провеждане на дейности по обучение и повишаване качеството на туристическите услуги;
13. подпомагане разработването, въвеждането и прилагането на доброволни системи за оценяване качеството на туристическите услуги и устойчивото развитие на туристическия район.

Организациите за управление на туристическите райони осъществяват своята дейност в съответствие с националната политика в областта на туризма, провеждана от Министерството на туризма. Областните управители и кметовете на общини оказват съдействие на съответната ОУТР при изпълнение на функциите и.

Организациите за управление на туристическите райони могат да извършват и друга стопанска дейност, която подпомага, допълва или съпътства основния им предмет на дейност.

Организациите за управление на туристическите райони могат да бъдат бенефициенти по Кохезионния фонд и Структурните фондове на Европейския съюз и по програми на национално и европейско равнище. Организациите за управление на туристическите райони се подпомагат от държавата. Организациите за управление на туристическите райони извършват дейността си под контрола на държавата. Функциите на контролен орган се осъществяват от министъра на туризма.

Организациите за управление на туристическите райони се учредяват без определен срок. На територията на един туристически район може да съществува само една организация за управлението му. Организацията за управление на туристическия район задължително включва в своето наименование "туристически район". Право на наименование "туристически район" имат само организациите, които са създадени в съответствие с този закон.

Организация за управление на туристически район се учредява най-малко от:

1. две туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район;
2. четири общини от територията на туристическия район, като една от тях е седалище на района.

Чл. 32. Органи на ОУТР са:

1. общото събрание;
2. управителният съвет;
3. контролният съвет;
4. изпълнителният директор.

Приходите по бюджета на ОУТР се формират от:

1. членски внос;
2. приходи от стопанска дейност и предоставяне на платени услуги;

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

-
3. средства от участие в европейски, международни и други донорски програми;
 4. дарения от физически и юридически лица;
 5. други източници.

Организациите за управление на туристически райони може да се подпомагат финансово от бюджета на Министерството на туризма при условия и по ред, определени от министъра на туризма. Областните администрации, които членуват в ОУТР, не заплащат членски внос.

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

12. Бюджет

Индикативната финансова рамка за реализиране на настоящата Маркетингова стратегия за развитието на туризма на района 2021-2024 е съобразена с общата финансова рамка за реализацията на приоритетите на Министерството на туризма, касаещи сектора на туризма в района. Ориентировъчният размер на необходимите финансови ресурси е около 3 200 000 лева. Като основен източник на финансиране са планирани фондовете на ЕС, държавен бюджет, местно публично финансиране (общински бюджет) с дял и частно финансиране (фондове, фирми и др.).

Деятност	2021	2022	2023	2024
Рекламни материали и проучвания				
Поддържане, обновяване и модернизирание на туристическия уебсайт на района	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Рекламна продуктова фотография на основните обекти в района (вкл. логистични разходи за фотографа)	15,000.00	3,000.00	2,000.00	
Изработка и заснемане на рекламни клипове с продължителност до 30 секунди за разпространение по телевизии и в интернет	80,000.00	40,000.00	30,000.00	
Изготвяне и отпечатване на рекламни материали (имиджови и тематични брошури), вкл. подаръци (рекламни сувенири) за участие в туристически борси, изложения и b2b срещи	20,000.00	15,000.00	10,000.00	

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Мониторинг на поведението - маркетингово проучване сред посетители на района (българи и чужденци), както и мониторинг на поведението в интернет чрез googleAds и AdSense и др.		30,000.00	30,000.00	30,000.00
Реклама				
Премиум интернет реклама в сайтове и платформи, свързани с планиране на туристически пътувания и сайтове с висок трафик	25,000.00	65,000.00	80,000.00	95,000.00
Таргетирана и контекстуална реклама (при зададени социодемографски и други параметри на таргет групата) в търсачки и социални мрежи – видео, банери и др.	30,000.00	85,000.00	95,000.00	105,000.00
Реклама чрез интернет инфлуенсъри – спонсориран пост/ статия, снимки и др./ относно дестинацията в социалните мрежи	35,000.00	50,000.00	55,000.00	60,000.00
Реклама чрез клип, представящ дестинацията (до 30 сек.)	70,000.00	120,000.00	140,000.00	155,000.00
Радио реклама (до 30 сек.)	30,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Реклама чрез билбордове и постери	45,000.00	70,000.00	75,000.00	80,000.00
Публикуване на рекламни карета в преса	65,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00
Събития				
Популяризиране на фестивали и събития, провеждани в района	25,000.00	35,000.00	40,000.00	40,000.00
Туристически изложения в България	30,000.00	40,000.00	45,000.00	45,000.00
Туристически изложения в чужбина	30,000.00	60,000.00	70,000.00	80,000.00
PR комуникация и инсентив събития				
Платени прес съобщения, статии, видеа и цялостен PR	20,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Опознавателни пътувания за инфлуенсъри, блогъри, влогъри, медии	15,000.00	45,000.00	45,000.00	50,000.00
Спедиентски турове и информативни турове за представители на българските и чуждестранни туроператори	25,000.00	30,000.00	30,000.00	40,000.00
	565,000.00	828,000.00	887,000.00	920,000.00
ОБЩО	3,200,000.00			

13. План за действие

Хоризонтални стратегически цели за туристическия район	Стратегически цели (приоритети)	Дейности	Срок на изпълнение	Очакван резултат	Отговорни институции		Прогнозна стойност	Източници на финансиране
					Водеща	Партньори		
Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в района	Развитие и позициониране на Бургаски черноморски туристически район като дестинация със собствена марка за морски рекреативен	Развитие на младежки клубен парти морски туризъм в к.к. „Слънчев бряг“	ежегодно	Позициониране на к.к. „Слънчев бряг“ като парти морски туризъм	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

туризъм и целогодишен културно- познавателен туризъм								
		Развитие на семеен морски рекреативен туризъм в курортни места като Несебър (Елените, Свети Влас, к.к. „Слънчев бряг“), Поморие, Бургас, Созопол (Дюни), Приморско (Китен), Царево, Обзор, Черноморец, Равда и Синеморец	ежегодно	Позициониране на Несебър (Елените, Свети Влас, к.к. „Слънчев бряг“), Поморие, Бургас, Созопол (Дюни), Приморско (Китен), Царево, Обзор, Черноморец, Равда и Синеморец като семеен морски рекреативен туризъм	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на къмпинговия морски рекреативен туризъм в района на Созопол, Приморско и Царево	ежегодно	Развитие на къмпинговия морски рекреативен туризъм в района на Созопол, Приморско и Царево	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Развитие на спортен яхтен туризъм в Несебър (Свети Влас), Созопол, Царево	ежегодно	Развитие на спортен яхтен туризъм в Несебър (Свети Влас), Созопол, Царево	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на морския круизен туризъм в Несебър и Бургас	ежегодно	Развитие на морския круизен туризъм в Несебър и Бургас	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на MICE туризма в Бургас	ежегодно	Развитие на MICE туризма в Бургас	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на градския развлекателен (хазартен) туризъм в Бургас	ежегодно	Развитие на градския развлекателен (хазартен) туризъм в Бургас	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на маршрути за исторически културно-познавателен туризъм,	ежегодно	Развитие на маршрути за исторически културно-познавателен	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		обхващащи Несебър, Поморие, Бургас, Созопол, Малко Търново и Средец		туризъм, обхващащи Несебър, Поморие, Бургас, Созопол, Малко Търново и Средец		заинтересовани страни		оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на селски (екологичен и приключенски) туризъм в селата на Странджа планина	ежегодно	Развитие на селски (екологичен и приключенски) туризъм в селата на Странджа планина	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на здравния – балнео, спа и уелнес туризъм в Поморие и Бургаски минерални бани	ежегодно	Развитие на здравния – балнео, спа и уелнес туризъм в Поморие и Бургаски минерални бани	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на религиозния и поклонически туризъм в Несебър, Поморие, Созопол и Малко Търново	ежегодно	Развитие на религиозния и поклонически туризъм в Несебър, Поморие, Созопол и Малко Търново	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
	Разработване на диверсифицира	Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и	ежегодно	Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

н туристически продукт	душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията		на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията		заинтересовани страни		оператори/ тур. сдружения/ЕС
	Развитие здравен туризъм (разбиран като събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	ежегодно	Развитие на здравен туризъм (разбиран като събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
	Разработване, предлагане и популяризиране на продукти, допълващи основната продуктова специализация на района - конен туризъм, селски туризъм, вело-туризъм,		Разработване, предлагане и популяризиране на продукти, допълващи основната продуктова специализация на	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		пешеходен туризъм, исторически туризъм.		района - конен туризъм, селски туризъм, вело- туризъм, пешеходен туризъм, исторически туризъм.				
		Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите		Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите - въжени градини, тролеи, велопътеки.	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на доминиращ продукт морски туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	ежегодно	Развитие на морски туризъм с акцент върху рекреацията (на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Създаване и популяризиране на бранд на Бургаски Черноморски туристически район	ежегодно	Развитие и популяризиране на бранд на ТР Бургас	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

						заинтересовани страни		оператори/ тур. сдружения/ЕС
Успешно позициониране на района на световния туристически пазар	Провеждане на активна рекламна политика на дестинацията за засилване на интереса към района.		ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Интернет реклама в България и на целеви пазари в чужбина – премиум интернет реклама, таргетирана и контекстуална реклама, реклама чрез интернет инфлуенсъри	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Телевизионна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез клип, представящ дестинацията	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Радио реклама в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически	-	МТ/ Общини /хотелиери/рес

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

						сдружения/ заинтересовани страни		торантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Външна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез билбордове и постери	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рес торантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Публикуване на рекламни карета в преса в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рес торантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Регулярно публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании за синхронизиране на действията на държавата с бизнеса	ежегодно	Публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании за синхронизиране на действията на държавата с бизнеса				

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Редизайн, актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи	ежегодно	Актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи				
Укрепване на институционалната рамка		Подобряване на функционирането на ТИЦ	ежегодно	Подобряване на функционирането на ТИЦ	ОУТР, туристически сдружения, ТИЦ			
		Увеличаване на капацитета и ресурсната обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг	ежегодно	Обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг	МТ	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. Сдружения/ЕС
		Укрепване на институционалната рамка, увеличаване на участието и подобряване на взаимодействието между заинтересованите страни за		Укрепване на институционалната рамка и подобряване на взаимодействието				

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		развитието на туризма в района.						
		Организиране и провеждане на информационни срещи (конференции) на ТИЦ за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и обекти и подобряване на тяхното качество	ежегодно	Провеждане на информационни срещи за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и обекти и подобряване на тяхното качество	ОУТР, туристически и сдружения, ТИЦ			
	Провеждане на проучвания от маркетинга на дестинацията	Редовно провеждане на маркетингови проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители	ежегодно	Проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители	ОУТР, туристически и сдружения			
		Регулярно осигуряване, обработване и анализиране на статистическа информация за характеристиките, поведението и разходите на туристопотоците, за състоянието на		Проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители				

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		суперструктурата и на МСП в туризма						
Подобряване качеството на предлаганите услуги	Цел 1. Подобряване на качеството на туристическите продукти	Подобряване на транспортната инфраструктура (пътна, жп, летищна, пристанищна)	Ежегодно	Удовлетвореност на туристите от качеството на транспортната инфраструктура	МТ/ОУТР	МРРБ, МТИТС	-	Държавен/общински бюджет/АПИ
		Осигуряване и поддържане на удобни и с достатъчен капацитет паркинги за организирани и индивидуални туристи	Ежегодно	Подобрена транспортна и друга инфраструктура на туристическите места	МТ/ОУТР	МРРБ, МТИТС, Общини	-	Държавен/общински бюджет/ЕС
		1.3. Подобряване на водоснабдяването и качеството на питейната вода в туристическите места	Ежегодно	Подобрено водоснабдяване и качество на питейната вода в туристическите места	МТ/ОУТР	МОСВ, МЗ, ВиК оператори	-	МРРБ/общини /ВиК дружества
		1.4. Подобряване на пречистването и отвеждането на отпадъчните води в туристическите места	Ежегодно	Подобрено пречистване и отвеждане на отпадъчните води в туристическите места	МТ/ОУТР	МРРБ, МОСВ, Общини, ВиК оператори	-	МРРБ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/ оператори

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



		1.5. Ефективно управление на отпадъците в туристическите места	Ежегодно	Подобрено управление на отпадъците	МТ/ОУТР	МОСВ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори	-	МОСВ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори
		1.6. Повишаване на хигиената на плажовете и крайплажните пространства	Сезонно	Подобрена хигиена на плажовете и крайплажните пространства	МТ/ОУТР	МРРБ, МОСВ, Общини, концесионери	-	МРРБ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори
		1.7. Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им крайбрежна територия (вкл. язовири, езера, реки)	Ежегодно	Подобрена чистота на водните басейни и прилежащите крайбрежни територии	МТ/ОУТР	МРРБ, МОСВ, Общини,	-	МРРБ/МОСВ/ Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори
		1.8. Поддържане на туристическите пътища/екопътеките в района	Ежегодно	Подобрено състояние на туристическите пътища/екопътеки в страната	МТ/ОУТР	МОСВ, Общини, туристически сдружения	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		1.9. Подобряване на инфраструктурата за предлагане на приключенски туризъм и екстремни спортове (скално или планинско катерене, скачане с бънджи, рафтинг и други), при спазване на режимите на защитените територии	Ежегодно	Подобрена инфраструктура за практикуване на екстремни спортове	МТ/ОУТР	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения		МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения
		1.10. Модернизация и изграждане на специализирана места за кемпери и каравани	Ежегодно	Подобрена инфраструктура и условия за развитие на туризъм с кемпери и каравани	МТ	МРРБ, МОСВ, Общини, туристически сдружения	-	МРРБ, МОСВ, Общини, туристически сдружения
		1.11. Модернизиране на пристанищната инфраструктура за приставане и обслужване на морските и речните круизни кораби	Ежегодно	Модернизирана пристанищна инфраструктура за приемане на круизни кораби	МТ	МРРБ, ДППИ, Общини,	-	МРРБ, ДППИ, Общини,
		1.12. Взаимодействия с авиокомпании за откриване и поддържане на	Ежегодно	Развити въздушни връзки с нови дестинации	МТ/ОУТР	МРРБ, ГВА, Общини	-	МРРБ, МТИТС, Общини/ГВА

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		допълнителни въздушни връзки за летището в Бургас						
	Цел Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България	Подобряване на мерките за сигурност на туристите в туристическите места на района	ежегодно	Подобряна сигурност на туристите в туристическите места в района	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини
		Организация и поддържане на висока степен на безопасност на движението в рамките на туристическите места в района	ежегодно	Безопасност на движението в рамките на туристическите места в района	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини
		Поддържане на висока степен на безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района	ежегодно	Осигурена безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района	МТ	МИ, ДАМТН, КЗП	-	МИ, ДАМТН, КЗП/ хотелиери/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения
	Развитие на човешките ресурси в	Осигуряване на връзка между бизнеса и образователната система	Постоянно	Осигуряване на връзка между изнеса и	МОН/НАПО О	Хотелиери/ресторанти/	-	МОН/НАПОО/ Хотелиери/ресторанти/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

	туристическия сектор			образователната система		оператори/ тур. сдружения		оператори/ тур. сдружения
		Обучение и повишаване на квалификацията на кадрите	Постоянно	Повишаване на квалификацията на кадрите	Заинтересовани страни	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТСП/ програми на ЕС
Подобряване на взаимоотношенията	Развитие на партньорства	Провеждане на дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво	ежегодно	Проведени дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво	Областни управи, ОУТР, туристически сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС
		Установяване на трайни контакти с национални и международни туроператорски фирми за	ежегодно	Установени контакти с национални и международни туроператорски фирми	ОУТР	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи		за привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи		заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации		
		Организиране на срещи за насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите	ежегодно	Насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите	ОУТР, туристически и сдружения, ТИЦ	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС
		Оказване на подкрепа на ОУТР за насърчаване на участието на местния бизнес и организации на бизнеса в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район	ежегодно	Насърчаване на участието на местния бизнес	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересовани страни

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Насърчаване на участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район	ежегодно	Участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/заинтересовани страни
		Оказване на подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ	ежегодно	Подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/заинтересовани страни

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Повишаване на конкурентоспособността на туристическия район	Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения	Участие в специализирани борси и изложения	ежегодно	Участие на МСП в специализирани борси и изложения	ОУТР	Общини, МСП/ Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересовани страни
		Приобщаване на МСП в сектора към усилията, в това число като предлагане на продукти, разработване на креативни предложения и споделяне на финансови разходи за подобряване на регионалния маркетинг	Ежегодно	Разработване на креативни предложения за подобряване на регионалния маркетинг	МТ/ ОУТР	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересовани страни
		Организация на срещи за обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори	ежегодно	Обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори	МТ/ МВНР	Търговски служби на посолства. Работодателски организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересовани страни

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

14. Приложения:

- Приложение 1: Комуникационен план на туристическия район

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.