



О  
Европейски съюз



Европейски фонд  
за регионално  
развитие  
„Инвестираме във  
Вашето бъдеще”



„Проектът се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007 – 2013г., съфинансирана от Европейския съюз чрез ЕФРР”



## АНАЛИЗ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПАЗАР: НАЦИОНАЛЕН И МЕЖДУНАРОДЕН BENCHMARKING

(извадка от анализа – документът се публикува със съкращения)

„УИГ България” ЕООД

2010 г.

.....

.....

## 1. Сравнителен анализ на изследваните показатели по отношение на ресурси, качество, конкурентоспособност спрямо утвърдени дестинации на регионално, национално и европейски равнище.

### 1.1. Добри практики на европейско ниво

#### 1.1.1. Конгресно бюро Етна, Сицилия

Конгресно бюро Етна представлява конгресната индустрия в провинцията и действа като организация за маркетинг на дестинацията.

Страна:	Италия	
Партньор	Туристическа камара Катания	
Заглавие:	Развитие на туристически събития на ниво провинция, насърчавайки срещата между търсене и предлагане	
Под сектор: <sup>1</sup>	Туристически агенции, хотели, ресторанти, професионални конгресни организатори (ПКО), доставчици на услуги	
Ангажирани институции:	Име :	Вид: <sup>2</sup>
Членове	Професионални конгресни организатори (ПКО) Конгресни зали Хотели и настанителна база Клубове по голф Кетеринг компании Доставчици на услуги	Партньорски организации – доставчици
Ключови партньори	Общински съвет Катания, SAC / Società Aeroporto Catania; Funivia dell'Etna и Credito Siciliano	Частни и обществени компании

## 2

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

**Описание:**

Територията на Катания е идеалното място за организиране на конгреси събития, по всяко време на годината и предлага на едно място, ресурси, идеи и качествени услуги, обединени в една обща оферта, благодарение на Конгресно бюро Етна.

Конгресното бюро Етна е дружество с ограничена отговорност, изцяло собственост на Общински съвет на Катания, който представлява индустрията за конгресен туризъм в провинцията и работи като организация за маркетинг на дестинацията. Мисията на конгресно бюро Етна е насочена към развитието на интегрирани туристически събития в провинция Катания, насърчавайки срещата между търсенето и предлагането.

Организационният подход на конгресно бюро Етна започва с проектирането и планирането на действия за подобряване на туристическите ресурси и историческото наследство за целите на конгресния туризъм на територията на Етна и предлага ресурси и услуги в условия на интегрирана туристическа доставка.

Контролът и прилагането на стандарти за качество за асоциираните членове позволяват предлагането на висококачествени услуги, могат да отговорят напълно на нуждите на клиентите. Конгресно бюро Етна е член на ICCA (International Congress & Convention Association).

Конгресно бюро Етна отговаря за промоцията и маркетинга на дестинацията, работят като посредници между търсенето и предлагането на ниво провинция. Основните услуги, които Конгресно бюро Етна предлага са: Изготвя и поддържа потребителски номинации за Италия и в чужбина; организира образователни семинари и насърчава срещата между международното търсенето и местното предлагане; избира структури и услуги въз основа на международно признати стандартите за качество и работи в тясно сътрудничество с професионалните конгресни организатори, хотели, ресторанти и други според изискванията на клиента; организира специализирано обучение и курсове за местните фирми с цел гарантиране непрекъснато подобряване качеството на предлаганите услуги; осъществява контрол върху нивата на цените и помага да се направи предварителна оценка на разходите; влизане в връзка с институции, асоциации, фирми и местни заинтересовани страни и предвижда подкрепа за всички искания за финансиране и спонсори; наблюдава всички организационни етапи, контролът на качеството на системата, както и дейността на всички доставчици; осигурява помощ при липса или недостатъчни туристически услуги за конференции, срещи или прояви, организирани от конгресно бюро Етна.

Членовете се избират въз основа на определени международни стандарти за

**3**

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

качество за всяка категория: професионални конгресни организатори (PCO), хотели & настанителна база, конгресни центрове, ресторанти, доставчици на услуги.

Качеството е основен приоритет на конгресно бюро Етна е се преследва чрез внимателен подбор, постоянно наблюдение и контрол и непрекъснато обучение на доставчиците.

Освен предприятия, свързани с конгресния туризъм Конгресно бюро Етна включва като ключови партньори частни и публични субекти, които играят важна роля в областта на туризма и икономическото развитие в провинция Катания. Основни партньори на Конгресно бюро Етна са Società Aeroporto Катания, на dell'Etna Funivia и Кредито Siciliano, благодарение на стратегическото им значение за цялата Сицилия.

В рамките на Конгресно бюро Етна е създаден специализиран орган Congress Observatory, чиято основна цел е да събира, анализира и проучване пазара на конгресния туризъм на ниво провинция. Чрез дейностите на това звено е възможно да се предостави достоверна и подробна информация за размера, тенденции и сегментацията на пазара на конгресния туризъм в провинция Катания и сравнение в национален и международен мащаб. Провежданите изследвания са насочени да подкрепят стратегията за развитие на конгресния туризъм на базата на задълбочен анализ на пазара по отношение на количествени и качествени показатели. Доклади и анализ на сектора се предоставят периодично и безплатно.

Конгресно бюро Етна е създадена като инструмент за маркетинг на дестинацията и има за своя основна цел създаването на мрежови модел на туристическата индустрия. Дейността на конгресно бюро Етна е само от една година, но вече показва значими резултати по отношение на координацията и териториалната интеграция между различните участници в туризма. За една година от учредяването си Конгресно бюро Етна е представила провинция Катания в редица национални и международни изложения на пазара на конгресния туризъм.

**Приложимост към община Костенец:** създаване на дружество по Търговския регистър от общината, чийто цели да бъдат организация на мероприятия на територията на общината които да поддържат и издигат имиджа ѝ – семинари, работни срещи, конференции; работа в тясно сътрудничество с професионалните конгресни организатори, хотели, ресторанти и други според изискванията на клиента; организация на специализирани обучения и курсове за местните фирми с цел гарантиране непрекъснато подобряване качеството на предлаганите услуги в сферата на туризма.

### 1.1.2. Средиземноморска туристическа мрежа (Италия)

Държава	Италия	
Партньор	MEDORO	
Заглавие	Средиземноморска туристическа мрежа - Mediterranean Tourism Network (Interreg III B Archimed)	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	MEDORO (основана в провинция Катания, Италия)	Организация за местно развитие
	Съюз на Гръцката Търговско-индустриална Камара, Гърция Union of Hellenic Chamber of Commerce and Industry (Greece)	Публична
	Камара за търговски развитие на Централна Македония Chambers of Commerce Development Company of Central Macedonia (Macedonia)	публична
	Община Пафос, Кипър Municipality of Pafos (Cyprus)	Публична
	Търговско индустриална камара, Фогия (Италия) Chamber of Commerce and Industry of Foggia (Italy)	Публична

**Описание:** Проектът цели насърчаване на устойчиво туристическо развитие в островни и крайбрежни райони чрез: а) развитие на нови туристически продукти (конферентен, образователен, религиозен, културен и агротуризм.); б) намаляване на сезонността чрез осигуряване на нови туристически продукти; в) промотиране на местните традиционни продукти; г) употреба на нови инструменти за реклама и насърчаване на традиционните продукти и туризма на европейския и международния пазар; На първия етап, се провежда проучване за местните туристически ресурси и техния потенциал. Привлечени са различни участници на туристическия

#### 5

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

пазар (хотели, ресторанти, туристически агенции и доставчици на услуги) обединени в изграждането на мрежа.

На втория етап, различни туристически продукти (маршрути) са разработени. На третия етап, се разработва портал за он лайн услуги насочен „бизнес-клиент” и „бизнес – бизнес”, с цел подкрепа на гражданите, участниците в туристическата индустрия. Портала обединява създадената мрежа.

На четвъртия етап се учредява туристическата мрежа Medtournet с участници от различни страни.

На петия етап, се провеждат семинари за трансфер на know-how между публичния и частния сектор в отделните страни, участници по проекта

На последния, шести етап, се провеждат мероприятия за разпространение на постигнатите резултати в отделните страни, участници по проекта.

**Приложимост към община Костенец:** Налагане на единна маркетингова политика за промотиране на туризма в община Костенец – обхващане на всички заинтересовани страни в поддържането на имидж на туристическия продукт „Костенец”, а не на отделни туристически оференти. Разработване на уебпортал – активен като процес, в който да се даде възможност и да отделния турист да изрази своята удовлетвореност, да предостави коментар във форум, да е налице многоезичност на представянето.

### 1.1.3. Селски туризъм Франция

Държава	Франция	
Партньор	Асоциация на Зелените курорти	
Заглавие	Селски туризъм	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Асоциация на Зелените курорти	Неправителствена организация
	Общини	Публична администрация

Описание: проекта Примерът на Франция показва, че развитието на селския туризъм успешно се очертава като водещ мотив за почивка (около 25% от всички почиващи). Във Франция основния контингент туристи, търсеци почивка на село са висши служители, като много малка част се пада на служители и работници. Характерно за селския туризъм е, че предлага добри възможности както за семеен отид, така също и за индивидуални пътувания. Отдихът на село се свързва както със зимния, така също и с летния отпуск, за продължителни и краткотрайни празнични или седмични пътувания. Според

#### 6

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

данни на Френската Национална Федерация за туристическите райони за 2004 година, типичния турист, отправящ се на село, престоява средно около 13 дни, като основното му занимание е посещение на района, на забележителностите, културно-историческото наследство, съчетани с краткосрочни излети или походи. Сред основните мотиви на туристите за избор на почивка във селска среда са спокойствието, чистия въздух, социалните контакти и досега до природата. Особено характерно за този тип туристи е желанието им за пространство и по-добро лично отношение към тях. От гл.т. на перспективата за устойчиво туристическо развитие, най-ценното е, че съвременния потребител на селски туризъм се отличава с качества на *благоразумие, критичност, отговорност, ориентация към природата, приспособим, приемащ типичното и националното, внимателен, готов да експериментира и да се учи*. Промяна търпи и самата концепция за селска среда, възприемана като пространство със собствен облик и логика на развитие, с подчертано запазване на присъщите за селото ценности в бита и начина на живот.

Във Франция организирането и провеждането на туризъм в селска среда се осъществява както от държавни и от частни институции, така също и на доброволни начала. Изключително важна е ролята на местните териториални общности – **общините**. Още през 1964 г. общините в селски райони, развиващи туризъм се обединяват в Асоциация на “зелените курорти”. На тази основа, членовете на асоциацията могат да съгласуват съвместни инициативи, разглеждайки проблемите свързани с тяхната дейност. Обмена на информация, опит както и поставянето на проблемните въпроси се съгласуват с държавните органи на национално ниво. Така се постига тясно обвързване на местната политика за развитие с общонационалната концепция на Министерството на туризма на Франция и всички останали организации, имащи отношение към развитието на туризма и частност на селския туризъм.

Интересът към селския туризъм във Франция е особено красноречив. По данни на Френската Национална Федерация за туристическите райони, през 2004 година селския туризъм е бил предпочетен от 65 милиона туристи, от които 7,3 милиона са посещения от чужденци (81,3% от страните –членки на ЕС). Най-голям дял на посещенията се падат на страни като Великобритания (23%), Германия (17,8%) и Холандия (18%), където селския туризъм е особено популярен. Териториалното разпределение на посещенията по области е сравнително равномерно, отразявайки туристическото предлагане в селски райони.

Настаняването в селска среда се реализира в следните основни типове средства за подслон: селски къщи (ферми), селски гостилници, ханове, семейни хотели, замъци, къмпинги във ферма колективни средства за подслон

## 7

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

за социален туризъм (ваканционни селища) и специализирани средства за подслон. Всички средства за подслон са категоризирани и отговарят на определени условия. Категорията “житен клас” е една от най-популярните, като категорията “четири житни класа” е най-високата.

Селският туризъм, освен с материално-техническа база се допълва от множеството предлагани допълнителни дейности като възможност за активна почивка (участие в селскостопанска работа), спорт на открито, откриване на историческото, етнографско и културно наследство, характерни за всеки район.

Бурното развитие на селския туризъм във Франция протича с особено внимание към опазването на природната среда, запазване на екологичния баланс, гарантиране сигурността на туристите и отговорността към местното население. Това включва преди всичко: съгласуване на проектите за инфраструктурно и жилищно строителство, регламентирано строителство, спазване на директивите за опазване на екологичното равновесие.

**Приложимост към община Костенец:** Наличните туристически ресурси за развитие на селски туризъм дават основание да се наложат стандарти в предоставянето на продукта „селски туризъм”, а именно: използване на възобновяеми енергийни източници, екологосъобразно природоползване на биологичното разнообразие в региона, създаване на образователна политика към туриста с цел уважение и опазване на околната среда; сертифициране на средствата за подслон и местата за настаняване, прилежащи към възможностите на селския туризъм като Зелени къщи за гости или Кандидатстване по европейската система „Ecolabelling” от страна на общината и/или отделните туристически оференти.

#### 1.1.4. Есен, Дуисбург, Дортмунд, Гелзенкирхен, Германия

Държава	Германия	
Партньор	Общинска и областна администрация	
Заглавие	Индустриален туризъм	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Общини	Публична администрация

#### 8

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020



**Описание:** Динамичното развитие на четирите големи града на Рурската област в Западна Германия през последните три десетилетия е един от емблематичните примери за успешна структурна трансформация от изостанал работнически и индустриален град в модерна агломерация с диверсифицирана икономика и туристическа дестинация от международно равнище.

До началото на осемдесетте години на XX век областта е водеща в Европа във въгледобива, производството на желязо и стомана и тежкото машиностроене. Големите градове с население от над 500 хиляди души са пословични с непривлекателните пейзажи, замърсените почви и въздух и липсата на каквато и да е привлекателност за туристите. В резултат на това те се посещават единствено със служебна цел и броят на посетителите и нощувките е по-скоро символичен в сравнение с днешните показатели.

След закриването на въгледобивните мини и голяма част от остарелите индустриални мощности възниква въпросът за какво да се използват. Градските власти решават да ги превърнат в туристически атракции и по този начин да се използва туризма наред със сектора на услугите, за да се продължи икономическото развитие от индустриалната епоха.

Така изоставените и полуразрушени мини, заводи и складове биват преобразувани в различни туристически обекти. Най-известният от тях е минният комплекс Цолферайн в Есен, който е закрит през 1986г., след което е реставриран, като външният му вид е изцяло запазен, и е превърнат в културен, изложбен и конгресен център от световна величина. Включен е в списъка на ЮНЕСКО за Световното културно наследство като уникално свидетелство от индустриалната епоха. Една от най-големите бивши стоманени фабрики в града пък е превърната в модерен театър, който се числи към най-популярните в Германия.

Друг паметник на индустриалната култура в областта, който е превърнат в атрактивен туристически обект, е ландшафтният парк Дуисбург-север. Бившият завод за стомана и околностите му са превърнати в тематичен парк с изкуствени водни басейни, стени за алпинизъм, терени за плажен футбол и волейбол, съоръжения за скейтборд и др. Наред с това се провежда ежегоден музикален фестивал на световната музика, международни изпълнители изнасят концерти, а през лятото функционира кино на открито. Пристанището в Дуисбург също е утвърден притегателен център за туристи. Много от неизползваните складове са превърнати в офис-сгради и хотели, а доковете са преобразувани в крайбрежна пешеходна алея и център на нощния живот в града.

В Дортмунд най-големият комплекс от минни цехове е превърнат във Вестфалски музей на индустриалната култура, а множество други сгради с

промишлени функции в миналото сега се използват като търговски и офис центрове или изложбени площи. Втори по големина в областта след Есен, градът е лидер в деловия и спортния туризъм в тази част на страната.

В туристическа атракция са превърнати дори жилищата на работниците в мините и заводите. В Гелзенкирхен “колониите”, които представляват цели улици, застроени с еднакви едноетажни къщи от край до край, са една от забележителностите на града и ценно свидетелство за начина на живот на миньорите от началото почти до края на ХХ век. Много посетители привлича и предградието Бисмарк, където е построен комплекс от 72 къщи, които използват единствено слънчева енергия. Градът е сред европейските лидери в производството на енергия от слънцето и се промотира с мотото “Градът на хилядата слънца”.

Признание за успешното развитие на Есен, Дортмунд, Дуисбург и Гелзенкирхен през последните две-три десетилетия е обявяването на Рурския регион с център Есен за европейска столица на културата през 2010г. под мотото “Промяна чрез култура – култура чрез промяна”.

**Приложимост към община Костенец:** Използване на символите на миналото – бивши индустриални предприятия/заводи/фабрики с цел представяне на историята, развитието и традициите на района. Създаване на туристически продукт «По стъпките на индустриализацията към иновациите на 21 век – предизвикателства и традиции». Възстановяване и поддържане на обекти, загубили предходната си икономическа стойност.

### 1.1.5. Лагуна де Дуеро, Испания

Държава	Испания	
Партньор	Община, Регионално правителство, Читалище	
Заглавие	„ Къщата на изкуствата” – Лагуна де Дуеро	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Община	Публична администрация
	Регионално правителство	Публична администрация

**Описание:** Модернизиран аналог на българските читалища. Средище на култура и изкуство , което подпомага както развитието на туризма, така и социалния живот в населеното място.

Построена със средства по европейски проект през 2005 година. Издържа се с средства, осигурени 65 % от регионалното правителство и 35% от общината –

#### 10

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

годишно около 350 000 евро, както и от наеми и продажби на билети. Идеята на къщата на изкуствата е да се създадат условия за активен обществен живот в населеното място. Осъзната е необходимостта хората да се активизират за социални дейности, а условие за това е те да бъдат събрани на едно място. Целта е местното население както и посетителите да се чувстват добре, да им бъде приятно и с удоволствие да посещават къщата на изкуствата и по този начин да се задържат в населеното място, както и да се привлекат външни посетители. Самата къща има две части обвързани с две различни сфери на дейност – 1. Сценични изкуства и 2. поощряване на социално – обществените дейности. Изграждането на сградата струва 6 млн. Евро, от които 2 млн. са за закупуване на най-модерно техническо оборудване. Изградени са 6 гримбори свързани със сцената чрез монитори, в залата където се провеждат спектакли има 586 места, сцената е снабдена с 10 съоръжения за смяна на декора. През седмицата има дейности за деца които са оставени в специална зала наречена „лудотека”, докато родителите и придружителите ползват другите услуги на сградата. Има зала за изкуствата /за малки изложби, но удовлетворяващи културните нужди на населението/, зала за репетиции, зала за конферентни срещи, Има три еднакви зали където различни асоциации провеждат срещи или се провеждат събития организирани от общината, ползват се под наем, има информационна зала, медийна зала, зала за озвучаване. Към къщата на изкуствата има екип за работа с хора с увреждания и най-вече с глухоними.

**Приложимост към община Костенец:** Създаване и/или възобновяване дейността на Местните читалища и/или Музеи на изкуството – превръщането им в Къщи на поколенията – от една страна като ценен инструмент за обучение на човешки ресурси, които да бъдат заети в сферата на туризма, а от друга страна като допълнителна атракция за туристите, които биха били заинтересовани от представяне на местния бит и култура и запознанство с хората от различните поколения и приемствеността в региона.

### 1.1.6. Къща за селски туризъм „Каса ел Агапио”, Испания

Държава	Испания	
Партньор	Малки и средни предприятия в туризма, Европейски структурни фондове	
Заглавие	Къща за селски туризъм „Каса ел Агапио”, Испания	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	МСП в туризма	Частна организация

#### 11

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

	Местна власт	Публична организация
<p><b>Описание:</b> Къщата е изградена по семеен проект финансиран по програма „Лидер” за развитие на изостанали селски райони. Когато стартира бизнесът, това е първата къща в района, предоставяща подобна услуга, което и предопределя големия интерес и успех на обекта.</p> <p>Развива се под формата на семеен бизнес. Къщата притежава уютна домашна атмосфера, дължаща се както на архитектурата и интериора, така на доброто обслужване и гостоприемството на собствениците. Специфичното отношение към туристите, и създаването на атмосфера като „на гости” е част от характеристиките на селския туризъм. Къщата разполага със стаи за спане, хол, библиотека, места за игра и ресторант. Предлага като допълнителни услуги езда, джогинг и колоездачни обиколки.</p> <p>Програмата „Лидер” в Испания е предоставяла от 40% или 70% безвъзмездна помощ за туристически проекти в селските райони. В началото е извършено задълбочено проучване на пазара и е установено че зоната на река Дуеро е благоприятна за такава дейност. За да се получи финансиране е необходима много добра преценка и обмисляне как да се изготви и представи подобен проект по програмата. При оценяването на проектите се прави оценка на риска. В зависимост от жизнеспособността на проекта се дава по-голямо или по-малко финансиране. Най-висока оценка получават проектите които създават работни места. Размера на инвестицията – 40 или 70% също е показател при оценяването. От голямо значение при оценяването на такива проекти е къде е населеното място в което се изгражда къщата и дали има устойчивост като заетост и бизнес. Допълнителни точки се получават ако предприемача е много млад. Проектът за Къща Агапио е бил толкова добре изработен, че е получил финансиране над максимума – 80%</p> <p>Къщата има изработено собствено лого и сайт. Ползващите услугата и са предимно хора от страната, живеещи в големите градове, но и посетители от чужбина. Голяма част клиентите са информация за „Каса ел Агапио” чрез интернет, както и чрез свои познати ползвали и доволни от услугите на обекта.</p>		
<p><b>Приложимост към община Костенец:</b> Обучение и предоставяне на информация на местните туристически оференти за кандидатстване по отделните мерки и/или програми за финансиране от Европейските структурни фондове и/или други източници. Организация на курсове за разработване на проекти. Използване на възможностите на програма «Лидер», в частност на Местните инициативни групи за пряко финансиране на работещите в сферата на туризма в община Костенец.</p>		

**1.1.7. Туристически клъстер Зугарамурди, Испания**

Държава	Испания	
Партньор	Община Зугарамурди	
Заглавие	<b>Зугарамурди</b>	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Община	Публична организация
	Бизнес	Частна

**Описание:** Зугарамурди е малко селище, което се намира се в област Навара, страната на Баските, близо до границата с Франция в живописна планинска местност. Селището има 326 жители, но привлича годишно над 80 000 посетители.

Историята на селището се свързва с един от най-големите процеси на Инквизицията през Средновековието при който са заведени над 2000 дела срещу жители обвинени в магьосничество. Процесът е започнал през 1610г. и е приключил 1914г. То се е водил в Логроньо. Голяма част от арестуваните и обявени в магьосничество граждани са били от този район. 23 са жертвите, екзекутирани или починали в следствие на този процес. След като в защитата се включва известен местен адвокат процесът е приключен и по-голямата част от обвинените оправдани. В памет на тези невинно пострадали техни съграждани и за съхраняване на историческото наследство е създаден Музея на вещиците в Зугарамурди. Тази история днес предизвиква интерес и привлича посетители от цялата страна и Европа. Селището се превръща в символ на хората преследвани от инквизицията. Според информацията която се дава в музея това са били хора с по-високо интелектуално ниво, с по-напредничаво мислене, различаващи се от останалото население, които са общували с природата по особен начин и с това са дали повод за преследване от страна на католическата църква.

Гласък за развитието на селището е даден с пилотен проект през 1986г. по програма за трансгранично сътрудничество, финансирана от европейските фондове, по който е изграден път - транспортна връзка с Франция. Голяма част от туристите и посетителите на селището днес са френски граждани, този проект е улеснил обмена и търговията между населените места от граничния район. От тогава местната власт и създадената с нейно участие неправителствена организация Зугарамурдико Карпена не спират да изготвят и реализират проекти за развитие на селски туризъм и подпомагане на

**13**

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

устойчивото развитие на района.

С цел подпомагане на устойчивото местно развие и подобряване на благосъстоянието на населението, общинската власт е заложила на използването на историческите събития, легендите и митовете, природното богатство и специфичния местен бит и обичаи като ги е съчетало по-изключително успешен начин за да изгради една завършена туристическа дестинация. Пещерата, която не е била известна преди 30 години за първи път е описана от френски учен. От тази публикация се предизвиква интерес и се ражда идеята да се превърне в туристическа атракция на селото. В началото работата по почистването и реконструкцията на пещерата се е извършвала на доброволни начала от цялото население на Зугарамурди, които всяка събота и неделя са полагали безвъзмезден труд.

Пещерата на магьосниците е 120 метра дължина, 12 метра височина, 10 метра ширина – легендата разказва че там са се събирали магьосниците и са изпълнявали своите ритуали. Мястото дава възможност посетителя да се докосне до природата, до пейзажа, и да остави въображението си да лети. В пещерата се провеждат много местни празници и събития – концерти, представления.

Музеят на вещиците е изграден в последствие. Използвана сградата на стара болница, възстановена по европейски проект. Има 3 етажа – на вторият е музей, а на третият съвременна изложбена зала. На първият етаж се намира информационен център, магазин и зала за представления. Магазинът е създаден за да се подпомогне издръжката на музея и пещерата, наред със събираните от посетители такси. В него се продават сувенири и вещи с художествена стойност, изработени от местни майстори. В течение на времето тази дейност е започнала не само да покрива разходите по поддръжката на обектите, но и се е превърнала в източник на печалба за организацията, като е надминала значително приходите от такси. Друг източник на доходи е включването на местното население, чрез продажба на годишни абонаменти за ползване на базата и техниката на обекта и за други нужди на населението.

От 14 ти до 18 август се организира голям празник в селището –Седмица на пещерата. Постепенно местните събития се увеличават и за да се привличат нови посетители - празнува се Седмица на вещицата, седмица на музея, филмов фестивал. Обучени са няколко гидове и интерпретатори които посрещат туристите в костюми на магьосници и с помощта на посетителите се разиграват различни етюди от историческите събития.

Друга местна забележителност е църквата - построена е с дарения от богати местни жители, които след смъртта си са били погребвани под самата нея в такава близост до олтара съобразно стойността на дарението, което са

#### 14

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

направили. Сега се ползва и като туристическа атракция по споразумение между общината и свещеника

Всички къщи са с общ архитектурен изглед, бледорозови, задължително облицовани с камък по ъглите и прозорците, ако няма камък - дърво, но трябва да са обковани. Контролът за спазването на традиционния облик и архитектура на сградите се осъществява от местната администрация и архитектът.

В селището има 5 ресторанта и 7 къщи за гости повече изградени по проекти по програма „Лидер”. Стара водна мелница е превърната в къща за селски туризъм „Мелницата”, стопанисвана от общината, която предлага възможност за семейна почивка сред спокойствие, тишина и екзотична среда. Къщата има 3 стаи на втория етаж снабдени с съвременни удобства, а на първия е запазен автентичния интериор на мелницата.

**Приложимост към община Костенец:** Създаване на туристически бранд на община Костенец, диверсифициран към отделните целеви групи в зависимост от възможностите за развитие на отделни видове туризъм:

- ❖ Балнеология – маркетинг чрез информационна кампанийност по отношение качествата на минералните извори и съпътстващата туристическа инфраструктура
- ❖ Индустриален туризъм – маркетинговото послание на «прехода» - историята на няколко поколения
- ❖ Селски туризъм – маркетинг чрез екологосъобразно природоползване
- ❖ Събитие (фестивален) туризъм – магнетичността на региона чрез кулинария, местен обичай, местен празник – присъствие на национални туристически изложения, създаване на Неправителствена организация, която да защитава интересите на общината като туристическа дестинация, местни туроператори.

### 1.1.8. Маркетингова политика на Пиза, Италия

Държава	Италия	
Партньор	Община Пиза	
Заглавие	Стратегие „Комуникация”	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Община Пиза	Публична администрация
	Хотелиери и ресторантьори	Частни организации

#### 15

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

**Описание:** Маркетингов подход на подразделяне на комуникационната политика на индивидуални туристи и на групи. Информирание - процесът: 1. Преди тяхното отпътуване; 2. След тяхното пристигане; 3. По време на техния престой. Възможности преди отпътуването: Панаири и изложения, открити за участия; Рекламирање в пътеводители и списания; Образователни пътувания и пътувания до селски ферми; уебсайт: [www.pisaunicaterra.it](http://www.pisaunicaterra.it); Съвместен маркетинг с нискотарифните авиолинии. Дейности след пристигането: 3 информационни офиса в Пиза; 5 туристически информационни офиса в провинцията; карти, брошури, листовки. По време на престоя: Организиран туристически турове и туристически услуги; Специални промоции и Календар на събитията. Картите – наръчник за туристическите услуги и възможности на територията на цялата община Пиза.

**Приложимост към община Костенец:** междуобщинска стратегия за рекламна политика на туристическия потенциал; създаване на подход спрямо индивидуални и групови туристи; разработване активността на местен Туристически информационен център; регистриране на общината в национални и европейски уебстраници за туризъм; регистриране на общината като потенциален бенефициент за туристически проекти в множество бази данни за партньорства по проекти, финансирани от европейски и международни фондове.

## 1.2. Добри практики на местно и регионално ниво

### 1.2.1. **Община Чепеларе – взаимодействие между частния сектор и НПО**

Държава	България	
Партньор	„Мечи чал” ООД	
Заглавие	Община Чепеларе – взаимодействие между частния сектор и НПО	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	„Мечи чал” ООД	Дружество с ограничена отговорност
	Сдружение на хотелиерите, ресторантьорите и търговците – Чепеларе	НПО

#### 16

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020



**Описание:** Част от членовете на Сдружението на хотелиерите, ресторантьорите и търговците – Чепеларе регистрира през 2002 год. “Мечи чал ” ООД с цел мениджмънт, експлоатация и стопанисване на лифтовото стопанство и пистите на Мечи чал, които са общинска собственост. Те са предоставени на “Мечи чал ” ООД при облекчени условия заедно със закупената от общината снегоутъпквателна машина.

Община Чепеларе закупува 13 компютъра и софтуер за хотелска и резервационна програма “Фиделио” и ги предоставя безвъзмездно на водещите хотели в града, членове на Сдружението на хотелиерите, ресторантьорите и търговците – Чепеларе.

По Националната програма “От социални помощи към осигуряване на заетост” Община Чепеларе финансира работници, наети от “Регионално дружество за заетост и структурно развитие” ООД – гр.Смолян, повечето от които работят в сферата на чистотата.

За развитието на туризма в Чепеларе се грижат създадените през 1997 г. Местен съвет по туризъм и Сдружението на частните хотелиери и ресторантьори в града, които създадоха условия за :

- подкрепа за реализация на туристическия продукт
- участие на туристически борси и панаири, представяйки общината като цялостен туристически продукт
- информационна подкрепа, за рекламни брошури и диплянки
- общината подкрепя идеята за участие в регионална туристическа асоциация
- обучение на заетите в туризма, собственици и персонал, което води до подобряване качеството на туристическия продукт
- повишаване квалификацията на кадрите
- разнообразяване и разширяване асортимента на допълнителните услуги
- даване информация за фондове и програми, които биха могли да подкрепят и кредитират бизнеса на заетите в туризма
- общината управлява и регулира развитието на туризма, тя се явява своеобразен координатор между собствениците на туристически обекти, местната и държавната власт.

Методите и принципите на стратегическите проекти на община Чепеларе за развитие на туристическия отрасъл са:

- прозрачност – осигуряване достъп на държавни институции, синдикални организации, организации на работодателите и други институции
- доброволност;
- равнопоставеност.

**Приложимост към община Костенец:** създаване на възможности за обединение на заинтересованите страни – създаване на дружество по Търговския регистър към община Костенец, което да обедини в туристически хъб целия жизнен цикъл на туристическия продукт «Костенец», а именно: хотелиери, ресторантьори, собственици на къщи за гости, местни доставчици на атракции, потенциални туроператори и др.

### 1.2.2. Сдружение “Център на неправителствените организации – Чепеларе”

Държава	България	
Партньор	Фондация “Обществен фонд – Чепеларе”, Сдружение “Съвет по туризъм – Чепеларе”, “Сдружение за алтернативно обучение и квалификация – САОК”, Сдружение “Български съюз за защита на Родопите” – град Чепеларе, Сдружение на хотелиери, ресторантьори и търговци “Чепеларе”, “Училищно настоятелство “Васил Дечев”, Читалище “Никола Йонков Вапцаров” село Хвойна	
Заглавие	Сдружение “Център на неправителствените организации – Чепеларе”	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Неправителствени организации	Организации по ЗЮЛНЦ
	Общинска администрация	Публична организация

**Описание:** Центърът на неправителствените организации възниква като коалиция от три регистрирани НПО в Чепеларе през м. юни 2002 г. с подкрепата и съдействието на Община Чепеларе и представител на Корпуса на мира. Коалицията е създадена при реализацията на проект AOL – PEACE PACS към Корпус на мира, САЩ.

Учредители на коалицията са Фондация “Обществен фонд” – Чепеларе, Сдружение за алтернативно обучение и квалификация и Сдружение “Съвет по туризъм” – Чепеларе. Помещението и обзавеждането са предоставени от общината, която поема разходите за ток и телефон и осигурява служител на пълен работен ден.

На 20 януари 2004 г. в град Чепеларе се проведе учредително събрание за учредяване на Сдружение “Център на неправителствените организации -

Чепеларе” – град Чепеларе. Учредителите са:

- Фондация “Обществен фонд – Чепеларе”
- Сдружение “Съвет по туризъм – Чепеларе”
- “Сдружение за алтернативно обучение и квалификация – САОК”
- Сдружение “Български съюз за защита на Родопите” – град Чепеларе
- Сдружение на хотелиери, ресторантьори и търговци “Чепеларе”
- “Училищно настоятелство “Васил Дечев”
- Читалище “Никола Йонков Вапцаров” село Хвойна
- Читалище “Алеко Константинов” село Павелско

Мисията на Центъра на НПО е да създаде благоприятна среда за развитие на нестопанските организации в Община Чепеларе, като едновременно с това работи за устойчивото развитие на регион Чепеларе чрез предоставяне на по-големи възможности на НПО и гражданския сектор и създаване на партньорство с местната власт и бизнеса.

Дейността на Центъра е насочена към местните неправителствени организации, образователни институции, групи в неравностойно социално положение, младежи. Целите на Център на НПО – Чепеларе са:

- Подпомагане и стимулиране на устойчивото развитие на региона чрез увеличаване възможностите на НПО и гражданския сектор.
- Събиране и разпространение на информация за нови методи за устойчиво развитие.
- Предоставяне на достъп до интернет и технически услуги на ниски цени.
- Подкрепа на местни граждански инициативи.
- Помощ и организиране на обучения и семинари за подпомагане увеличаването на капацитета и организационното развитие на НПО в региона.
- Създаване на ресурсна библиотека с периодични издания и информация за НПО.
- Стимулиране и подкрепа на диалога между местните и национални институции, бизнесът и гражданските организации.

Реализирани проекти:

Проект “Центърът на НПО – в действие” – по този проект кандидатства Фондация “Обществен фонд – Чепеларе”, член на сдружението.

В периода ноември 2003 - април 2004 година се проведеха компютърни обучения и четири обучителни модула по набиране на средства чрез разработване и управление на проекти, застъпничество и лобиране, мениджмънт на НПО с лектори от Фондация “Ресурсен център” – София и Сдружение “Зелени Балкани” – Пловдив. В обучението участваха 30 представителя на нестопанския сектор в община Чепеларе.

В резултат на практическата работа на обучаваните се получиха много добри идеи за разработване на проектни предложения в това число и различни

младежки инициативи, една от които бе финансирана от програма “МЛАДЕЖ”, координирана от Министерство на младежта и спорта.

Създадена бе ресурсна библиотека в Центъра на НПО, като за целта е направен едногодишен абонамент за в-к “Капитал”, “Държавен вестник” и “Седмичен законник”. Също така е закупена и компютърна литература, която е на разположение за всеки желаещ да я ползва в Центъра на НПО.

В резултат на проекта Центъра на НПО се наложи като обединяващо звено между различните неправителствени организации на територията на община Чепеларе.

В края на 2003 година Центърът на НПО – Чепеларе стана лицензирана Евродеск точка и започна разпространяване на информация за програмите на ЕС в областта на образованието, обучението и младежката политика сред младите хора и работещите с тях.

Проект “Чепеларе ...Все по-близо до Европа” - Кандидат бе Сдружение за алтернативно обучение и квалификация – (САОК), член на сдружението.

Целта на проекта бе информационна кампания сред населението на Община Чепеларе за европейската интеграция на България, създаване на дух на съпричастност към процеса на присъединяване, осъществяване на контакти с организации и личности на регионално и национално ниво за популяризиране гражданските инициативи на населението, конкретните ангажименти, изисквания и ползи, произтичащи от присъединяването на България към Европейския съюз. Целеви групи на проекта бяха ученици, учители, представители на 35 местни НПО, местен бизнес, местна власт, журналисти. Основната дейност бе организиране на конференция на тема “Европейският съюз – неговото разширяване и присъединяването ни”. По проекта беше издадена и разпространена брошура, включваща кратко описание на проекта, целите му и постигнатите резултати.

Проект “Подобряване на жизнената среда и условията за отдых в община Чепеларе” към ШАРС.

Цел на проекта: С иницирането на форум-процес, състоящ се от осем форум сесии в община Чепеларе

- да бъде изграден траен модел за демократично дискутиране и намиране на консенсусни решения по важни обществени проблеми
- да бъдат създадени трайни партньорства между НПО, местна власт и бизнес
- да се активизира и подтикне към действие местната общност като се ангажира с лично участие при определянето на приоритетите в развитието на общината

Партньори:

- Община Чепеларе
- Фондация “Обществен фонд – Чепеларе”

## 20

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

- Български съюз за защита на Родопите
  - Сдружение на хотелиери, ресторантьори и търговци
- Проектът, който се реализира в момента и ще приключи през 2006 г., предвижда работа в две основни направления:
- Развитие на националните и местни инструменти, осигуряващи възможност на НПО да участват в процеса на взимане на решения и формиране на местната и национална политика
  - Изграждане на широка регионална коалиция, осигуряваща застъпничество, експертна помощ, юридическа и медийна подкрепа за борба с незаконосъобразните политики, корупцията и антидемократичните практики на местните и регионални власти.
- Основните дейности по проекта са:
- Национална кампания за промяна на текстове в Закона за Омбудсман.
  - Промяна на текстове в Закона за националната горска администрация, осигуряващи гражданско участие в управлението на държавните гори, както и намаляване на корупцията в горския сектор.
  - Промяна на текстове в основните нормативни документи за работа на общинските съвети, осигуряващи механизми за участие на НПО в местната политика.
  - Дейности по обучение и мотивация на НПО лидери, насочено към организирането на ефективен граждански контрол и участие във взимането на решения.

**Приложимост към община Костенец:** наличие на разработени и утвърдени политики за привличане на бизнеса към дейностите на общината за развитие на туризма; разработване и задълбочаване функциите на уеб портала на община Костенец като маркетингов инструмент за цялостен облик на туристическите ресурси.

### 1.2.3. „Религиозният туризъм – по следите на древността”, Хасково

Държава	България	
Партньор	Хасковска търговско-промишлена палата	
Заглавие	„Религиозният туризъм – по следите на древността”	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Хасковска търговско-промишлена палата	НПО
	Община Хасково	Публична администрация

#### 21

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

**Описание:** Реновиране на светите обители на територията на община Хасково – картографиране на обектите с религиозна стойност и ценност. Създаване на туристически пакет със затворен цикъл на предлагане – настаняване, изхранване, поклонически турове. Разработване на пътеводители на три езика: български, английски и немски език.

**Приложимост към община Костенец:** Разработване на план за поставяне на указателни и информационни табели за туристическите обекти в община Костенец – както в рамките на населените места в общината, така и извън нея – с оглед максимална прозрачност и информираност на туристите. Развитие ролята на Туристически информационен център – местни сувенири, карти – представящи не само географския облик и местоположение на общината, а и всички налични туристически забележителности, обеки и оференти, които могат да бъдат в полза и от интерес за туриста.

#### 1.2.4. Хасковски минерални бани, Хасково

Държава	България	
Партньор	Хасковска търговско-промишлена палата	
Заглавие	Маркетинг на туристическите продукти – балнеологията	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Хасковска търговско-промишлена палата	НПО
	Община Хасковски Минерални бани	Публична администрация

**Описание:** Маркетингови стратегии или политики за развитието на туризма. Инструменти, с които работи маркетинга. Елементи на маркетингов микс в туризма (теория на четирите “Р”- та (“П”-та): Инструменти, с които работи маркетинга. Елементи на маркетингов микс в туризма (теория на четирите “Р”- та (“П”-та): product, price, place, promotion): Представяне на туристическия потенциал и добри практики в управление на туристическите дейности, Представяне на туристическите забележителности на територията на Област Хасково чрез създаване на местна идентичност – лого, информационен наръчник и пътеводител, карти на екотуристическите маршрути и др.. Представяне на туристическите ресурси на Община Минерални бани, условията за развитие на туризъм и дейностите по проекти, свързани с развитие на туризъм. Създаване на Съвет за развитие на туризма към работодателската организация – Хасковска търговско-промишлена

палата. Промотиране на уебстраниците на работодателски и синдикални организации на възможностите за туризъм на Община Хасковски Минерални бани.

**Приложимост към община Костенец:** създаване на местна идентичност – лого, информационен наръчник и пътеводител, карти на екотуристическите маршрути и др. на община Костенец като базова идентичност на дестинацията. Възможност за създаване на Съвет за развитие на туризма към работодателската организация – Българската търговско-промишлена палата. Промотиране на уебстраниците на работодателски и синдикални организации на възможностите за туризъм на община Костенец.

### 1.2.5. Видин - развитие на туризма с прилагане на италианския опит, Видин

Държава	България	
Партньор	Видинска търговско-промишлена палата	
Заглавие	<b>Видин - развитие на туризма с прилагане на италианския опит, Видин</b>	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Видинска търговско-промишлена палата	НПО
	Община Видин	Публична администрация

**Описание:** А. Проучване на туристопотока, брой и профил на туристите, ползвани маршрути, дестинации, съществуващи продукти и пакети, фирмени профили и финансови резултати на фирмите. Проучването ще обхване минимум 10 туроператори на местно, национално и международно равнище и минимум 250 туристи.

Б. Проучване на транспортната инфраструктура, вид и капацитет на транспортните средства, маршрути и обслужващи фирми, характер на предлаганите транспортни услуги и динамика на потреблението. Регистриране на хотелската и ресторантьорска база, профилиране на обектите.

В1. Проучване на ситуацията на основните културни забележителности във Видин – крепостта Баба Вида с градския парк, Венецианските складове, Синагогата и др. Проучване на капацитета на обектите, инфраструктурните им характеристики, особеностите на терена, достъпност и други важни параметри.

## 23

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

В2.Проучване на статута на обектите, режима на собственост, управление и стопанисване, нужди и др. Изготвяне на цялостен правен анализ по отношение на обектите и тяхното стопанисване и управление, изготвяне на модели за решаване на съществуващите проблеми със собствеността и статута.

Г.Анализ на набраната информация – набраната информация в рамките на проучването е анализирана и са изведени основните тенденции, проблеми и т.н.

Една от конкретните цели на проекта е да се въведе нов модел за управление на туризма в община Видин, базиран на италианския опит от общини със сходен профил и сблъскващи се с подобни проблеми. След работното посещение за обмяна на опит в Италия се актуализиранообщинският план за развитие на туризма с нови елементи, модели, подходи и т.н. На практика е създаден съвършено нов модел за управление на туризма, разписан много по-подробно, включва конкретни планове за управление и развитие по обекти, изработването на партньорска рамка с права и задължения на заинтересованите страни, публично-частни партньорства. Новият общински план освен това подробно представя маршрути и услуги, които трябва да бъдат развивани, акцентира върху нуждите от подобряване на културните атракции и предвижда стъпки в тази насока, очертава необходимите партньорства с туроператори, НПО и др., включва Транс-дунавска перспектива с развитие на туризма по р.Дунав и др. елементи. Новият план освен това прави анализ на съществуващите инструменти за финансиране и включва конкретни предложения къде и как да се търси финансиране за развитие на дестинациите и услугите. Планът включва и подробно разписан модел за мониторинг на туризма.

**Приложимост към община Костенец:** разработване на няколко туристически продукта (завършени по дни, ресурси, продължителност, доставчици), които да бъдат представени на туристическата борса «Ваканция 2011» и да бъдат промотирани на потенциални туроператори, които да включат община Костенец в туристическите си пакети.

#### 1.2.6. Създаване на ефективни модели за културен туризъм в региона Видин – Долж

Държава	България	
Партньор	Видинска търговско-промишлена палата	
Заглавие	<b>Създаване на ефективни модели за културен туризъм в региона Видин – Долж</b>	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Видинска търговско-промишлена	НПО

#### 24

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020



	палата
<p><b>Описание:</b> Основната цел е насърчаването на културния туризъм в регионите Видин и Долж. Видинската палата е водеща организация в този проект а партньор – Асоциацията за насърчаване на туризма – Долж, Румъния.</p> <p>Основни резултати:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Проведено обучение с общо 40 участници в областта на културния туризъм и разработването на проекти в областта на туризма</li> <li>- Проведено туристическо изложение с общо 30 участника от туристически агенции, асоциации и представители на хотели и ресторанти</li> <li>- Изготвен интернет сайт с културните забележителности на двата региона</li> <li>- Изготвен рекламен каталог на културните забележителности на двата региона</li> </ul> <p><b>Приложимост към община Костенец:</b> Разработване на програма за информационен тур за представители на медиите и туроператори, които да се запознаят с туристическия потенциал на общината и да промотират региона като дестинация. Финансирането може да бъде предоставено от местните туристически оференти, общината и бизнесът – други икономически сектори.</p>	

### 1.2.7. Увеселителен парк „Приказките”, Враца

Държава	България	
Партньор	Парк „Приказките”	
Заглавие	Увеселителен парк „Приказките”, Враца	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Парк „Приказките”	Частна организация
<p><b>Описание:</b> Увеселителния парк "Приказките - 1" е открит на 29 септември 2007 година. Той е разположен в подножието на Врачанския балкан по пътя за връх Околчица. Намира се в непосредствена близост до гр. Враца, на около 300 м от хотелски комплекс "Хъшове" в посока с. Паволче. Паркът е разположен върху 17 дка горска площ. Той съчетава атракциони за посетители от всички възрастни, кътове за отдих и подкрепа и етюди от българския фолклор.</p> <p>Паркът разполага с двадесет и двама обучени инструктори, които при нужда оказват физическа помощ, дават съвети и напътствия. Той работи в сътрудничество с хотелите и други бази за настаняване, което дава възможност за ползване и на оборудвани конферентни зали за провеждане на стандартни фирмени обучения. Екипът на парк "Приказката" предлага разработена разширена програма за тиймбилдинг. Извън Парка се предлагат: спускане с б-</p>		

местни надуваеми лодки (рафтинг) по течението на река Искър, влизане в необлагодородени пещери, спускане с въже (рапел) по 60-метров водопад, конна езда - понита и големи коне, лов и фотография, стрелба с ловна пушка по летящи порцеланови панички, поход по две екопътеки, 1-, 3- до 6-дневни лагери в Парка и Врачанския Балкан, посещение на археологически разкопки с водач-историк, пейнтбол и стрелба с лъкове в планината, планинско ориентиране и много други развлекателни мероприятия. За да бъде удължен туристическият сезон, паркът има възможност да бъде отворен и през зимата. За целта се монтира сглобяемо хале, което побира най-забавните атракциони и се отоплява с камина. Планирано е в увеселителния парк да бъде изградена писта за шейни, дълга 120/150 м с влек за връщане. С приоритет в списъка с предстоящите намерения и задачи е безплатно посещение в парка на деца от социалните домове в областта. Предвижда се в ниската част на парка да бъде построено вилно селище с конферентна и спортна зала. Идеята е тук да се подготвят за състезания спортисти в дисциплини, за които има нужните съоръжения.

**Приложимост към община Костенец:** създаването и утвърждаването на спортен рехабилитационен център в Момин проход, който да привлича целогодишно както активни спортисти за профилактика и лечение, така и туристи с цел релаксация, забавление и допълнителна добавена стойност от лечебните и профилактични свойства на минералните води.

### 1.2.8. Център за устойчиво развитие на община Тетевен

Държава	България	
Партньор	Тетевен	
Заглавие	<b>Център за устойчиво развитие на община Тетевен</b>	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Община Тетевен	Публична
	Център за устойчиво развитие на община Тетевен	Публично-частно партньорство
<p><b>Описание:</b> Центърът за устойчиво развитие на община Тетевен е неправителствена, нестопанска организация с общественополезна дейност, която работи за постигане на оживление и стабилни темпове на растеж във всички сфери на обществения живот чрез мобилизиране на собствените ресурси, привличане на партньори и външни инвеститори. Идеята за създаването се ражда по време на проведения в периода 2000 – 2001 година Общински Форум. Сдружението е учредено на 02.04.2001г. от 21 юридически и 7 физически</p>		

лица. Сред учредителите са представители на Общинска администрация и Общински съвет, Бюро по труда, Общинска социална служба, училища, читалища, общински и частни фирми, почти всички местни НПО.

В момента в сдружението членуват 24 юридически и 12 физически лица. Към ЦУРОТ е създаден Фонд “Даровити младежи”, който има за цел да подпомага израстването на талантиливи деца и младежи от общината.

За повишаване качеството на услугите и разширяване на контактите си ЦУРОТ успешно защити кандидатурата си пред Корпуса на мира САЩ и в момента един американски доброволец работи в помощ на Сдружението.

Центърът:

- Идентифицира проблеми и предлага възможности за тяхното разрешаване
- Разработва проекти за бъдещото развитие на общината
- Непрекъснато разширява своята мрежа от партньори
- Посредник е между местната власт, бизнес средите и НПО
- Извършва проучвания и анализи
- Консултира клиенти с инвестиционни и кредитни потребности
- Работи за развитието на туризма, дребния бизнес и занаяти
- Съдейства за подобряване на инвестиционната среда.

**Приложимост към община Костенец:** Създаване на Фонд за развитие на човешките ресурси, заети в туризма; Създаване и утвърждаване на организация/дружество към община Костенец, които да способстват цялостното развитие на общината като икономика, да бъдат генератори, носители и реализатори на проектни идеи, както и да формират инвестиционна политика за общ позитивен облик на общината.

### 1.2.9. Четирите съботи на Тетевенеца

Държава	България	
Партньор	Тетевен	
Заглавие	Четирите съботи на Тетевенеца	
Под-сектор	Туристически агенции, хотели, ресторанти, доставчици на услуги	
Ангажирани институции	Име	Вид
	Община Тетевен	Публична
	Център за устойчиво развитие на община Тетевен	Публично-частно партньорство
<b>Описание:</b> организация на четири празника, свързани както с народните обичаи, така и с отделните характеристики на жителя на община Тетевен, а именно – Никулден (рибената саламура на Тетевен), Лазаровден		

27

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

(лазаруването в Тетевен), Сирни Заговезни (заговяването на тетевенката), Коледа (коледуването и надпяването в Тетевен).

## 2. Позициониране на общината на туристическия пазар – тенденции и перспективи.

Едно от основните предимства на община Костенец е близостта до София от една страна, със всички предимства на големия град, а от друга страна до утвърден международен курорт – Боровец. В теорията и практиката е доказано, че дестинации с отдалеченост до 1 – 1,5 ч от големите туристически центрове са идеалната дестинации за диференциран и специализиран туризъм. Крайните потребители (целеви групи) на столицата могат да се обособят в две големи групи:

А. БЪЛГАРИ, които пътуват с цел бизнес, пазаруване (шопинг), Посещение на конгреси, семинари, борси, изложения, панаири и други делови прояви, обучение, лечение, посещение на културни прояви и културни обекти, религия и поклонничество, разширяване на познанието, прекарване на свободно време и ваканции, посещение на роднини и приятели.

Б. ЧУЖДЕНЦИ главно за вторични пътувания („Двоен център”) – море и София, планина и София ( 3 дни); уикенд пътувания и програми за посещение на градове – ‘Fly and Drive”, “City Breaks”, “Stop Over”, “Weekend” и др.; обиколни програми на България с нощувки в София – Tailor Made, Discover Bulgaria, Wine and Dine tours, Gourmet Tours; По празници като - Великден, Коледа, Нова Година; Лечение; Хазарт; Бизнес; Ски – ваканция; Култура; Обучение, Участие или посещение на конгреси, конференции, семинари, борси изложения, панаири и други делови прояви, религиозни и поклоннически пътувания, Разширяване на познанието Костенец притежава ресурсен потенциал, транспортна достъпност, която позволява на общината за развива специализирани продукти в следните основни направления:

- Природен туризъм (екологичен, спортен, зелен)
- Здравен туризъм (балнеология и уелнес)
- Културно-познавателен

### 3. Маркетингов план за утвърждаването на общината като туристическата дестинация.

Когато става въпрос за маркетинг на дестинацията, обикновено става въпрос за дестинация, тълкувана като конкурентна единица на пазара на входящия туризъм. Дестинацията трябва да се управлява като стратегическа бизнес единица както на вътрешния така и на международния туризъм.

Основния ресурс на дестинацията – на регионално или на местно ниво това са атракциите, които привличат вниманието на туриста и могат да представляват първоначалната мотивация за туриста да посети дестинацията. Те могат да бъдат естествени, създадени или културни. Биват многовариантни и пространствено обвързани обекти, които предлагат специални преживявания. Те се комбинират с други услуги, като настаняване, пазаруване, хранене и др.

За ефективното управление и утвърждаване на община Костенец като туристическа дестинация е необходимо преди всичко ясно дефинирано, координирано управление на всички елементи, които я съставляват; Едно от водещите правила при управлението на дестинацията е прилагането на стратегически подход; Това позволява да се избягват дублирането на усилия при:

- промоцията на дестинацията;
- обслужването на гостите;
- обучението;
- подкрепата за бизнеса.

В идеалния случай, обикновено на национално или на регионално ниво се създава т.нар. организация за управление на дестинацията.

Ключовите функции на маркетинга на ниво дестинация са:

- промоция на дестинацията, включително налагане на марка и имидж
- кампании за стимулиране на бизнеса, особено МСП
- предоставяне на безпристрастна информация
- извършване/подпомагане на резервациите
- управление на връзките с клиентите

Преди обаче да се пристъпи към маркетинг на дестинацията е необходимо създаването на среда, адекватна за развитието на туризма включително:

- планиране и инфраструктура
- развитие на човешките ресурси
- развитие на продукта
- развитие на технологиите и системите
- развитие на свързани с туризма отрасли и доставки

#### 30

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

Според обхвата, отговорностите на национално, регионално и местно ниво се различават. Като най-съществени и многобройни са те на местно ниво.

	национални	регионални	местни
Промоциране на дестинацията, вкл. брандинг и създаване на имидж	✓	✓	
Кампании за привличане на бизнеса, в частност на МСП	✓	✓	✓
Безпристрастни информационни услуги	✓	✓	✓
Резервации и/или улесняване на процеса			✓
Координиране и управление на дестинацията			✓
Обучение и образование		✓	✓
Бизнес съвети		✓	✓
“Стартиране” на продукти		✓	✓
Разработване и управление на събития			✓
Разработване и управление на атракции			✓
Стратегия, изследване и разработване	✓	✓	✓

Задачите пред дестинацията – община Костенец са свързани с планирането на туристическата дейност, предоставяне на информация, дизайн на туристическия продукт (бренд, лого) с което да се утвърждава на пазара.

Планиране	Информация	Дизайн на туристическата услуга
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ определяне на целите</li> <li>▪ организация</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ информация за гости</li> <li>▪ информация за местното население</li> <li>▪ подкрепа за журналистите</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ грижа за гостите</li> <li>▪ забавления за гостите</li> <li>▪ координация на туристическата инфраструктура</li> <li>▪ управление на туристически обекти</li> <li>▪ контрол и подобряване на качеството на продукта</li> </ul>

Маркетингова комуникация	Продажби	Лобиране
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ реклама и PR</li> <li>▪ стимулиране на продажбите</li> <li>▪ управление на бранда</li> <li>▪ проучване на пазара</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ информационна система и система за резервации</li> <li>▪ пакети</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ отношение на местното население към туризма</li> <li>▪ отношение на политическата власт към туризма</li> <li>▪ сътрудничество с подобни организации</li> </ul>

Когато става въпрос за утвърждаване на дестинацията не бива да се пропуска, че освен усилията на организацията за управление на дестинацията роля имат и туристическия бизнес със своите самостоятелни маркетингови действия на отделните туристически фирми или организации. Стратегиите на ниво организация за управление на дестинацията се насочени към промотиране на дестинацията, включително:

- повишаване на степента на информираност за дестинацията и въздействие върху нагласата за покупка.
- реализиране на кампании “чадър”, които са основа за осъществяване на второто маркетингово ниво.

и реализацията на действия с подпомагащ характер, които да улесняват дейността на туристическите фирми.

Разработването и утвърждаването на бренд (уникално съчетание на възприятия за дадена дестинация и типа ваканция, която тя предлага) и марка (име, знак, символ или комбинация от тях, целящи създаване на идентичност на продукта и разграничаване от продуктите на конкурентите) спомагат за утвърждаването на дестинацията.

Ползите са дестинацията от използването на бренд и марка, могат да се обобщят както следва:

- Осигурява единен и общ подход при маркетинга на дестинацията
- Създава ясна представа, която трайно я разграничава в умовете на потребителите
- Подпомага последователното изграждане на идентичност, като се избягва противоречив и изменящ се дизайн, послания и образи
- Носи по-висока възвръщаемост на инвестираното в маркетинга и рекламата



- Осигурява “чадър” за маркетинга на дестинацията като цяло и на отделните дейности, като им предоставя сходни и последователни послания

Практически съвети и конкретни действия за подпомагане развитието на дестинацията:

- Предоставяне на данни и информация – статистика, доклади, анализи за тенденциите на пазара;
- Представителство на генериращите пазари – за поддържане на контакти с партньорите, предоставяне на информация за дестинацията, както и обратна информация за съответните пазари;
- Организиране на работни срещи, семинари, конференции, участие в туристически изложения, кооперационни борси;
- Опознавателни пътувания за туроператори, туристически агенти, журналисти за запознаване с продукта и убедителност при продажбите;
- Връзки с обществеността – изпращане на конкретни послания по веригата на разпределение или до медиите;
- Издаване на наръчници, ръководства, каталози (напр. за възможностите за настаняване, атракциите, дейностите и др.)
- Подготовка и отпечатване на рекламни материали (брошури и др.);
- Организиране на съвместни маркетингови кампании;
- Създаване и поддържане на информационни и резервационни системи;
- Подпомагане създаването и налагането на нови продукти;
- Подпомагане на търговски консорциуми – напр. групи компании, музеи, тип хотели и др.

Цели	Маркетингов план
<p><u>Цел 1</u> Да се усъвършенства капацитета на сектора не само по отношение на неговия растеж, но и по отношение на преодоляването на различните проблеми в туристическия бранш;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Изграждане на специализиран бранд за туризма в община Костенец;</li> <li>❖ Участия в подбрани панаирни изложения в различни страни, свързани с туристическата индустрия;</li> <li>❖ Развиване на ПЧП по отношение на популяризирането и маркетинговането на туристическия бранш;</li> </ul>
<p><u>Цел 2</u> Да се осигури и подобри утилизацията на туристическите услуги от български и чуждестранни туристи;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Изготвяне на програма за маркетингане и популяризиране на туристическите продукти;</li> <li>❖ Участия в подбрани панаирни изложения в страната;</li> <li>❖ Съставяне на маркетингова програм за развитие на регионалния туризъм по географски зони;</li> <li>❖ Изграждане на мрежа от туристически информационни центрове</li> </ul>
<p><u>Цел 3</u> Да се оказва сътрудничество на общинските и местните власти и неправителствените организации, които да</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Извършване на маркетингови проучвания и туристическо „разузнаване“;</li> <li>❖ Изготвяне на програми за анкетиране на туристите;</li> <li>❖ Участия в подбрани панаирни изложения в различни страни, свързани с туристическата индустрия</li> <li>❖ Участия в подбрани панаирни изложения в страната;</li> <li>❖ Съставяне на маркетингова програм за развитие на регионалния туризъм по географски зони;</li> <li>❖ Изграждане на мрежа от туристически информационни центрове;</li> </ul>



<p>подобряват заедно туристическото планиране и разработване на потенциални ресурси и да се разширява кръгът на туристическите оферти;</p>	
<p><u>Цел 4</u> Да се експлоатират по подходящ и справедлив начин наличните възможности за финансиране на дейностите, които имат отношение към туристическото развитие;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Организиране на специализиран фонд за реклама и промотиране, базиран на ПЧП-принципите;</li> </ul>
<p><u>Цел 5</u> Да се създаде позитивен туристически имидж на региона на Костенец, както българските, така и за чуждестранните туристи;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Съставяне на маркетингова програма за развитие на регионалния туризъм по географски зони;</li> <li>❖ Изграждане на мрежа от туристически информационни центрове;</li> <li>❖ Подобряване на капацитета на местните власти за усвояване на средства от фондовете на ЕС</li> </ul>

### 3

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**



<p><u>Цел 6</u>                  Да се оказва подкрепа за формиране на устойчив ръст на туризма в региона и формирането на справедливи приходи за фирмите и икономически ползи за гражданите;</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Изготвяне на програма за маркетинг и популяризиране на туристическите продукти;</li> </ul>
<p><u>Цел 7</u>                  Да се повишават стандартите за туристическо обслужване и качеството на предлаганите продукти/услуги</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Извършване на маркетингови проучвания и туристическо „разузнаване“;</li> <li>❖ Изготвяне на програми за анкетиране на туристите;</li> </ul>

**4**

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. **Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020**

### 3.1. Развитие на селски туризъм в Малта – практическа приложимост

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

- Потенциал за агро-туристическата дестинация – Общинският съвет на Надур е катализатор на за развитието на туристическата дестинация. Общината е закупила 7000 цитрусови и маслинови дръвчета, които са били предоставени на местните фермери под формата на субсидия. Тази инициатива не само довежда до съживяване на селскостопанския сектор, но и повишава култивацията в равнините на общината;
- Комбиниране на туристическото преживяване и местните интереси – общината е идентифицирала фермери, които са били положително настроени към проекта и ги е насърчила да позволяват на туристите да берат плодове. Тъй като първоначално общината се е изправила пред много скептично настроени и консервативни производители, първоначално е започнала да работи само с най-позитивно настроените, като е залагала на това, че по-консервативните ще променят мнението си, като видят проекта в действие;
- Културно и природно наследство – разработени са 6 маршрута за разходка, които съчетават красивата природа със селскостопански дейности като брането на плодове. Общината организира събития, които се превръщат в традиция и впоследствие са включени в туристическия календар на Надур, като например Карнавалът на Надур (има сатирична тематика и се посещава от

#### 5

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация“, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие“ 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

все повече хора), Фестивалът на виното (тридневна дегустация на вина), Коледният пазар и др. Тези фестивали са едно отлично попълнение към агро-туризма и опосредстват запълването на пазарната ниша за реализиране на местните продукти.

- Дейности по реставрация на исторически паметници, което обогатява предлагания исторически продукт и привлича все повече любители на историческия туризъм.
- Дейности по „разкрояване” – общината предприема редица дейности по подобряване на местната инфраструктура, оказваща пряко влияние върху потреблението на туристическите продукти.
- Промоция на дестинацията като място за организиране на срещи и конференции – в последните години се засилват приходите от конгресен туризъм.
- Организиране на еднократни събития, като срещи между кметове, провеждането на обучения за усвояване на средства от Европейските фондове, честване на 50 години от основаването на ЕС и др.

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

**Практическа приложимост за община Костенец:** Ценността на предложената добра практика се състои в доказани във времето успех на предложения план за развитие на селски туризъм. Добрата практика показва, как една селска община успява да се развие успешно като туристическа дестинация посредством предприемането на редица взаимно свързани действия. Най-важното тук е, че община Надур предприема инициативи не за развитието на туристически продукти, а по-скоро инициативи, стимулиращи създаването на туристически фирми. Ролята на общината е да създаде предпоставките (на ниво политика и икономически), така че местното население да пожелае да създаде бизнес в този сектор. Ето защо практиката е много ценна от гледна точка на това, че община Костенец е в процес на формиране на своята стратегия за развитието на туризма. Предложеният успешен подход не е характерен за българската икономика. Община Костенец

## 6

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

следва да се съсредоточи върху подобряване на местната инфраструктура и да инициира събития, в които да участват местните предприемачи, напр. различни селскостопански панаири, инициране на нови фестивали в областта на фолклора и селското стопанство, издаване на печатни материали, които да рекламират туристическите фирми в общината, стимулиране на развитието на селското стопанство и др.

### 3.2. Дивата тайга на Финландия

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

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

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

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

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

Във връзка с динамичното развитие на световните тенденции и изискванията, свързани с търсенето на потребителите, можем да обобщим новите актуални критерии в управлението на туристическите дестинации чрез маркетингови подходи.

### **Практическа приложимост за община Костенец:**

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

### **3.3. Взаимодействието на администрация и бизнес – реален фактор за успех, Германия**

<b>Заглавие/ Предмет:</b>	Достъпност за Всички в Природен парк „South Black Forest”
<b>Резюме:</b>	Природен парк „South Black Forest” желае да създаде и подпомогне достъпността на всички посетители на парка до неговите природни забележителности
<b>Наименование на администрацията:</b>	Природен парк „South Black Forest”
<b>Местоположение на главния офис:</b>	Фидберг/Германия
<b>Държава:</b>	Германия
<b>Година на начало на проекта:</b>	2005
<b>Година на завършване на проекта:</b>	Все още неопределена

### **8**

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020



<b>Попълнил формуляра:</b>	Петер Нюман
<b>Описание:</b>	Проекти и действия: 1) ВИЖДУ-анализ на седемте точки на интерес, 2) квалификация на семинарите и директната подготовка за различни заинтересовани страни в областта, 3) три конференции с участието на важни сдружения, политици и медиите
<b>Допълнителна информация или препоръки:</b>	<a href="http://www.naturpark-suedschwarzwald.de">www.naturpark-suedschwarzwald.de</a> ; <a href="http://www.neumann-consult.com">www.neumann-consult.com</a>

**Клиентът не желае да бъде затворен в определена категория**

Клиентът става все по – критичен

Търсенето днес клони към по – гъвкави почивки, които да предоставят повече възможности на клиента за негови собствени инициативи така, че той сам да си състави компонентите на туристическия

Пакет

Уникалност на предлагания туристически продукт – unique selling point

Необходимост от автентичност на дестинациите

Пакетът “ самолет – рент а кар- резервация за стая”, който предлага по голяма независимост- увеличава процента на продажбите си

Като един от най-значимите индикатори за  
марка при процеса на повишаване на качеството можем да  
посочим управление на дестинациите.

#### **4. Предложения за внедряване на най-добрите технологии и ноу-хау в развитието на туризма както в публичната, така и в частната сфера като фактор за пазарен успех.**

##### **4.1. Ноу-хау за развитие на туризма от страна публичната сфера**

В стратегическите цели да се заложи успешното развитие на потенциала на региона на Костенец, като се поставят следните няколко критерия за изпълнение:

- ❖ на първо място, да се продължи политиката на „следване на пазара”, за да може пазарът да бъде промотиран като привлекателен за голям брой чуждестранни посетители и нарастването на цените в туристическия бранш
- ❖ на второ място, да се стартира политика за изграждане на местни мрежи за взаимна подкрепа, които да развият и обогатят предлагането на туристически продукти и през четирите сезона на годината, като по този начин се уголеми пазарната ниша.
- ❖ на трето място, е необходимо да бъдат предприемани действия за обединяване на усилията на предприемачите и институциите в съседните региони/страни, като се създаде атмосфера за синергия и успешно развитие на комбиниране на местни с чуждестранни туристически дестинации, които да бъдат развивани през цялата година.

Всяка една от тези стратегически опции изисква по-високо равнище на институционално обвързване с частния сектор с оглед постигането на по-ефективни резултати. Ако се гледа от призмата на последователността в стратегическите действия, подобна добра практика е относително по-трудна за реализация, тъй като изпълнението на набеязаните цели изисква относително по-дълъг период на обвързване на интересите на голям брой „играчи” на туристическия пазар.

Относително важно значение за реализацията на този вид практика оказва подкрепата, която се осигурява от частните инвестиции в туристическия бранш. Насърчаването на инвестициите в туризма би трябвало да става под опеката на правителството по подобен начин на това, което други

**11** Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

правителства от региона на Югоизточна Европа правят. Това насърчаване на инвестициите, разбира се, трябва да включва и улесняване на инвеститорите при реализацията на техните проекти. Пример за такъв тип насърчаване чрез подпомагане е идеята за т.нар. „обслужване на едно гише”. Друг основен проблем, който трябва да бъде преодолян по отношение стимулирането на чуждестранните инвеститори е да се извърши адаптиране на правната и нормативна база, която има отношение към отдаването на концесия на различни обекти. Освен това трябва да се търси и допълнително опростяване на бюрократичните процедури, които местните власти налагат пред частния бизнес в техния опит да реализират някакъв проект в сферата на хотелиерството, ресторантьорството или туризма като цяло.

#### **4.2. Технологии и ноу хау за развитие на туризма в частната сфера**

Приоритетното оценяване на постиженията в случай на сбъждане на т.нар. „видими резултати” (които биха могли да бъдат реализирани, вследствие на постигане на таргетираните пазари), трябва да бъде съсредоточено преди всичко върху области и зони от община Костенец със значителен туристически потенциал. Тези области представляват зонирани на географски принцип и развитието на туристическия бранш зависи по-скоро от постигнатите резултати за всяка една такава зона на базата на набор от критерии за оценяване, поставени от местните власти с оглед удовлетворяването на обективните потребности на туристическия сектор.

В стратегически план прилагането на принципа на географската сегментация би трябвало да бъде от полза за туристическия бранш по отношение на това, че различните видове туристически продукти/услуги могат да бъдат диференцирани според някакви критерии. Тези критерии могат да бъдат:

- Основните туристически зони;
- Урбанистично съсредоточаване на туристическия поток;
- Новоразработените туристически продукти;
- Новоразработените туристически зони;

Развитието на туризма на географски признак може да бъде разглеждано от три основни гледни точки, но успоредно с това могат да протекат и следните процеси:

#### **12**

Този документ е създаден в рамките на проект „Интегрално планиране на туристически дестинации в община Костенец: продукт, реклама и комерсиализация”, който се осъществява с финансовата подкрепа на Оперативна програма „Регионално развитие” 2007-2013 г., съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие. Цялата отговорност за съдържанието на документа се носи от община Костенец и при никакви обстоятелства не може да се счита, че този документ отразява официалното становище на Европейския съюз и Управляващия орган. Договор № BG161PO001/4.2-01/2008 /020

1. Разработване на „туристически хъбове”
2. Разработване на „туристически коридори” и
3. Разработване на „туристически вериги”

При разработването на **„туристически хъбове”** основният туристически поток се привлича от достатъчния брой места за настаняване, които са налични. Използването на дадена локация като „хъб”, т.е. като основен притегателен център за туристите създава предпоставки за нарастващ брой посещения и в околните зони, като посетителите имат условия да „комутират”, т.е. да пътуват всеки ден в различни посоки, завръщайки се в края на деня обратно в „хъба”. Разработването на концепцията за „туристическия хъб” може да бъде адекватна в градове, които предлагат достатъчно голям брой туристически атракции и ресурси за извършването на туристически дейности.

При разработването на **„туристически коридори”**, основният поток от туристически дейности е подложен на детайлно проучване, като в обекта на проучване попада и т.нар. „зона на туристически интерес”, която привлича най-големия брой посетители. Вследствие на анализа се изгражда стратегия за промотиране на индивидуалните атракции и дейности, които могат да бъдат инициирани по дължината на „туристическия коридор”. В случая с региона на Костенец това би могъл да бъде един „туристически коридор” по линията: гр. София – гр. Ихтиман – гр. Костенец–гр. Пловдив. По протежение на този коридор някои уникални природни ресурси могат да се превърнат в основен притегателен център за туристи за почивки с краткотраен характер и могат да бъдат включени в „туристически вериги”, посредством които туристите се насърчават да прекарат допълнителен ден (или нощ), или известен брой часове от деня по дадения „туристически коридор”.

При разработването на т.нар. **„туристически вериги”** се касае за привличането на относително голям брой туристи в широк набор от разпознаваеми туристически локации и/или дестинации, които са свързани една с друга, като се оформя една естествена затворена „верига” от туристически посещения. При прилагането на концепцията на „туристическата верига” идеята е туристите да имат възможност да започнат своето посещение от която и да е точка на тази „верига” и да могат да прекратят своето посещение пак от която и да е точка на тази „туристическа



верига”. Тази идея за „туристическата верига” работи изключително успешно при таргетирането на пазара на краткотрайните семейни почивки, както и при деловите посещения и особено при туризма с образователна цел. Другото предимство при прилагането на „туристическа верига” е, че туристът има възможност да посещава различни локации и да преминава през различни туристически атракции, без да му се налага да се връща по същия маршрут, когато планира своето следващо посещение.

Дължината на „туристическата верига” трябва да бъде така планирана, че да може да бъде използвана основно от туристи със собствен автомобилен транспорт в рамките на два-три дни, като основната идея е да могат да се използват пълноценно дните, които попадат в т.нар. „уикенд” (събота и неделя) и дните, които са „около” този уикенд: например – петък и събота, или неделя и понеделник.

.....  
.....  
.....