



ОБЩА СТРАТЕГИЯ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РАЙОН КОНСТАНЦА-ДОБРИЧ (В ЧАСТТА ЗА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЛАСТ ДОБРИЧ)

*В изпълнение на т. 1.6 от Техническата спецификация за възлагане на
обществена поръчка по чл. 20, ал. 3, т. 2 от ЗОП за услуга с предмет:
„РАЗРАБОТВАНЕ НА ОБЩА СТРАТЕГИЯ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ В
ТРАНСГРАНИЧНИЯ РАЙОН КОНСТАНЦА-ДОБРИЧ“*

*Проект: „Хършова-Добричка, заедно по красивия път на устойчивото
развитие, чрез трансгранична култура“, е-MS код: ROBG-456*



СЪДЪРЖАНИЕ

СЪДЪРЖАНИЕ	2
СПИСЪК С ТАБЛИЦИТЕ.....	4
СПИСЪК С ФИГУРИТЕ	5
ВЪВЕДЕНИЕ	6
I. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗРАБОТВАНЕТО НА СТРАТЕГИЯТА	7
1.1. Преглед на общата рамка за управление на туризма и стратегическото планиране в областта на културния туризъм.....	7
1.1.1. Преглед на стратегическото планиране на културния туризъм.....	7
1.1.2. Преглед на общата рамка за управление на туризма	8
1.2. Преглед на приложимото национално и европейско законодателство на туризма.....	11
II. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ НА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ	13
2.1. Проучване на текущата ситуация относно културния туризъм	14
2.2. Изводи, критични бележки и препоръки относно културния туризъм.....	27
III. ИЗГОТВЯНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ/ ВАРИАНТИ ЗА 4 (ЧЕТИРИ) МАРШРУТА И ИЗБОР НА ОКОНЧАТЕЛ ВАРИАНТ НА 4 (ЧЕТИРИ) МАРШРУТА.....	32
3.1. Определяне на главна ос/ гръбнак на културните маршрути	32
3.2. Определяне на основни елементи на културните маршрути	33
3.3. Определяне на второстепенни елементи на културните маршрути	35
3.4. Определяне на страничен ареал на културните маршрути	38
3.5. Дефиниране на нематериалното наследство в културните маршрути.....	38
3.6. Позициониране на движимото културно наследство в културните маршрути	40
3.7. Избор на окончателен вариант за 4 (четири) маршрута	41
IV. SWOT АНАЛИЗ, PEST АНАЛИЗ И ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ	60
1.1. SWOT анализ.....	60
1.2. PEST анализ.....	64
1.2.1. Политическа среда.....	65
1.2.2. Икономическа среда	67
1.2.3. Социална среда	70
1.2.4. Технологична среда	71
1.3. Заинтересовани страни	73



V.	ВИЗИЯ И МИСИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ.....	75
5.1.	Визия.....	75
5.2.	Мисия.....	76
5.3.	Стратегически цели.....	76
VI.	СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН	78
	Средства (грантови схеми, бюджет, заемен капитал)	78
	Дейности (Проекти)	78
	(Резултати).....	78
6.1.	Мерки и дейности за постигане на стратегическите цели	78
6.2.	Програма за реализация	85
VII.	ИНДИКАТИВНА ФИНАНСОВА ТАБЛИЦА	86
VIII.	ФИНАНСОВО ОБЕЗПЕЧАВАНЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА СТРАТЕГИЯТА	87
8.1.	Национални публични средства	88
8.1.1.	Програма „Държавни инвестиционни заеми“ на Република България ..	88
8.1.2.	Фонд „Научни изследвания“ на Република България.....	88
8.1.3.	Местни бюджети и Държавен бюджет	88
8.2.	Външни публични средства	88
8.3.	Публично-частно партньорство (ПЧП)	89
IX.	СИСТЕМА ЗА МОНИТОРИНГ И МЕТОДОЛОГИЯ ЗА АКТУАЛИЗАЦИЯ НА СТРАТЕГИЯТА	91
9.1.	Система за мониторинг.....	91
9.2.	Методология за актуализация на Стратегията.....	93
9.2.1.	Механизъм за актуализация на Стратегията	93
9.2.2.	Методология за актуализация на Стратегията.....	93
9.2.2.1.	Процедура за актуализация, когато инициатор на предложението за актуализация е от Ръководителите на ТКНС	93
9.2.2.2.	Процедура за актуализация на Стратегията, когато инициатор на предложението за актуализация са представители на заинтересованите страни	94
X.	ИЗПОЛЗВАНИ ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ.....	95
XI.	ПРИЛОЖЕНИЯ	96



СПИСЪК С ТАБЛИЦИТЕ

Таблица 1. Разходи за туристически пътувания на лица на 15 и повече години през 2018 г. (хил. лева)	17
Таблица 2. Историческите паметници с категория „национално значение“	18
Таблица 3. Защитени територии	19
Таблица 4. Основни характеристики	20
Таблица 5. Количествени измерители на интереса към културния туризъм по пазари, 2015 г.	22
Таблица 6. Търсене на културен туризъм по пазари	23
Таблица 7. График на културните събития	48
Таблица 8. SWOT анализ.....	61
Таблица 9. Заинтересовани страни	73



СПИСЪК С ФИГУРИТЕ

Фигура 1. Пътувания на българите в страната и посещения на чужденци в България, 2012-2018 г. (в млн.)	17
Фигура 2. Компоненти на туристическото предлагане	27
Фигура 3. PEST анализ	65
Фигура 4. Схема за „извличане“ на мерки на Стратегията	78



ВЪВЕДЕНИЕ

Общата стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич (в частта за територията на Област Добрич) е изготвена от екип на „ТОНУС 21“ ЕООД в изпълнение на Договор № ROBG-456-122/ 15.11.2019 г. с предмет „Разработване на обща стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич“, в рамките на проект „Хършова-Добрич, Заедно по красивия път на устойчивото развитие чрез трансграничната култура“ (Harsova-Dobrichka, Together on the Beautiful Road of Sustainable Development through Cross Border Culture), e-MS код ROBG-456, финансиран по Програмата Интеррег Румъния-България 2014-2020 г.

Документът допринася за изпълнението на т. 1.6 от Техническата спецификация за възлагане на обществена поръчка по чл. 20, ал. 3, т. 2 от ЗОП за услуга с предмет: „РАЗРАБОТВАНЕ НА ОБЩА СТРАТЕГИЯ ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РАЙОН КОНСТАНЦА-ДОБРИЧ“.

Основната цел на Проекта е да съживи трансграничния регион, като стимулира туризма и същевременно допринесе за опазването на културното наследство на историческата област, в която съществуват две нации (Румъния и България).

Очакваният принос на Проекта към Програмата е изработена 1 обща стратегия за валоризиране на културното и природното наследство чрез възстановяването и насърчаването му за устойчиви икономически цели и 1 интегриран туристически продукт.

Изработването на документа се налага поради факта, че туризмът е ключов сектор в развитието на трансграничния регион и в частност, туризмът, свързан с културното наследство, както е посочено в стратегически и законодателни документи на различни нива на управление. Този потенциал все още не е напълно оползотворен - не съществува общ туристически продукт на културното наследство, а уникалните обекти на културното ни наследство, които надхвърлят рамките на трансграничното измерение, в по-голямата си част са непознати извън местните общности.

Създаването на общ културен туристически продукт е най-добрият способ за пълно оползотворяване на културните активи на региона. Неговото развитие, усъвършенстване и иновация ще допринесе за постигането на устойчив икономически растеж и подобряване на социалната среда в средносрочен и дългосрочен план.

Докладът представя интегрираните резултати, постигнати от изпълнителя за българското участие в Проекта - „ТОНУС 21“ ЕООД.

В Доклада са отразени становищата на заинтересованите страни, чиито представители взеха участие в провеждането на работна среща на 22.01.2020 г. в Заседателната зала на Община Добричка. При предлаганите от експертите тематични маршрути е отразена и позицията на заинтересованите страни и на организацията, подготвяща частта на Стратегията от румънска страна.



I. ПРЕДПОСТАВКИ ЗА РАЗРАБОТВАНЕТО НА СТРАТЕГИЯТА

1.1. Преглед на общата рамка за управление на туризма и стратегическото планиране в областта на културния туризъм

1.1.1. Преглед на стратегическото планиране на културния туризъм

Анализът е разработен в контекста на актуалното социално-икономическо състояние на трансграничния регион и в съответствие със стратегическата ориентация на регионалната политика на Европейския съюз и националните цели и приоритети за регионално развитие, при съобразяване с нормативната и институционална среда за нейното прилагане, наблюдение и оценка. В резултат на това, Документът изцяло се вписва в идентифицираните от анализиранияте стратегически документи цели, приоритетни области и мерки за развитие на културния туризъм в трансграничния регион Констанца-Добрич. Нещо повече, той стъпва на разгледаните документи, като ги продължава и надгражда, поставяйки началото на дейности по реализацията на стратегически цели на изследваните документи. Системата от планови и стратегически документи за развитието на туризма, и по-конкретно на културния туризъм, се състои от някои ключови документи на национално, трансгранично и европейско ниво, измежду които:

- Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res (2007) 12 относно „Културните маршрути на Съвета на Европа“;
- Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res(2013)66 относно разширено частично споразумение на Съвета на Европа относно културните маршрути от 18 Декември 2013 г.;
- Съобщение на ЕК COM(2010)352 Европа – водеща световна туристическа дестинация – нова политическа рамка за европейския туризъм;
- Директива 2014/60/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 15 май 2014 г. за връщане на паметници на културата, които са незаконно изнесени от територията на държава членка;
- Регламент № 116/2009 на Съвета от 18 декември 2008 година относно износа на паметници на културата;
- Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г.;
- Стратегически план за развитието на културния туризъм в България (разработен 2007 г.);
- Концепция за туристическо райониране на България;
- Националната програма за развитие: България 2020;
- Стратегически план за развитието на културния туризъм в България, приет с Протокол № 40.8 на Министерския съвет от 14.10.2009 г.;
- Областна стратегия за развитие на Област Добрич за периода 2014-2020 г.;



- Общински план за развитие на Община Добричка 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Добрич 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Балчик 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Каварна 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Крушари 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Тервел 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Генерал Тошево 2014-2020 г.;
- Общински план за развитие на Община Шабла 2014-2020 г.

Управлението на публичните политики за развитие на туризма в България е преобладаващо централизирано. Стратегическата рамка за развитие на туризма в страната не приоритизира, а степенува по туристическа привлекателност всички потенциални форми на туризъм.

Проучените стратегически документи препоръчват включването на България и Румъния в общи туристически продукти с други държави, чрез формиране на туристически трансгранични продукти, като по този начин създават нови дестинации. Така се постига балансирано регионално развитие, подобряват се пазарните позиции на българския и румънския туризъм и се създава предпоставка за формиране на обща маркетингова политика в туризма.

Всички общини на територията на Област Добрич, в своите общински планове за развитие (макар и с различен интензитет), разглеждат туризма като един от секторите за развитие. Този факт се разглежда като съществена предпоставка за изграждане на конкурентно развит културен туризъм.

1.1.2. Преглед на общата рамка за управление на туризма

България е с огромен потенциал за развитие на различни видове туризъм, като някои видове са значително по-познати на широкия кръг потребители - нашите морски и планински курорти привличат значителна част от българските и чуждестранните туристи през активния сезон. Извън тези силно развити курорти и големите градове е налице необходимост от привличане на туристи, като един от основните източници на инвестиции - разходи за нощувка, храна, посещение на туристически обекти и др. Голям и все още неоползотворен е потенциалът на историческите и културни забележителности в регионите на страната. Необходимостта от развитието на ключови културни и исторически атракции, тяхното ефективно промотиране, както и осигуряването на висококвалифициран персонал, качествена довеждащата инфраструктура, съпътстващи атракции и услуги предпоставят процесите на анализ и планиране на развитието на културния туризъм в отделните региони в контекста на националните стратегически приоритети за развитие на туризма.

Културният туризъм е един от видовете туризъм, който получава **нова оперативна дефиниция** от COT на 22-та сесия на Общото събрание, проведена в Ченгду, Китай (COT, 2017: 18), която гласи:

„Културният туризъм е тип туристическа дейност, при която основна мотивация



на туриста е да научи, открие, преживее и консумира движими и недвижими атракции/продукти в една туристическа дестинация.

Тези атракции и продукти се свързват с набор от отличителни материални, интелектуални, духовни и емоционални характеристики на обществото, които обхващат изкуство, архитектура, историческо и културно наследство, кулинарно наследство, литература, музика, креативни индустрии и живата култура на общността с нейния начин на живот, ценностна система, вярвания и традиции.¹

Тази нова дефиниция потвърждава много по-широкия характер на съвременния културен туризъм, който се отнася не само до обекти и паметници, но и до начини на живот, творчество и „ежедневна култура“. Както се подчертава в доклада на COT (2018 г.), сферата на културния туризъм се отдалечава от предишния акцент върху класическото западно материално наследство към много по-широка и всеобхватна област от разнообразни културни практики във всички краища на света. Новата дефиниция отразява развитието на производството и потреблението на културния туризъм, както и развитието на академичните изследвания на културния туризъм².

През последните години културният туризъм се развива като една от най-успешните туристически индустрии в света. Делът на туристическите пътувания, мотивирани от културата и културното наследство непрекъснато нараства.

Културният туризъм задоволява определени туристически потребности, които се характеризират с някои особености:

- Обективният характер на туристическите потребности ги поставя в пряка връзка с общите, които обикновено се разглеждат като материални, социални и духовни;
- Избирателност и съподчиненост на структурата на потребностите;
- Динамичност на потребностите по време и място;
- Субективно проявление на туристическите потребности;
- Икономическа реализация на туристическите потребности.

В настоящият анализ се приоритизират обекти, при които ще бъде насърчаван културен и обучителен обмен за млади европейци, които също да могат да участват в изследването и развитието на самите обекти.

Основните целеви групи туристи, за които продуктът би представлявал интерес, са:

- Организираните групи от туристически агенции;
- Хора на средна възраст, които сами организират пътуванията си;
- Младежи до 29 години;
- Групи деца, ученици.

Моделът за развитие, насърчаващ съществуването на подобни маршрути, е

¹ Ричардс, Г., Културен туризъм: Преглед на последните изследвания и тенденции, Списание за хотелиерство и управление на туризма, брой 36, септември 2018 г., страници 12-21

² Ричардс, Г., Културен туризъм: Преглед на последните изследвания и тенденции, Списание за хотелиерство и управление на туризма, брой 36, септември 2018 г., страници 12-21



качественият туризъм, основан на уважение към околната среда и зачитане на елементи, свързани с местната идентичност. Този туризъм спомага за стимулиране на по-слабо развитите региони, улеснява диверсификацията на местната икономика, позволява създаването на малки и средни предприятия и увеличава възможностите за работа в сектора на услугите (настаняване, допълващи дейности, местни продукти, екскурзоводство и т.н.).

Търсенето на културния туризъм се характеризира със следните ключови аспекти:

- По-къси ваканции;
- Желание да изхарчиш добре парите си;
- Качествени туристически продукти и услуги;
- Богат и автентичен опит от ваканцията;
- Безопасни, чисти и зелени дестинации;
- Евтин транспорт до и във вътрешността на дестинацията;
- Възможност за използване на Интернет за търсене на информация за дестинацията и културните продукти, които представляват интерес.

Един културен маршрут функционира като културен туристически продукт и въз основа на факта, че притежава всички необходими продуктов функции и предлага съответното съдържание, информация и средства за предоставяне на хотелски услуги и настаняване.

Четири културно-туристически маршрута трябва да представляват верига от тематично свързани интегрирани фокусни точки за спиране, които насърчават развитието на регионалната идентичност и колективната памет.

Изборът на елементи може да бъде разширен и към неразработени туристически дестинации, непопулярни места с все още нецялостно проучени структури благодарение на възможността за използване на съвременните техники и технологии в областта на опазването на културното наследство - при идентифицирането, изследването, документирането и представянето му. В резултат на това, може да бъде създаден продукт с много по-малка от гледна точка на финансова инвестиция стойност, но с много по-голяма приложимост, достъпност и атрактивност. Във връзка със съвременните тенденции за развитие на туризма (включително възможността за предлагане на включване на туристите като участници в археологическите разкопки като развитие на нишов туризъм), обекти с висок археологически потенциал и висока степен на автентичност и интегралност с останалата система могат сравнително бързо да станат привлекателни, популярни и желани дестинации.

Извеждането на критерии за анализ и оценка се съобразява и с очакваните тенденции и динамика в поведението на туристите, а именно:

- Нарастващо търсене от страна на туристите към качеството, автентичността, привлекателността и разнообразието на туристическите услуги;
- Нарастващи изисквания на туристите към качеството на техническата инфраструктура и предлагането на специфични услуги;



- Насочване на предпочитанията на туристите към културния туризъм;
- Нарастване дела на младежите, особено на студентите сред туристите;
- Увеличаване броя на възрастните туристи;
- Увеличаване на ролята на информационно-комуникационните системи в туристическия бизнес във връзка с търсенето, планирането и провеждането на туристическите пътувания.

1.2. Преглед на приложимото национално и европейско законодателство на туризма

Основни международни документи, относими към подготовката и осъществяването на интегрирания туристически продукт за културното наследство, съдържащ 4 (четири) трансгранични маршрута са: Конвенция за опазване на световното културно и природно наследство, приета от ЮНЕСКО на 16 ноември 1972 г. и Конвенция относно мерките за забрана и предотвратяване на незаконен внос, износ и прехвърляне на правото на собственост на културни ценности, приета от ЮНЕСКО на 17 ноември 1970 г.

Основните актове от законодателството на ЕС, относими към подготовката и осъществяването на интегрирания туристически продукт за културното наследство, съдържащ 4 трансгранични маршрута, са: Европейска културна конвенция от 19 декември 1954 г.; Европейска конвенция за защита на археологическото наследство от 16 януари 1992 г.; Конвенция за защита на архитектурното наследство на Европа от 3 октомври 1985 г.; Директива 2014/60/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 15 май 2014 г. за връщане на паметници на културата, които са незаконно изнесени от територията на държава членка и за изменение на Регламент (ЕС) №1024/2012 и Регламент №116/2009 на Съвета от 18 декември 2008 г. относно износа на паметници на културата.

Проучени са: предметът на актовете; изискванията, които се поставят към държавите, които са страни по тях; принципите, които установяват и целите, които си поставят по отношение на международната защита на културното наследство. Проучени са и международните органи, чрез които се осъществява тази защита, техният състав, правомощията и задълженията на държавите - страни по конвенциите във връзка с дейността им.

В Република България основните принципи на закрила и развитие на културата са въведени в **Закон за закрила и развитие на културата** (ДВ, бр. 50 от 01.06.1999 г.).

Други закони в областта на културата са:

- **Закон за творческите фондове** (ДВ, бр. 27 от 03.04.1973 г., в сила от 01.05.1973 г.);
- **Закон за Националния дарителски фонд „13 века България“** (ДВ, бр. 12 от 09.02.2001 г.);
- **Закон за меценатството** (ДВ, бр. 103 от 23.12.2005 г., в сила от 23.12.2005 г.);
- **Закон за културното наследство** (ДВ, бр. 19 от 13.03.2009 г., в сила от 10.04.2009 г.);



- Закон за народните читалища (ДВ, бр. 89 от 1996 г.);
- Закон за обществените библиотеки (ДВ, бр. 42 от 05.06.2009 г.);
- Закон за задължителното депозиране на печатни и други произведения и за обявяване на разпространителите и доставчиците на медийни услуги (обн. ДВ, бр. 108 от 29.12.2000 г., в сила от 01.01.2001 г.);
- Закон за авторското право и сродните му права (обн. ДВ, бр. 56 от 29.06.1993 г., в сила от 01.08.1993 г.);
- Закон за филмовата индустрия (обн. ДВ, бр. 105 от 02.12.2003 г.).

Към разглежданата материя се включва и поднормативна уредба, която допълва и конкретизира въпроси от обхвата на горепосочените закони, като:

- Наредба за Националния туристически регистър (Проект на ПМС) 126;
- Наредба за обхвата, структурата и методологията за изработване на плановите за опазване и управление на единичните или груповите недвижими културни ценности, приета с Постановление № 45 на Министерския съвет от 2011 г. (обн. ДВ, бр. 19 от 2011 г., посл. изм. и доп., бр. 87 от 2012 г.);
- Наредба № 1 от 2013 г. за реда за водене на регистъра на нематериалното културно наследство на Република България, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 45 от 2013 г.);
- Наредба № 1 от 2018 г. за реда за издаване на разрешения за извършване на търговска дейност с движими културни ценности и за водене на регистъра по чл. 116, ал. 1 от Закона за културното наследство, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 64 от 2018 г.);
- Наредба № 2 от 2014 г. за реда за издаване на разрешения за износ, временен износ и временно изнасяне на движими културни ценности и на сертификата по чл. 128, ал. 3 от Закона за културното наследство за изнасяне и временно изнасяне, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 28 от 2014 г.);
- Наредба № 4 от 2015 г. за условията и реда за осъществяване на дейностите по консервация и реставрация на движими културни ценности, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 46/2015 г.; изм., бр. 35/2019 г.);
- Наредба № 4 от 2016 г. за обхвата и съдържанието на документации за извършване на консервационно-реставрационни дейности на недвижими културни ценности, издадена от министъра на културата и министъра на регионалното развитие и благоустройството (обн., ДВ, бр. 105 от 2016 г.);
- Наредба № Н-2 от 2011 г. за създаване, поддържане и предоставяне на информацията от автоматизирана информационна система „Археологическа карта на България“, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 32 от 2011 г.);
- Наредба № Н-3 от 2009 г. за реда за извършване на идентификация и за водене на Регистъра на движими културни ценности, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 101 от 2009 г.);



- Наредба № Н-3 от 2011 г. за условията и реда за създаване и поддържане на публичен регистър на лицата, които имат право да извършват дейности по консервация и реставрация, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 32 от 2011 г., изм. и доп., бр. 33 от 2012 г., изм. и доп., бр. 27 от 2018 г.; изм. и доп., бр. 35 от 2019 г.);
- Наредба № Н-3 от 2013 г. за водене на Регистър на музеите и за обстоятелствата, подлежащи на вписване в него, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 28 от 2014 г.; изм. и доп., бр. 63 от 2015 г.);
- Наредба № Н-4 от 2009 г. за реда за водене на Регистъра на експерти по чл. 96, ал. 3 от Закона за културното наследство, издадена от министъра на културата (обн., ДВ, бр. 2 от 2010 г.; изм. и доп., бр. 17 и 33 от 2012 г.; доп., бр. 102 от 2017 г.);
- Наредба № Н-12 от 2012 г. за реда за идентифициране, деклариране, предоставяне на статут и за определяне на категорията на недвижимите културни ценности, за достъпа и подлежащите на вписване обстоятелства в Националния регистър на недвижимите културни ценности (обн., ДВ, бр. 98 от 2012 г., изм. и доп., бр. 11 от 2014 г.).



II. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ НА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ

2.1. Проучване на текущата ситуация относно културния туризъм

➤ Развитие на туризма в световен мащаб

През 2018 г. международният туризъм в света достигна 1.4 млрд. пристигания (+6%), от които 712.6 млн. – в Европа, което съответства на 50.8% от пазара, като ръстът на туристите спрямо 2017 г. е 5.7%. В прогнозно проучване в дългосрочен план, извършено от Световната организация по туризъм, се предвижда по-скромен ръст на туризма в Европа до 2030 г., оценяван на 744 милиона туристи (+1.8%), което се равнява на 41.1% от световния пазар.

Международният туризъм (пътвания и транспорт на пътници) съставлява 29% от световния износ на услуги и 7% от износа на стоки и услуги.

През 2018 г. за седма година ръстът на износа на туристически услуги (+4%) е по-висок от ръста на търговския износ (+3%).

Според Световната туристическа организация за 2019 г. се е очаквал ръст на международния туризъм с 4%, като е налице устойчиво търсене на международни пътувания.

По региони се прогнозира, че след ръста от 6% през 2018 г. се очаква нов ръст от 3% до 4% на международни пътувания.

Предвиждат се пътуванията до Азия и Тихоокеанския регион да имат ръст от 5% до 6%, при ръст от 6% за 2018 г., като е налице все още значителен потенциал за растеж в много развиващи се дестинации. В Америка се е очаквал ръст на туристи от 2% до 3% през 2019 г., за Африка прогнозите са за ръст между 3% и 5% при растеж от 7% през 2018 г., а за Близкия Изток - перспективите са за ръст от 4% до 6% след ръст от 10% през изминалата година.

Настоящите икономически прогнози подкрепят тези перспективи с очакван световен икономически растеж от 3.7% през 2019 година.

Сред първите десет държави с най-големи разходи за туризъм значителен ръст бележат разходите на Руската федерация (+16%), Франция (+10%), Австралия (+9%), САЩ (+7%) и Корея (+6%).

Очакваните тенденции в световен мащаб са:

- Стабилен ръст на разходите за туризъм и на броя на туристите в резултат на развитието на икономиките и навлизането на нискотарифните авиолинии;
- Европа е основна дестинация, обект на туристически интерес. Паралелно с това се очаква увеличаване на интереса към Азия - Китай, Япония, Макао (Китай), Хонг Конг, Корея, Тайван, Индия, както и към Турция, Египет и Австралия;
- Демографските промени в световен мащаб предпоставят навлизане на пазара на нови потребители със специфични ценности и интереси към туристическите продукти, както и промяна на потребностите на различните групи потребители. Това предполага промени в предлаганите туристически продукти и услуги и адаптирането им към



изискванията на различните възрастови групи;

- Промяна на туристическите продукти в резултат на информационните технологии и споделената икономика.
- Промени в целите на пътуващите, комбиниране на няколко вида туризъм и самостоятелно организиране на пътуванията.

➤ Развитие на туризма в Европа

Европейският континент е най-посещаваният в света, а туризмът е една от икономическите дейности с най-голям потенциал да генерира бъдещ растеж и заетост в ЕС. Той играе важна роля за ЕС поради икономическия си потенциал и възможностите за създаване на заетост, както и поради значението си за социалната област и околната среда.

В рамките на Европейския съюз туристическият сектор в тесен смисъл (традиционни доставчици на ваканционни и туристически услуги) обхваща 2.3 млн. предприятия, главно малки и средни предприятия (МСП), които по оценки осигуряват заетост на 12.3 млн. души.

През 2018 г. секторът на пътуванията и туризма пряко е допринесъл за 3.9% от брутния вътрешен продукт (БВП) на ЕС и се равнява на 5.1% от активното население (което отговаря на близо 11.9 работни места).

През 2014 г. едно от всеки десет предприятия в европейския нефинансов сектор на икономиката е принадлежало към туристическия отрасъл. В тези 2.3 млн. предприятия са били заети приблизително 12.3 млн. души. Според оценките през 2016 г. в ЕС-28 са функционирали малко над 608 хил. обекти за туристическо настаняване с обща леглова база от над 31 млн. легла.

През последните години като цяло се наблюдава тенденция на повишаване на броя на нощувките в обектите за туристическо настаняване, като е налице 9% ръст на туристите в Европа през 2018 г. Най-значителен е ръстът на туристите в Южна и Средиземноморска Европа, като се увеличава делът на туристите от Китай, арабския и американския пазар, които посещават региона. В Централна и Източна Европа е отбелязан ръст с 6%, като водещи дестинации са Унгария, Грузия и Казахстан. В Западна Европа международните посетители са се увеличили с 6% през 2018 г., като основни дестинации са били Белгия и Франция, следвани от Холандия, Австрия, Германия и Швейцария. В Северна Европа се наблюдава слаб ръст на туристическите посещения в скандинавските държави и намаление с 5% в Обединеното кралство.³

➤ Развитие на туризма в България

Туризмът в България бележи устойчив ръст. През 2018 г. общият брой туристически посещения на чужденци в България е 9,273,345, а ръстът спрямо 2017 г. е 4.4%.

Увеличение има при посещенията с цел почивка и ваканция, като са реализирани 5,804,576 посещения и ръст от 5.5%. Посещенията с цел гостуване са 669,908, като те нарастват с 1.3%. Посещенията с цел бизнес туризъм са 1,727,874, като те се

³ Световна туристическа организация, Световен барометър по туризъм, том 17, брой 1, януари 2019 г., <http://publications.unwto.org/>



увеличават с 10.6%. Посещенията с други туристически цели са 1,070,987. Посещенията с цел почивка и ваканция формират 62.6% от всички туристически посещения.

През 2018 г. страните от Европейския съюз продължават да са най-важният генериращ пазар за международен туризъм на България с относителен дял 61.4% и общ обем от 5,690,023 туристически посещения (ръст от 4.4%). Основните пазари на българския туристически продукт през последните години са Румъния, Гърция и Германия, следвани от Турция, Македония и Русия.⁴

Водещи фактори, при избора на дестинация са цените, условията за настаняване и обслужването, климатът, природата и чистотата или поне представата за тях, сигурността, възможността за разглеждане на забележителности. Над 74% от туристите планират почивките си основно чрез онлайн канали.

Продължителността на летните почивки на чужденците в летните курорти е около 6-7 нощувки, а за страната като цяло - между 5 и 6. През останалите сезони продължителността на престоя е 2-3 нощувки, с изключение на януари, когато се увеличава до 4-5.

България разполага с потенциал за развитие на разнообразен туризъм при пълен годишен цикъл, но на този етап редица фактори възпрепятстват неговото оползотворяване.

Страната се асоциира основно с морски туризъм, като е налице високо ниво на удовлетвореност от престоя в страната с изключение на пътната инфраструктура, достъпността за хора с увреждания и хигиената.

През първото тримесечие на 2019 г. 929 хил. български граждани са предприели пътуване 78.4%, са пътували само в страната, 17.7% - само в чужбина, а 3.9% са пътували както в страната, така и в чужбина. В сравнение със същото тримесечие на 2018 г. общият брой на пътувалите лица на възраст 15 и повече навършени години се понижава със 7.3% са реализирали туристически пътувания.⁵

По-голяма част от туристическите пътувания на лицата на възраст 15 и повече навършени години както в страната (45.4%), така и в чужбина (61.4%) са били с цел „почивка и екскурзия“.

През първото тримесечие на 2019 г. като самостоятелни са били регистрирани 1,203.1 хил. пътувания, или 91.2% от общия брой лични пътувания. Относителният дял на самостоятелните пътувания без резервация в страната е 95.8%, а на тези в чужбина - 69.8%

В структурата на разходите по видове с най-голям относителен дял в страната са тези за храна - 33.7%, докато в чужбина са разходите за транспорт - 35.1%.

⁴ Министерство на туризма, Международен туризъм - България, януари - декември 2018 г., <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/statisticheski-danni/statisticheski-danni-za-mezhdunaroden-turizum-v-bulgariya-za-2018-g>

⁵ НСИ, Данни за туризма, <http://www.nsi.bg/bg/content/1847/%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D1%8A%D0%BC>

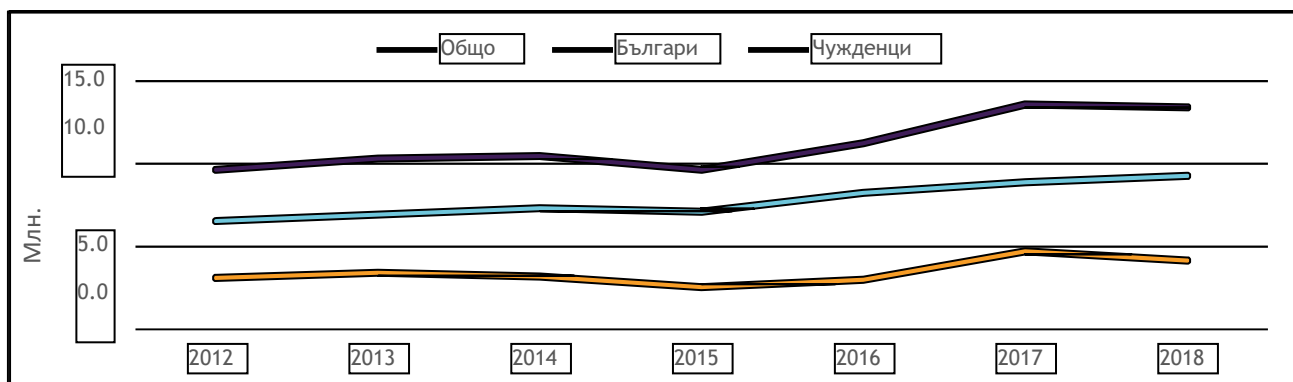


Таблица 1. Разходи за туристически пътувания на лица на 15 и повече години през 2018 г. (хил. лева)

Видове разходи	Общо разходи	Разходи за лични пътувания		Разходи за професионални пътувания
		Общо	в т.ч. туристически пакети	
Общо	1,842,540	1,725,540	227,967	117,000
В страната	1,170,909	1,126,297	72,643	44,612
В чужбина	671,631	599,243	155,324	72,388

През 2018 г. в България са реализирани 4.1 млн. пътувания на българи и 9.3 млн. посещения на чужденци. Налице е положителна тенденция към увеличаване на броя на пътуванията, както на българи, така и на чужденци.

Фигура 1. Пътувания на българите в страната и посещения на чужденци в България, 2012-2018 г. (в млн.)



Данните на НСИ показват **трайна тенденция към повишаване на броя на пренощуващите в България лица** - от 5.5 млн. през 2012 г. до 7.8 млн. души през 2018 г. Броят на българите и чужденците е почти изравнен: българи - 3.89 млн., чужденци - 3.91 млн. през 2018 г.

Налице са и няколко други устойчиви тенденции:

- Нарастване на приходите от международен туризъм. През 2018 г. са реализирани 7.5 млрд. лв. приходи от туризъм при 5.3 млрд. лв. през 2012 г.;
- Съкращаване на продължителността на престоя. През 2018 г. средният брой нощувки за българи е 2.3 (през 2012 г. 2.4), а за чужденци - 4.5 при 5.1 през 2012 г.;
- Увеличаване на приходите на нощувка. През 2018 г. българите са изразходвали 41 лв. на нощувка на лице при от 35 лв. през 2012 г., а чужденците - 61 лв. през 2018 г. при 44 лв. през 2012 г.



➤ Развитие на туризма в Област Добрич

Туризмът е приоритетен отрасъл за икономиката на Област Добрич. Областта е територия, вплела хилядолетна история и природни дадености. Това е предпоставка за развитие на морския, маршрутно познавателния, селски и ловен туризъм. Близостта с Варна, Шумен (стари столици) и Румъния, я прави част от един голям туристически ареал.

Акваторията на морето и бреговата ивица предлагат много добри възможности за практикуване на водни спортове и къпане. Редуват се скални участъци и пясъчни плажове с разнообразни термоенергетични и биоклиматични условия. Значителни по дебит са минералните извори и притежават много добри лечебни качества. Богати са горските масиви и горските паркове в крайградските територии по крайбрежието и във вътрешността.

Антропогенните условия и ресурси за развитието на рекреацията и туризма включват съвременната култура и културното наследство, недвижими културни ценности (археологически обекти, архитектурни паметници), обекти на културата, изкуството и други.

Потенциалът на областта в сферата на природните и антропогенните туристически ресурси се характеризира с уникалното съчетание от природни ресурси (плажове, минерални води) и културно историческо наследство и традиции.

❖ Антропогенни ресурси

Историческите паметници с категория „национално значение“ са показани в таблицата по-долу.

Таблица 2. Историческите паметници с категория „национално значение“

Община	Населено място	Обект
Балчик	Балчик	Антична крепост (в града)
Балчик	Балчик	Античен некропол (в града)
Балчик	Балчик	Късноантична и средновековна крепост (в кв. „Хоризонт“)
Балчик	Балчик	Архитектурно-парков комплекс „Двореца“
Каварна	Каварна	Антично и средновековно укрепление (м. „Калиакра“, 14 км ЮИ)
Каварна	Каварна	Археологически резерват „Яйлата“
Добрич град	Добрич	Родната къща на нар. артистка Адриана Будевска



Община	Населено място	Обект
Добрич град	Добрич	Къща, в която е живял Йордан Йовков
Шабла	Дуранкулак	Историческа местност, свързана със селския бунт през 1900 г. (1 км западно от града)

❖ Природни ресурси

• Черноморска ивица - 100 км. в обхвата на общините Балчик, Каварна и Шабла. На Добруджанското морско крайбрежие се падат 32.24% от дължината на всички плажове или 31.52% от тяхната площ.

• Природни територии - резервати - Калиакра и Балтата; защитени местности - Дуранкулашко езеро, Шабленско езеро, Долината на дроплите, Яйлата, Орлова могила, Росица, Лозница, Бежаново, БГ-Балчик; природни забележителности - Александрийска гора и Арборетум.

Таблица 3. Защитени територии

Вид	Тип	Размер
1 бр. резерват	(Р)	687.50 ха
1 бр. поддържан резерват	(ПР)	205.60 ха
9 бр. защитени местности	(ЗМ)	1,859.68 ха
2 бр. природни забележителности	(ПЗ)	74.80 ха
ОБЩА ПЛОЩ		2,827.58 ха
Буферни зони около резервати и поддържани резервати	(БЗ)	269.00 ха
ОБЩА ПЛОЩ на буферни зони около резервати и поддържани резервати		269.00 ха

Към благоприятните туристически условия и възможности на областта следва да се посочат изградените голф игрища от най-висок клас, находищата на лечебна кал и добрите транспортни връзки.

По отношение на средствата за подслон Област Добрич е сред водещите области от Североизточния район за планиране в страната.

През 2018 г. в областта са отчетени посочените в таблицата по-долу резултати от туристическата дейност.



Таблица 4. Основни характеристики

Области	Средства за подслон и Места за настаняване	Легла	Легла-денонощия	Реализирани нощувки		
				Общо	от българи	от чужденци
Общо за страната	3,458	335,597	68,222,919	26,845,013	9,0960,88	17,748,925
Добрич	174	30,532	4,968,830	2,341,454	527,257	1,814,197
Албена	36	17,514	2,598,680	1,529,536	268,379	1,261,157
Области	Пренощували лица			Приходи от нощувки лв.		
	Общо	българи	чужденци	Общо	от чужденци	
Общо за страната	7,799,680	3,889,521	3,910,159	1,455,702,154	1,085,224,585	
Добрич	481,049	160,814	320,235	133,891,279	105,889,476	
Албена	265,659	67,230	198,429	92,846,058	75,783,846	

Налице е увеличаване на наличната леглова база спрямо 2017 г., но не и ареала на предлагането по общини. По-високите резултати, предимно се дължат на дейността на к.к. Албена - символ на чистата плажна ивица, отличаваща се с копринен пясък и вписаните в пейзажа хотели.

В останалите морски общини от областта, броят на леглата и резултатите от туристическа дейност е символичен.

➤ Дял, роля и тежест на културния туризъм в туристическия сектор

Културният туризъм е една от най-бързо развиващите се форми на туризъм с нарастващо значение за националните и местни икономики. Промените в концепцията за културното наследство през последните години, които признават нуждата от устойчивото използване на наследството в допълнение на досегашната строго консервационна практика, и изместването на центъра на интерес от материалния артефакт към човешкия компонент на наследството откриват значителен потенциал за разработване на културни атракции за нуждите на туризма, за подобрене и осъвременяване на съществуващите, и не на последно място за използването на нови управленски методи и решения на съществуващите проблеми и предизвикателства.

България е страна с дългогодишни традиции в развитието на туризма, както и в създаването на културни атракции за нуждите на туризма. Богатият туристически потенциал, основаващ се на разнообразна природа и добри климатични условия, на хилядолетно културно-историческо наследство, на развита туристическа инфраструктура и географска близост до основните емитиращи пазари, е предпоставка за създаването на атрактивни туристически продукти.

Присъединяването на България към Европейския съюз оказва своето положително



влияние върху развитието на туризма. То не се ограничава с чисто технически улеснения, като граничен и митнически контрол и диверсифициран транспорт, но основно касае утвърждаване на имиджа на България като „близка“ дестинация, предлагаща усещане за стабилност, надеждност и предсказуемост⁶. Неслучайно над 61% от туристите, посещаващи България през 2018 г. са от ЕС⁷.

Делът на практикуващите културно-исторически туризъм чужденци варира по сезони, но на практика няма сезон, в който този вид туризъм да не привлича чуждестранни посещения. През есента и зимата е популярен и кулинарният туризъм.

Традиционно високо е потреблението на вътрешния културен туризъм (български граждани, посетили български културни атракции) поради факта, че местните туристи не просто са част от историята на страната и чувстват и разбират най-близко посетените обекти, но те са и основните пазители, носители (нематериално и живо наследство), притежатели, създатели и ценители на наследените културни ценности⁸.

➤ Количествени измерители на интереса към културния туризъм

Както се отбелязва в редица анализи и стратегически документи, свързани с развитието и представянето на България като туристическа дестинация, информационната осигуреност на българския туризъм е ниска, особено що се отнася до т.нар. visitor surveys (проучвания на посетителите). Последните актуални данни за поведението на българските туристи са от 2014 г. („Анализ на причините за пътуванията на българи в чужбина и в страната“), а за поведението на чуждестранните посетители - от 2009/2010 г. („Проучвания на чуждестранните посетители в България и на пътуванията на българите в страната“). Данни за конкретни пазари са набирани и по проекти „Проучване на десет генериращи пазара“, 2009-2010 г., „Разработване на стратегия за бранд „България“ и въвеждане на практика на интегриран и последователен бранд мениджмънт“, 2012-2013 г., и „Оценка на ефективността на националния туристически маркетинг за периода 2012-2014 г.“, 2015 г. По тази причина е трудно да бъдат формулирани актуални количествени измерители на интереса към културния туризъм.

За целите на настоящия анализ са използвани данните от проект „Оценка на ефективността на националния туристически маркетинг за периода 2012-2014 г.“, осъществен през 2014-2015 г., в рамките на който са проведени проучвания в България и на още осем генериращи пазара - Великобритания, Германия, Полша, Румъния, Русия, Украйна, Франция и Швеция. Данните показват, че сред интервюираните с намерение да пътуват в България 52% от българите и 34% от чужденците биха пътували в България с цел културен туризъм, 30% от българите и 25% от чужденците биха пътували в България с цел кулинарен туризъм, а 35% от българите и 12% от чужденците

⁶ Лулански, В., Културен туризъм, 2011 г.,
https://www.researchgate.net/publication/312949766_Kulturen_turizm_Cultural_tourism_in_Bulgarian_ha
ndbook

⁷ 163 МТ, Международен туризъм - България, януари - декември 2018 г.,
http://www.tourism.government.bg/sites/tourism.government.bg/files/documents/2019-01/bg_tourism_comunike_2018.docx

⁸ Лулански, В., Културен туризъм, 2011 г.,
https://www.researchgate.net/publication/312949766_Kulturen_turizm_Cultural_tourism_in_Bulgarian_ha
ndbook



биха пътували в България с цел събитийен туризъм.

Таблица 5. Количествени измерители на интереса към културния туризъм по пазари, 2015 г.

Пазари	Дял лица с намерение да пътуват в България	От тях, дял лица, които биха дошли в България за туризъм		
		Културен	Кулинарен, винен	Събитийен
България	88%	52%	30%	35%
СРЕДНА ВЪНШНИ ПАЗАРИ	62%	34%	25%	12%
Великобритания	46%	33%	20%	10%
Германия	49%	34%	10%	6%
Полша	76%	23%	30%	7%
Румъния	61%	22%	19%	17%
Русия	94%	43%	33%	15%
Украйна	80%	38%	29%	11%
Франция	42%	44%	35%	16%
Швеция	48%	32%	21%	13%

[бази: национални извадки - България: 711 души, външни пазари - общо 4880, по 610 на пазар]

Следователно може да се твърди, че както в България, така и на основните генериращи пазари е налице интерес към културния туристически продукт на България като цяло и към под-продуктите му.

➤ Търсене и предлагане на културен туризъм

❖ Търсене

Според дефиницията на Cooper et al. (1993) търсенето в туризма е „общият брой лица, които пътуват или биха искали да пътуват и да използват туристически съоръжения, инфраструктура и услуги на места извън местата на постоянната им работа или пребиваване“.

Изхождайки от тази дефиниция, търсенето на културен туризъм сред българи и чужденци може да бъде измерено в конкретни стойности. Преди това обаче е важно



да бъдат направени някои уточнения, свързани с представените данни:

- Тъй като културният туризъм, съгласно дефиницията в настоящия анализ, включва културно-исторически, фестивален/ събитиеен, кулинарен и винен туризъм, са представени дялове на практикувалите поне един от изброените подвидове туризъм, т.е. без натрупване, защото едно лице в рамките на едно пътуване може да практикува повече от един вид културен туризъм.
- Взети са предвид и стойностите, изчислени към цялото население на съответната страна, така че при нужда да могат да бъдат екстраполирани в брой.
- За допълнителните изчисления при чужденците са използвани данни за външните пазари, тъй като делът на посещаващите България, измерен спрямо обема на целия генериращ пазар е много нисък, и значителните дялове практикуващи културен туризъм в рамките на страната на практика не представят действителния размер на търсенето.

Таблица 6. Търсене на културен туризъм по пазари

Пазари	Практикували културен туризъм	Биха практикували културен туризъм
България	17%	64%
СРЕДНА ВЪНШНИ ПАЗАРИ	9%	42%
Великобритания	4%	32%
Германия	5%	31%
Полша	7%	37%
Румъния	14%	33%
Русия	24%	51%
Украйна	15%	46%
Франция	4%	47%
Швеция	4%	37%

[бази: национални извадки - България: 1200 души и 711 души, външни пазари - общо 4880, по 610 на пазар]

От таблицата ясно се виждат и пазарите с най-голям потенциал (сред изследваните) по отношение на културния туризъм - Русия, Украйна и Румъния, както и Франция, Полша.

Търсенето в туризма зависи от външни и вътрешни фактори:

- **ВЪНШНИ ФАКТОРИ:**



- ✓ Гео-политически - напрежения, войни, тероризъм, протести;
- ✓ Социално-икономически - доходи, заетост, демографска структура на населението;
- ✓ Наличие на основни услуги - подходящо настаняване, транспорт, инфраструктура;
- ✓ Сегментация на туристите;
- ✓ Туристическа политика;
- ✓ Промотиране, което повишава или създава търсене;
- ✓ Медийно представяне - с акцент върху положителните страни и препоръка или с акцент върху негативните аспекти в дестинацията.

- **ВЪТРЕШНИ ФАКТОРИ:**

- ✓ Опосредстващи пътуването - икономически и социални фактори, комбинирани с въздействието на доставчиците на туристически продукти. Свързани са с личните възможности на индивида да пътува. Основни сред тях са времето и парите;
- ✓ Мотивационни - свързани са с причините, поради които хората желаят да пътуват и се включват в туризъм.

Външните фактори, влияещи върху пазара, са разгледани в детайли по-горе в настоящия анализ. По отношение на вътрешните фактори информация за групата на чуждестранните посетители е налична в проучванията на специализираните видове туризъм в проект „Проучвания на чуждестранните посетители в България и пътуванията на българите в страната“ от 2010 г., а за българите - в „Анализ на причините за пътуванията на българи в чужбина и в страната“ от 2014 г.

Данните показват, че за привличането на повече туристи с интерес към културата на страната, е необходимо обектите и природата около тях да са достатъчно добре поддържани, а цените да не са твърде високи. Тоест, трябва да се положат усилия културно-историческите паметници да се превърнат в по-добре работещи маркетингови обекти, без това да наруши автентичността им.

Практикувалите културен туризъм изтъкват като важни за избора си на дестинация няколко причини: природните особености на страната, усещането за уникалност и специално изживяване, както и достъпността на туристическите обекти от гледна точка на инфраструктура и транспорт. В този смисъл, страната ни очевидно притежава основните предпоставки, необходими за привличането на туристи за практикуване на културен туризъм.

Българите, независимо от възрастта и населеното място, в което живеят, очертават два основни фактора, които предопределят избора на дестинация и продължителността на пътуването. Това са финансовата възможност и свободното време. Под „свободно време“ се разбира не само личното време, но и възможността за пътуване на членовете на семейството, а при по-младите - на техните приятели.

Пътуващите само в страната с по-ограничени финансови възможности и в по-малките градове избират най-близките дестинации до тяхното населено място, както и познати места, където няма изненади. Поведението им е продиктувано основно от факта, че те



нямат допълнителни финансови ресурси, с които биха могли да посрещнат една непредвидена ситуация.

За голяма част от хората дългосрочното планиране на времето също е проблем. Наблюденията на туроператорите са, че българските туристи са започнали да се организират по-добре и да записват по-рано почивките си, но тези периоди все още не са много дълги:

Възможността всичко да се случва без особена организация и в рамките на близки разстояния в България обуславят самостоятелното и спонтанно пътуване в България. Има много места, които могат да се видят и в малък периметър около населеното място и са достъпни с кола. От значение е и подобреното състояние на пътната инфраструктура в страната. Тук става въпрос не само за вече наличната магистрала, но и за второстепенната пътна мрежа.

Данните показват, че в България основните фактори за избор на дестинация са:

- Лична безопасност и сигурност;
- Съхранена природа в дестинацията;
- Възможност за почивка (релакс).

Важно е да се отбележи, че значение за избора на дестинации в България имат и желанието да бъдат посещавани нови места, както и „патриотичната“ нагласа, че първо трябва да опознаем нашата собствена страна. От гледна точка на културния туризъм последната нагласа е особено благоприятна.

Търсенето на определен вид туризъм се предопределя още от:

- **Търсенето на други туристически продукти и услуги** - както стана ясно по-горе, културният туризъм у нас се практикува в комбинация с почти всички останали видове туризъм, което означава, че не е задължително той да се предлага единствено самостоятелно, но и в комбинация с други възможности. Така увеличаването на търсенето в основния продукт (напр. морски или планински туризъм) ще доведе до увеличаване на търсенето и на културен туризъм;

- **Конкуренцията** - макар България да е на едно от челните места по наличие на туристически ресурси, основните конкуренти на страната в културния туризъм се справят по-добре, заради значително по-високите бюджети, които инвестират в развитие и промоиране;

- **Сезонността** - данните от проучванията показват, че макар да има някои колебания в дяловете по сезони, културният туризъм остава единственият вид туризъм, който се практикува във всички сезони. Това дава отлични възможности за развитие на продукта, с особен акцент в неактивните сезони;

- **Модата** - както стана ясно по-горе, България не може да бъде определена нито като разпознаваема, нито като модерна дестинация за културен туризъм. Един от основните дефицити в това отношение е липсата на привлекателен разказ за България като място за култура.

❖ *Предлагане*

Според дефиницията на Cooper et al. (1993) предлагането в туризма е „предлагане на



всички активи, услуги и стоки за ползване или покупка от страна на посетителите в рамките на техните пътувания“. Предлагането включва съвкупността от атракции в една дестинация и предопределя търсенето на туризъм в дестинацията. Предлагането включва още:

- **Осигуряване на необходимото за развитието на туристическата индустрия от страна на правителството/ дестинацията** - поддръжка, промотиране и управление на туристическите съоръжения и ресурси;
- **Туристически ресурси**, които са необходими за развитието на съответния вид туризъм;
- **Инфраструктура** - комуникации, настанителна база, транспорт;
- **Услуги по посрещането на посетителите** - туроператори и туристически агенции, туристически информационни центрове, управление на туристическите потоци.

Специфична характеристика на предлагането е, че неговите елементи често са фиксирани пространствено (напр. хотелите, ресторантите и атракциите). Това означава, че бизнесите трябва да вложат значителни капиталови разходи в различни форми на туристически услуги и центрове, за да гарантират, че дестинацията ще изглежда по начина, по който потребителите очакват, както и да участват в промотирането на индивидуалните си продукти и услуги.

Ако предлагането трябва да се характеризира количествено, то България има 18 основни генериращи пазара (с над 100 хил. посещения), които генерират 87% от всички посещения на чужденци у нас. Ключов е и вътрешният пазар с 4.1 млн. пътувания за 2018 г. По приблизителни изчисления около 63% от чуждестранните посетители пристигат със самолет. 99% от пътуванията на българите са наземни - с автомобил или автобус. Като дестинации за културен туризъм в България могат да бъдат определени почти всички населени места и местности у нас, които привличат пътувания на българи и чужденци. Най-много регистрирани възможности имат районите Дунав, Тракия и Варненско Черноморие.

Търсенето на културен туризъм за България е около 64%, а за основните генериращи пазари средно 42%.

Пътуванията на българи и чужденци в страната се обслужват от 3,458 места за настаняване с над 10 легла през 2018 г. с общо 335,597 легла. В сектор на дейност „Въздушен транспорт“ действат 44 предприятия (2015 г.), в сектор „Услуги, свързани с храни и напитки“ - 22,265 предприятия (2016 г.), а в сектор „Туристически агенции, резервационни услуги на туроператори и други свързани услуги“ - 1,914 предприятия (2016).

Туристическата политика на България е регламентирана в Закона за туризма и други нормативни актове. Основен стратегически документ, на който е подчинено развитието на всички видове туризъм е Актуализираната Национална стратегия за развитието на туризма в РБ за периода 2014-2030 г. (повече в точки „Управление на туризма“, „Нормативно-правни специфики на културния туризъм“ и „Институционална рамка“).



На територията на страната са регистрирани 200 туристически сдружения (2019 г.). Свързаните с културен туризъм сред тях са 76 (38%). В Националния туристически регистър са регистрирани 1348 екскурзоводи (2019 г.).

Най-общо веригата на предлагането на туризъм, и на културен в частност, изглежда, както е показано на фигурата по-долу.

Фигура 2. Компоненти на туристическото предлагане



Един от основните фактори, от които зависи предлагането в туризма, е времето. За доставчиците в туризма са от изключително значение бързите реакции при промяна на пазарната ситуация. Предлагането зависи още от:

- Капацитета и технологиите;
- Структурата на разходите;
- Цени на основни и заместващи стоки и услуги;
- Вижданията за бъдещите цени и структура на пазара;
- Доходите на населението;
- Предпочитанията на туристите.

Ключово изискване по отношение на предлагането е осигуряването на качество на продуктите и услугите.

Основен елемент на продукта на културния туризъм са културните атракции, чрез които се осъществява пазарната реализация на културните ценности в туризма и на основа на които се формира културният туристически продукт. В Регистъра на туристическите атракции и Регистъра на туристическите фестивали и събития са вписани общо 4,805 атракции и събития на разположение на туристите и местното население.

2.2. Изводи, критични бележки и препоръки относно културния туризъм

Съвременният човек изпитва все по-голяма нужда от качествени преживявания и нови познания, от духовно усъвършенстване и баланс, от контакт с местата и културите,



които посещава, от приключения и откъсване от ежедневието. Това предопределя и търсенето на нови видове туристически продукти (или модификации на традиционните), сред които културният туризъм, с всички негови подвидове, заема централно място.

Същевременно навлизането на новите технологии, социалните мрежи и виртуалното, наред с физическото, битие променят драстично вземането на решение за почивка, както и процесите преди, по време на и след самата почивка. Това, от своя страна, води до нови начини на предлагане и необходимост от повече креативност при оферирането на туристическите пътувания. Културните обекти (разбирани като места, храна и напитки, характерни за дестинациите) са представени с въображение и разбиране за най-съкровения човешки потребности.

Област Добрич е все още далеч от тези нови направления в развитието на туризма изобщо и в частност - на културния туризъм. Към момента, независимо че се използват съвременни комуникационни канали, няма достатъчно креативност в предлагането на културен туризъм, което пречи на региона да реализира пълния си потенциал. Според заинтересованите страни липсва „историята“ - онзи докосващ сърцето разказ, който провокира потребността на туриста да посети конкретно място (един много характерен пример за такъв тип разказ е реклама на Индия от 2013 г., в която индийската култура е преплетена елегантно с основните характеристики на туристическия продукт).

Въпреки множеството опити за стратегическо планиране в културния туризъм, към момента липсва действаща стратегия за развитието му. Такъв документ е предвиден в Плана за действие към Актуализираната НСУРПБ 2014-2030 г., където културният туризъм да е посочен като приоритетен продукт, наред със здравния туризъм (доминиращи продукти са морският и планинският туризъм).

Налице са и други проблеми в областта на културния туризъм, свързани с управлението на културните обекти, взаимодействието между институциите, сътрудничеството между самите обекти, информационната осигуреност. Все още не са развити туристическите райони и техният културен потенциал.

Област Добрич обаче разполага с огромно културно-историческо наследство, има дългогодишна традиция в провеждането на успешни културни, музикални, арт и други фестивали и събития, в последните години активно се развива и творчеството като част от личното усъвършенстване и баланс. Районът е разпознаваем и с красивите си църкви, както и с характерната си, вкусна местна кухня и разнообразието си от вина. Всичко това представлява значителен потенциал за развитие на културен туризъм във всичките му форми, особено когато се използва в комбинация.

Водещ под-продукт следва да бъде културно-историческият туризъм, заради уникалните културно-исторически обекти на територията на региона, предлаган съвместно с фестивалния, събитиен и творчески туризъм, заради неговата естествена свързаност с културата и историята на дестинацията. Необходимо е да се постави акцент и върху кулинарния туризъм, който набира все по-голяма популярност. Под-продукти с потенциал са религиозният и виненият туризъм, тъй като те представляват интерес за специфични аудитории.

Основен приоритет в развитието на културния туризъм в следващите години следва да бъде устойчивостта.



Устойчивият културен туризъм представлява интегрирано управление на културното наследство и туристическите дейности, съвместно с местната общност, създавайки социални, екологични и икономически ползи за всички заинтересовани страни, за опазване на материалното и нематериалното културното наследство и устойчиво развитие на туризма⁹.

За развитието на устойчив културен туризъм могат да се формулират следните препоръки:

- Инвестиции в дигитални технологии, управление на посетители, съоръжения, включително интерпретация и инфраструктура;
- Насърчаване на включването на местните общности в управлението на културното наследство;
- Повишаване на капацитета в образованието и обучението в областта на устойчивия културен туризъм;
- Насърчаване на отговорен туризъм и съдействие на операторите на културното наследство и бизнеса в културния туризъм в съответствие с Целите за устойчиво развитие на ООН на европейско, национално, регионално и местно ниво;
- Използване на интегрирани модели за управление на културното наследство, които включват непрекъсната оценка на използването, достъпа и регионалните характеристики на посетителските потоци;
- Гаранция, че културното наследство е на първо място в плановете и политиките, включително туризма, икономиката, използването на земите, околната среда, социални и други важни области;
- Насърчаване на създаването на мрежи, платформи за цифрово партньорство, публични и частни партньорства за решаване на проблемите с капацитета и достъпа в горещите точки;
- Подкрепа и насърчаване на обекти и практики за културно наследство за разработване на извънсезонни дейности;
- Изграждане на капацитет и подобряване на координиращите действия на различни нива на управление и политики, включително туризъм, околна среда и иновации, за да се подпомогне преминаването към по-устойчиви практики за инвестиции и финансиране в туризма;
- Насърчаване на интегриран подход и засилване на сътрудничеството между Държавната власт, местната власт, неправителствения сектор и бизнеса на регионално ниво за разработка на общи стратегически планове;
- Подкрепа за участие в мрежи, партньорски схеми, програми за сътрудничество и инициативи на различни нива на управление (регионално и местно);
- Разширяване на използването на подходите и инструментите отдолу нагоре (когато е приложимо) при разработването на политиката, стратегическото планиране

⁹ Европейска комисия, Европейска година на културното наследство, препоръки за устойчив културен туризъм, https://europa.eu/cultural-heritage/toolkits/sustainable-cultural-tourism-recommendations_en



и управление и включване на всички заинтересовани страни;

- Активна подкрепа на схемите за сътрудничество, които улесняват обмена на добри практики и знания при спазване на принципа на субсидиарност;
- Насърчаване на междусекторния подход във всички туристически сектори, така че да се вземе предвид устойчивостта;
- Активни кампании за повишаване на осведомеността чрез използване на всички форми на традиционен и дигитален маркетинг за насърчаване на отговорен туризъм с акцент върху околната среда и етичен подход към туризма;
- Насърчаване на осведомеността за устойчивост в образователните политики на всички нива на образование;
- Подкрепа на академични и иновативни изследвания на устойчивия културен туризъм за разработване на показатели (капацитет на достъп, достъп, енергийна ефективност, отговорно боравене с отпадъци и други), инструменти за оценка и подходи при регистриране на количествени и качествени данни;
- Осигуряване на адекватно и непрекъснато финансиране за опазване и представяне на културното наследство (материално и нематериално);
- Реинвестиране на приходи, генерирани от туристически такси и такси, в местни обекти и практики за културно наследство, които да бъдат използвани за защита, развитие и поддържане;
- Подкрепа на алтернативни форми на туризъм с акцент върху ниското въздействие и отговорен туризъм, особено, но не изключително, в райони с ниска натовареност или обременени от прекомерна употреба;
- Насърчаване на усещането за „собственост“ на културното наследство в общността чрез повишаване на осведомеността, посещения на местата и изграждане на капацитет;
- Стимулиране на местното участие в мрежи, партньорски схеми, синергии, сътрудничества, програми и инициативи;
- Насърчаване на възстановяването на старите обичаи, традиции и практики като средство както за опазване на нематериалното наследство, така и за създаване на допълнителна културни оферти с преживявания;
- Приемане на подходящи планове за управление на обекти за осигуряване на баланс между опазването и съхраняването на ресурсите на културното наследство и достъпа на посетителите и съоръженията;
- Използване на междудисциплинарни научни инструменти за провеждане на проучвания върху въздействието на посетителите и разработване на стратегически показатели за приоритизиране на устойчивия капацитет на натоварване на обектите - съответно корекции в потока на посетителите в полза на целостта на културните и природните ценности;
- Изследване на креативни начини за активно включване на местните общности в проекти с акцент върху по-младите поколения;



- Интегриране на материалното и нематериалното наследство в дизайна на нови оферти/преживявания/туристически продукти в културния туризъм и осигуряване на подходяща адаптивна повторна употреба на културни сгради;
- Разработване на програми за обучение на персонала за повишаване на осведомеността за устойчивостта, проблемите на околната среда, отговорен туризъм и т.н.;
- Разработване на стратегии за набиране на средства за защита и представяне на културното наследство, включващи публично-частни партньорства, финансиране на множеството, филантропия и други.

Препоръки за туристически асоциации, оператори и предприемачи:

- Инвестиция в дългосрочни планове за икономическо и предприемаческо развитие, които включват устойчивост и социална отговорност като част от бизнес стратегията;
- Консултиране с местните общности за разработване и съгласуване на висококачествени туристически оферти/ преживявания/ продукти, базирани на автентично културно наследство;
- Предоставяне на насоки и обучение за отговорен туризъм както за практикуващите туризма (туроператори), така и за потребителите (индивидуални пътуващи);
- Подпомагане на стартиращи клъстери за предприемачество в културния туризъм;
- Възползване от съществуващи приложения (например Околна среда на ООН) или разработка на нови онлайн инструменти и цифрови приложения за измерване на въздействието на посетителите;
- С подкрепата на местните общности, популяризация на нови дестинации и улесняване на интегрирания маркетинг;
- Разработка на ценова структура, която насърчава по-дългия престой и посещенията в ниския сезон;
- Публикуване на данни за туризма, за да се даде възможност за оценка, наблюдение и картографиране на променливата динамика в областта от местните и националните власти;
- Подкрепа на местния бизнес и предпочитания към местните продукти за насърчаване на уникални предложения;
- Гарантиране на положителна работна среда чрез създаване на постоянна заетост или дългосрочна заетост през слабия сезон.

Предвид състоянието на българския културен туризъм, следването на подобни препоръки е крайно амбициозна, и към момента непосилна, задача. Необходимо е обаче да се възприеме тази линия на поведение в краткосрочното и средносрочното планиране с цел осигуряване на положителни резултати и съответствие с най-добрите световни практики в дългосрочен план.



III. ИЗГОТВЯНЕ НА ПРЕДЛОЖЕНИЕ/ ВАРИАНТИ ЗА 4 (ЧЕТИРИ) МАРШРУТА И ИЗБОР НА ОКОНТАЧЕТЕЛ ВАРИАНТ НА 4 (ЧЕТИРИ) МАРШРУТА

3.1. Определяне на главна ос/ гръбнак на културните маршрути

Главна ос/ гръбнак на културния маршрут е оста, която съединява отделните населени места според водещия признак на всеки маршрут.

За да се определи главната ос на културните маршрути са проведени първични и вторични проучвания. Първичните проучвания се състояха в провеждане на 1) Дискусия със заинтересованите страни, 2) Полуструктурирано интервю и 3) Анкетно проучване сред заинтересованите страни - местна администрация, местни инвеститори и собственици, различни местни хора (включително стари хора), персонал на туристически агенции, членове на групи за дейности на открито в близките градове, експерти по история, етнография и т.н. Вторичните проучвания включваха проучване на готови документи и нормативна база в интернет и на хартиен носител.

Крайната цел на комплексната оценка на културния и туристическия потенциал на обектите от регион Констанца-Добрич е подбор на най-значимите от тях за включването им в 4 (четири) съвместни културно-туристически маршрута. Оценката на техния потенциал се осъществява чрез разработена методика и избрани критерии, изисквания и показатели. Мненията на участниците в дискусията, анкетните проучвания (заинтересованите страни) и интервютата са отчетени и обобщени.

Анализът показва, че Област Добрич има потенциал за развитие на културен туризъм във всички основни направления: културно - исторически туризъм, фестивален, събитийен и творчески туризъм, религиозен и поклоннически туризъм, кулинарен и винен.

Четири културно туристически маршрута трябва да представляват верига от тематично свързани интегрирани фокусни точки за спиране, които насърчават развитието на регионалната идентичност и колективната памет.

Изборът на елементи може да бъде разширен и към неразработени туристически дестинации, непопулярни места с все още нецялостно проучени структури, благодарение на възможността за използване на съвременните техники и технологии в областта на опазването на културното наследство - при идентифицирането, изследването, документирането и представянето му.

Извеждането на критерии за анализ и оценка се съобразява и с очакваните тенденции и динамика в поведението на туристите, а именно:

- Нарастващо търсене от страна на туристите към качеството, автентичността, привлекателността и разнообразието на туристическите услуги;
- Нарастващи изисквания на туристите към качеството на техническата инфраструктура и предлагането на специфични услуги;
- Насочване на предпочитанията на туристите към културния туризъм;
- Нарастване дела на младежите, особено на студентите сред туристите;



- Увеличаване броя на възрастните туристи;
- Увеличаване на ролята на информационно-комуникационните системи в туристическия бизнес във връзка с търсенето, планирането и провеждането на туристическите пътувания.

Дефинирането на главната ос има за цел да гарантира, че маршрутът ще покрие територията на целия регион, като отрази местните специфики и позволи да се излявят силните страни на всяка община, като по този начин се привлече максимален туристически интерес.

3.2. Определяне на основни елементи на културните маршрути

Основни елементи на всеки културен маршрут са най-популярните, разпознаваеми и посещавани от туристи обекти. Те имат потенциал за насърчаване на развитието на останалите обекти, включени в маршрута, тъй като се предвижда да бъдат маркетирани комплексно.

При избора на основните елементи на културните маршрути е оценена тяхната културна и туристическа стойност, от гледна точка на специфичните характеристики, значимост, потенциали и изискванията, на които трябва да отговаря, за да бъде определен като туристически приложим (достъпност, комплексност, привлекателност и други).

Отчитайки същността на маршрута, на първо място са изведени показателите за културната стойност на обекта. В тази характеристика се отчита значението и значимостта на културните обекти, които да обогатят познанията за специфичната култура на населението в трансграничния регион.

Обектът трябва да има потенциал да:

- Даде информация, която ще допринесе за разбирането на местния бит на населението;
- Допринесе за нови познания за културните традиции в региона;
- Даде знания, които ще помогнат за сравнителен анализ на подобни места.

Обектът има висока стойност, когато е с потенциал да даде информация, която ще допринесе за разбирането на местния бит на населението от региона, ако може да се докаже, че нещо на място или в комбинация от мястото и свързаните с него документални материали/ артефакти и предмети може с допълнително проучване да разкрие информация, която ще допринесе за разбирането за миналото на разглеждания регион.

Значимостта на този индикатор може да бъде нюансирана, когато се определи дали потенциалът на обекта за разкриване на информация, която допринася за разбирането на местния бит на населението от региона, е от местно, национално или наднационално значение. Почти всички културни ценности имат потенциал да дадат информация по някакъв начин, но степента, до която дадено място може да допринесе за разбирането на местния бит на населението от региона трябва да бъде обусловена от презумпцията, че всяко място има научен потенциал. Високата научна значимост на даден обект и потенциалът му за разкриване на информация могат да бъдат



идентифицирани чрез прилагането на един или повече показатели, включително време на създаване, уникалност (рядкост), екстензивност, непокътнатост или някакво друго качество на мястото.

Основните елементи на културните маршрути могат да се обособят според вида културен туризъм, към който са насочени. Тези видове туризъм се дефинират както следва:

- Културно-исторически туризъм;
- Фестивален, събитийен и творчески туризъм;
- Религиозен и поклоннически туризъм;
- Кулинарен и винен.

Изхождайки от това разделение основните елементи на културните маршрути включват следните обекти с най-голямо значение (описани по общини):

Маршрут, свързан с религията:

1. Исторически музей - гр. Добрич, Община Добрич;
2. Храмът на Богинята майка - Кибела - гр. Балчик, Община Балчик;
3. Архитектурно-парков комплекс „Двореца“ (Параклис „Св. Успение Богородично“) - гр. Балчик, Община Балчик;
4. Текето „Ак Язълъ Баба - Св. Атанас“ - с. Оброчище, Община Балчик;
5. Скален манастир „Гяур евлери“ и Скална обител „Тарапаната“ - с. Балик, Община Тервел;
6. Манастир „Св. Пророк Илия“ и Двубредно светилище „Мустафа Канаат - Св. Илия“ в м. „Текето“ - с. Александрия, Община Крушари.

Маршрут, свързан с история, култура и етноси:

1. Архитектурно-парков комплекс „Двореца“ - гр. Балчик, Община Балчик;
2. Дом паметник „Йордан Йовков“ - гр. Добрич, Община Добрич;
3. Къща музей „Йордан Йовков“ - гр. Добрич, Община Добрич;
4. Музейна сбирка „Йордан Йовков“ - с. Красен, Община Генерал Тошево;
5. Музей на Дора Габе - с. Дъбовик, Община Генерал Тошево;
6. Архитектурен и природен резерват „Калиакра“ - гр. Каварна, Община Каварна;
7. Аудио-визуален комплекс „Онгъл“ - с. Българево, Община Каварна;
8. Къща музей „Адриана Будевска“ - гр. Добрич, Община Добрич;
9. Архитектурно-етнографски музей на открито „Старият Добрич“ - гр. Добрич, Община Добрич.

Маршрут, свързан с обичаи, бит, музика и кулинария:

1. Празник на гърнетата - с. Крушари, Община Крушари;



2. Национален фестивал на лавандулата - гр. Генерал Тошево, Община Генерал Тошево;
3. Европейски младежки поп-рок конкурс „Сарандев“ - гр. Добрич, Община Добрич;
4. Фолклорен събор „Песни и танци от слънчева Добруджа“ - с. Дебрене, Община Добричка;
5. Международен фестивал „Balchik classic days“ - гр. Балчик, Община Балчик;
6. Миден и рибен фест - гр. Каварна, Община Каварна;
7. Празник на пъпеша - с. Българево, Община Каварна;
8. Джулай морнинг - с. Камен бряг, Община Каварна;
9. Джаз на село - с. Камен Бряг, Община Каварна;
10. Фестивал на хвърчилата - гр. Шабла, Община Шабла.

Маршрут, комбиниращ рекреативен, приключенски и културен туризъм:

1. Скални манастири в района на Суха река - с. Оногур, Община Тервел (пешеходен туризъм);
2. Балчик и местността Тузлата - гр. Балчик, Община Балчик (балнеолечение и калолечение, пешеходни екскурзии за наблюдение на птици);
3. Морски дълбини край Калиакра, Община Каварна (дайвинг, плуване);
4. Национален археологически резерват и защитена местност „Яйлата“ - Община Каварна (посещение на пещери);
5. с. Тюленово, Община Шабла (морски риболов, скално катерене, подводно гмуркане и водолазно обучение, пешеходни екскурзии за наблюдение на птици);
6. Шабла и Шабленска тузла - Община Шабла (риболов, балнео и спа дестинация, таласолечение, калолечение и балнео лечение, плуване, гмуркане).

3.3. Определяне на второстепенни елементи на културните маршрути

Като второстепенни са дефинирани обектите, към които има по-слабо изразен посетителски интерес, не са разпознаваеми като туристически обекти сред националния и международния туристически пазар и биха могли да бъдат развити чрез поемане на потенциала от основните елементи на културните маршрути.

Второстепенните елементи на културните маршрути допълват основни елементи на културните маршрути, като позволяват на туристите да използват по-пълноценно времето си за посещение в дадено населено място. Те имат осезаема полза от близостта си до основните елементи. В някои случаи те имат потенциал да бъдат доразвити като основни, но за това е необходимо изграждане на довеждаща инфраструктура, приважане на обекта в привлекителен за туристите вид и засилена рекламна дейност.

Маршрут, свързан с религията:

1. Религиозни храмове (Храм „Св. Георги“, Църква „Св. Успение Богородично“,



Църква „Св. Троица“, Арменска църква „Св. Ованес“, Джамя „Хаджи Осман“) - гр. Добрич, Община Добрич;

2. Църква „Св. Йоан Кръстител“ (Католическа църква) - с. Добрево, Община Добричка;

3. Храм „Св. Преподобна Параскева - Петка Търновска“ и Храм „Св. Чудотворец Николай“ - гр. Балчик, Община Балчик;

4. Църквите: „Св. Вмчк Георги“ и „Св. Успение Богородично“ и Скалната църква „Св.св. Константин и Елена“ в Архитектурен резерват „Яйла“ - гр. Каварна, Община Каварна;

5. Манастир „Св. Екатерина“ и Храм „Св. Архангел Михаил“ - с. Българево, Община Каварна;

6. Крепост „Залдапа“ - южно от с. Абрит и с. Добрин, Община Крушари;

7. Църква „Св. Димитър Солунски“ - гр. Генерал Тошево, Община Генерал Тошево;

8. Храм „Св. Харалампий“ - гр. Шабла, Община Шабла.

Маршрут, свързан с история, култура и етноси:

1. Етнографска къща - гр. Добрич, Община Добрич;

2. Исторически музей и Старият дъб - гр. Тервел, Община Тервел;

3. Манастир „Св. Пророк Илия“ и Двубредно светилище „Мустафа Канаат - св. Илия“ в м. „Текето“ - с. Александрия, Крепост „Залдапа“ - с. Абрит и с. Добрин, Община Крушари;

4. Исторически музей - гр. Генерал Тошево, Община Генерал Тошево;

5. Исторически музей, Етнографска къща, Мелницата - гр. Балчик, Община Балчик;

6. Етнографска къща, Исторически музей, Турска баня „Хамам“ - гр. Каварна, Община Каварна.

Маршрут, свързан с обичаи, бит, музика и кулинария:

1. Празник на плодородието „Кардамска есен“ - с. Кардам, Община Генерал Тошево;

2. Фестивал на сармата и кюфтето - гр. Генерал Тошево, Община Генерал Тошево;

3. Празник на хляба, житото и Добруджа - с. Спасово, Община Генерал Тошево;

4. Фестивал на цацата - с. Кранево, Община Балчик;

5. Международен младежки фестивал-конкурс „Фолклор без граници“ - гр. Добрич, Община Добрич;

6. Кралската изба (ROYAL wine cellar) на двореца край Балчик - гр. Балчик, Община Балчик;

7. „Медената къща“ - с. Прилеп, Община Добричка;

8. Мидена ферма „Дълбока“ - с. Българево, Община Каварна;



9. Фермата за охлюви - с. Българево, Община Каварна;
10. Международен хоров фестивал „Черноморски звуци“ - гр. Добрич, Община Добрич;
11. Международен общобългарски младежки фолклорен събор „С България в сърцето“ - гр. Каварна, Община Каварна;
12. Музей на историята на водката - гр. Каварна, Община Каварна;
13. Старата мелница - гр. Балчик, Община Балчик;
14. Старите чешми - гр. Каварна, Община Каварна;
15. Национален фестивал на любителските театри с международно участие - гр. Каварна, Община Каварна;
16. Национален фестивал за старинна музика „Страваганца“ - гр. Каварна, Община Каварна;
17. Празници на морето - гр. Каварна, Община Каварна;
18. Есенен уъркшоп за гагаузка кухня и свещолеене - с. Българево, Община Каварна;
19. Тюленово арт-фест - с. Тюленово, Община Шабла;
20. Празник на плодородието и рибен фестивал - гр. Шабла, Община Шабла.

Маршрут, комбиниращ рекреативен, приключенски и културен туризъм:

1. Защитена местност „Орлова могила“ (пешеходен туризъм) - с. Орлова могила, Община Добричка;
2. Лечебен камък (пешеходен туризъм) - с. Фелдфебел Денково, Община Добричка;
3. Живописните ждрела на Суха река (пешеходен туризъм) - с. Хитово, с. Воднянци, с. Карапелит, с. Малка Смолница, с. Долина, с. Одринци, с. Ново Ботево, с. Крагулево, с. Житница с. Лясково с. Камен, Община Добричка;
4. Карстова пещера в местността „Крали Маркова стъпка“ (пешеходен туризъм) - с. Карапелит, Община Добричка;
5. Традиционни народни и мазни борби - с. Бенковски, Община Добричка;
6. Парк „Свети Георги“ (място за отдых, пикник и почивка, пешеходен туризъм, скейт парк) - гр. Добрич, Община Добрич;
7. Велотурове с Велопътеки, тенис кортове - гр. Добрич, Община Добричка;
8. Защитена област „Чаиря“ (пешеходен или велотуризм/ орнитология) - с. Методиево и с. Генерал Колево, Община Добричка;
9. Останки от късноантична и средновековна крепост „Калето“ (пешеходен туризъм) - с. Одърци, Община Добричка;
10. Местността „Бузлука“ (пешеходен туризъм, пикник) - с. Одърци, Община Добричка;
11. Батовска долина (пешеходен туризъм, пикник) - с. Батово, с. Прилеп, Община



Добричка;

12. „На кон в Добруджа“ - с. Малка Смолница, гр. Добрич, к.к. „Албена“, с. Българево, с. Прилеп, с. Стражица;

13.с. Кранево (таласолечение, балнео лечение, водни спортове) - с. Кранево, Община Балчик;

14.Резерват „Балтата“ (пешеходен туризъм) - с. Кранево, Община Балчик;

15.Курортен комплекс „Албена“ (таласолечение, калолечение и балнео лечение, спа, парашутизъм, тенис, футбол, мултифункционална спортна зала, плажни спортове - плажен футбол, волейбол, плажен тенис, голф, йога, аеробика, крос фит център, фитнес на открито, плуване и гмуркане, хокей на трева, водни спортове, конна езда, фитнес и кросфит, голф, стрелба с лък, билиард, дартс, картинг, колоездене, спортен бридж, петанк, парапланеризъм, парасейлинг) - Община Балчик;

16.Каварна, нос „Чиракман“ и плаж „Икантлъка“ (рекреационен туризъм, екстремни и алтернативни спортове и туризъм - яхтен туризъм, парашутизъм, делтапланеризъм, конна езда, гмуркане с акваланг, джет, парасейлинг, каякинг тур, плаж „Икантлъка“ - условия за сърф и парапланер) - гр. Каварна, Община Каварна;

17. „Топола скайс“ - с. Топола, Община Каварна;

18.Залив на птиците (Тауклиман) (посещение на пещери) - Община Каварна;

19.Резерват „Болата“ (гмуркане, плуване) - с. Българево, Община Каварна;

20.Курортен комплекс „Русалка“ (таласолечение, калолечение и балнео лечение, плуване, гмуркане, дайвинг) - Община Каварна;

21.с. Камен бряг (спортно катерене) - Община Каварна.

3.4. Определяне на страничен ареал на културните маршрути

Страничният ареал на културните маршрути са туристическите обекти, които не са включени в него, но могат да предизвикат интерес в туристите от съответния целеви пазар и тяхната посещаемост може да бъде повлияна в резултат на териториална близост до маршрута. Като страничен ареал може да се разглежда и пресичането на маршрутите по пътя на туристите, като те биха проявили интерес към атракции и от останалите 3 маршрута. Очаква се реалното едновременно развитие на четирите маршрута да доведе до синергичен ефект и туристите да проявяват интерес към разнородни по характер туристически атракции след като са привлечени с целенасочена реклама към определен пазарен сегмент за един от четирите маршрута. Например туристите, проявили интерес към маршрут 4 „Природно опознавателно и екстремно приключение“ биха били привлечени и от атракциите в маршрут 3 „Местна храна и музика“, а при подходяща реклама и съществуваща организация на групови посещения биха посетили и обекти от маршрути 1 и 2.

3.5. Дефиниране на нематериалното наследство в културните маршрути

Нематериално културно наследство означава обичаите, формите на представяне и изразяване, знанията и уменията, - а така също и свързаните с тях инструменти, предмети артефакти и културни пространства, признати от общностите, групите, а в



някои случаи отделните лица като част от тяхното културното наследство. Това нематериално културно наследство, предавано от поколение на поколение, се пресъздава постоянно от общностите и групите в зависимост от тяхната обкръжаваща среда, тяхното взаимодействие с природата и тяхната история и формира чувството им за самобитност и приемственост, като по този начин способства за насърчаване на уважението към културното многообразие и творчество на човечеството. За нематериално културно наследство се приема само това нематериално наследство, което съответства на съществуващите международни нормативни актове по правата на човека и което отговаря на изискването за взаимно уважение на общностите, групите и отделните лица и за устойчиво развитие. Нематериално културно наследство се проявява по-специално в следните области:

- Устни традиции и форми на изразяване, в това число и езика в качеството му на носител на нематериалното културно наследство;
- Художествено-изпълнителско изкуство;
- Социални обичаи, обреди и празненства;
- Знания и обичаи, отнасящи се до природата и вселената;
- Знания и умения, свързани с традиционните занаяти.

Нематериалното културно наследство в Област Добрич се запазва и предава от поколение на поколение с помощта на етнографски сбирки, възстановки на обичаи, фестивали и празници в областта, част от които с международно значение.

Местните самодейни танцови и певчески групи пазят уникалните, вечно живи и неизчерпаеми в многообразието си фолклорни традиции и ги популяризират ежегодно. Във фестивалите вземат участие певци, свирачи, танцьори, разказвачи на народни предания, инструментални, певчески, танцови и групи за народни обичаи, които изпълняват добруджанския автентичен фолклор. Пресъздават се обичаите, които са били характерни за добруджанци.

Местните занаяти са съхранени в занаятчийските работилници на Стария Добрич. Те намират израз и в редица празници като фестивала на лавандулата, празниците на плодородието, на пъпеша, уъркшопа на свещолеенето и рибните фестове в морските общини. Множеството фолклорни фестивали също дават възможност за демонстриране на майсторството на занаятчиите и продуктите на техния труд с редица китни базари.

Част от най-атрактивните страни на местния бит и култура са местната кухня и напитки. Те се представят ежегодно на специализирани празници или съвместно с фолклорните прояви, като всяка година броят на туристите, посетили тези събития расте. Такива са Празник на гърнетата в село с. Крушари, Празник на плодородието „Кардамска есен“, Фестивал на сармата и кюфтето, гр. Генерал Тошево, фестивала на хляба „Хлябът, който ни свързва“, гр. Добрич, Осми празник на хляба, житото и Добруджа, с. Спасово, Община Генерал Тошево, Фестивал на цацата, с. Кранево, Дионисиеви празници, гр. Балчик, Миден и рибен фест, гр. Каварна, есенен уъркшоп за гагаузка кухня и свещолеене и Празник на пъпеша, село Българево, Празник на плодородието и рибен фестивал, гр. Шабла.



Религиозните ритуали и празници са дълбоко вкоренени в бита на българите. Във всяка от общините се празнуват традиционни празници като: Трифон Зарезан, Конски Великден, Лазаровден, Цветница, Великден, Тепреш, Хъдръллез, Сабантуй, Гергьовден, Рамазан Байрям, Еньовден, Курбан Байрям, Коледа, на които се организират възстановки на свързаните с тях народни обичаи. Запазени са традиционните мазни борби и кушиите (надбягвания с коне).

В областта се провеждат ежегодно ритуали и чествания по повод националния празник, официалните празници на България и годишнини, свързани с исторически събития и личности.

Съвременното нематериално наследство също следва да намери отражение в маршрутите за културен туризъм. Към него могат да се причислят съвременните форми на изкуство. Област Добрич е популярна със своя богат културен календар и редица музикални събития, които я открояват като ключова територия, обект на интерес от страна на български и чуждестранни туристи. Сред събитията, привличащи международен интерес и имащи потенциал за привличане на допълнителен туристически интерес са Международният младежки музикален конкурс „Надежди, таланти, майстори“, Европейският поп-рок конкурс „Сарандев“, Седмичата на камерната музика с международно участие и Международният хоров фестивал „Маестро Медникаров“ в гр. Добрич, Международен фестивал „Balchik classic days“, Международен хоров фестивал „черноморски звуци“ - Балчик, Национален фестивал на любителските театри с международно участие - гр. Каварна, Джаз на село в с. Камен бряг.

Черноморският бряг традиционно е притегателен център за всички любители на водните спортове. За част от туристите спортовете са начин на живот и те търсят приключенски елемент в съчетание с останалите ползи от посещението на даден обект или регион. В Община Добрич през последните години се налага практиката за организиране на събития, които съчетават екстремните спортове и културните събития, като по този начин се привличат млади посетители. Този сегмент на туристи, търсещи екстремни преживявания в съчетание с културен туризъм не е експлоатиран и има потенциал.

3.6. Позициониране на движимото културно наследство в културните маршрути

Недвижимото културно наследство обхваща културни ценности, които са трайно закрепени към земята, включително под водата, както и прилежащата им среда.

Движимото културно наследство обхваща всички останали културни ценности, включително и под вода, чиято значимост не се променя в зависимост от местонахождението им.

Според Закона за културното наследство, то включва наземни, подземни и подводни археологически обекти и резервати; исторически обекти и комплекси;

архитектурни обекти и комплекси; етнографски обекти и комплекси; образци на парковото изкуство и ландшафтната архитектура; природни ценности (образци), включително антропологични останки, открити при теренни проучвания, и останки на палеозоологията и култивирани растения; индустриално наследство; произведения на



изящни и приложни изкуства; народни занаяти; документално наследство; аудио-визуално наследство; устна традиция и език; книжовни и литературни ценности; обичаи, обреди, празненства, ритуали и вярвания; музика, песни и танци; народна медицина; кулинарни и енологички традиции; народни игри и спортове.

Културната ценност е нематериално или материално свидетелство за човешко присъствие и дейност, природна даденост или феномен, което е от значение за индивида, общността или обществото, за Българската православна църква и другите регистрирани вероизповедания и има научна или културна стойност.

Културните ценности в Област Добрич са разнообразни и разнородни. Някои от тях са с материален, а други - с нематериален характер.

Първите са позиционирани в разнообразни музейни експозиции и биха могли да бъдат включени в целогодишни туристически маршрути, експлоатиращи културно - историческото наследство и религиозните вярвания в Област Добрич.

Нематериалните ценности произтичат от съществуващите култура, бит и обичаи, включват също така местните музика, песни, танци, регионалната кухня и напитки, народните игри. Атракциите, свързани с тях са с преобладаващо събитийен характер, изразяват се често под формата на празници и фестивали, продължават кратко и туристите биха посетили целево населеното място, в което събитията се състоят заради тях на съответните дати. Поради спецификата на двата вида ценности те логично биха могли да бъдат обособени в отделни маршрути, което да улесни в последствие сегментирането и позиционирането им на туристическия пазар и привличането на туристи от целевия сегмент.

3.7. Избор на окончателен вариант за 4 (четири) маршрута

На 03.12.2019 г. екипът на Община Добричка и ТАЕ гр. Хършова поканиха екипите от българска страна „ТОНУС 21“ ЕООД и от румънска страна „FORMA CREATIV DESIGN“ S.R.L., които ще разработят двете части от Общата стратегия, на предварителна работна среща, която се проведе на 18.12.2019 г. в гр. Хършова, така че двата изпълнителя да могат да синхронизират работните си процеси.

Изпълнителят получи Възлагателното писмо да стартира дейността си на 07.01.2019 г.

На 20.01.2019 г. Изпълнителят изпрати на румънския изпълнител по ел. поща, а на 22.01.2019 г. входираща в деловодството на Община Добричка за съгласуване своя вариант на Методика за проучване на текущата ситуация на културния туризъм в района Констанца-Добрич.

На 22.01.2019 г. Изпълнителят организира работна среща в Заседателна зала на Община Добричка за консултация с представители на местни и регионални заинтересовани страни относно обектите, които да бъдат включени в обхвата на четирите маршрута. На работната среща присъстваха представители на Общинския съвет на Община Добричка, общинската администрация на Община Добричка, Регионален исторически музей - Добрич, представители на други заинтересовани страни. Представители от всяка група от присъстващите заинтересовани страни направи предложения за различни обекти, които да бъдат включени в бъдещите маршрути.



На база проведената на 22.01.2019 г. работна среща с представителите на заинтересованите страни, Изпълнителят формира теми на четирите маршрута: 1) Маршрут „Религиозен туризъм на територията в района Констанца-Добрич“, 2) Маршрут „Културно-исторически туризъм на територията в района Констанца-Добрич“, 3) Маршрут „Кулинарен туризъм на територията в района Констанца-Добрич“, 4) Маршрут „Фестивален туризъм на територията в района Констанца-Добрич“, които изпрати по ел. поща на представители на Община Добричка и румънския изпълнител „FORMA CREATIV DESIGN“ S.R.L. за съгласуване.

На 29.01.2019 г. румънския изпълнител изпрати своето предложение за маршрути: 1) Маршрут „Религиозна Добруджа“ (Religious Dobrudja), 2) Културно-етнически маршрут (CulturEthnic), 3) Маршрут „Морска храна и музика“ (Seaside Food & Music), 4) Маршрут „Екстремна дейност“ (ActionXtreme), което Изпълнителят съгласува с представителите на Община Добричка. Те се съгласиха с румънското предложение за теми на четирите маршрута като единствения им коментар беше в рамките на третия маршрут темата „Морска храна и музика“ да бъде променена на „Местна храна и музика“.

Съгласно определението за културен туризъм понятието „Екстремна дейност“ не се вписва в никое от направленията му. С оглед на факта, че проекта е трансграничен и че потенциалът за развитието на туризма във вътрешността на Област Добрич би бил разширен с представянето на природните дадености в региона, експертите на „ТОНУС 21“ ЕООД считат, че четвъртият маршрут би бил по-ефективен ако съчетае природно опознавателната и екстремната дейност. Още повече, че компонента природа е включен в ролята на Стратегията да допринесе до валоризиране на културното с природното наследство.

Експертите предлагат маршрута да се нарече „Природо опознавателно и екстремно приключение“ (Nature exploring end Xtreme Adventure).

Основните направления на туристически интерес, които могат да бъдат експлоатирани на територията на Област Добрич са свързани с богатото културно-историческо наследство на територията, съществуващите бит, традиции и обичаи на местното население, неговите религиозни вярвания и съвременният начин на живот, който обуславя създаването на маршрути, съответстващи на потребителското поведение на туристите.

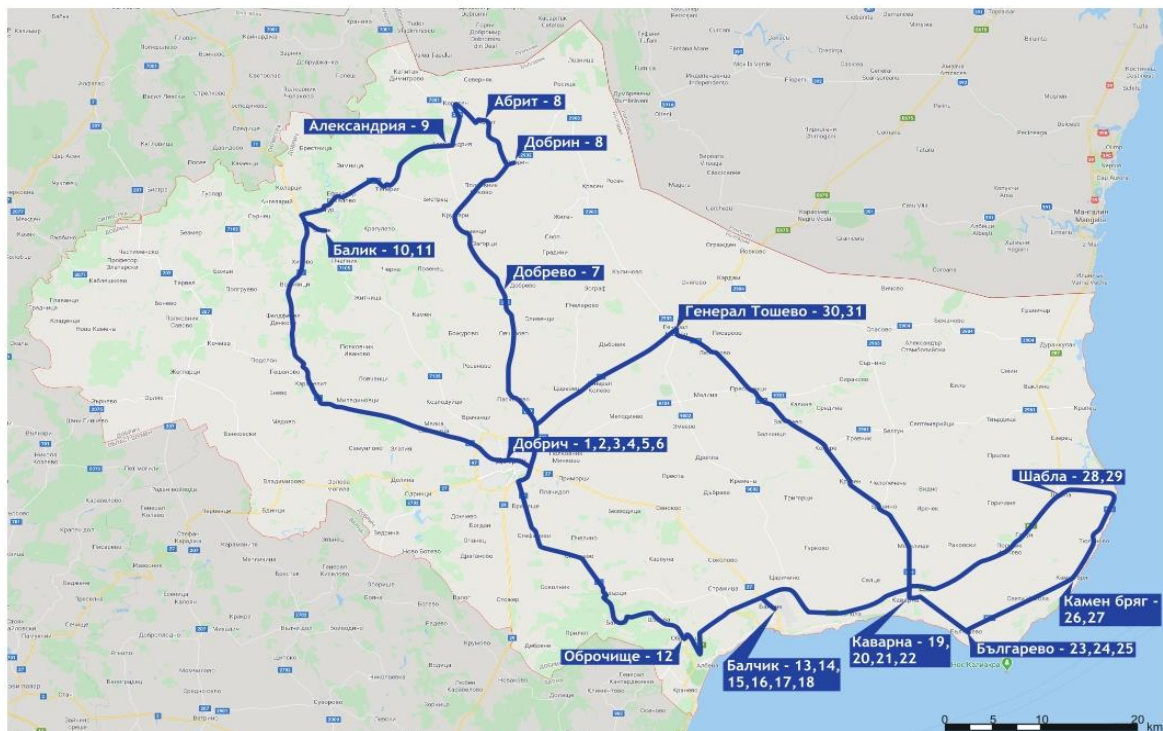
На база на направения анализ по-горе могат да бъдат дефинирани 4 основни туристически маршрута, които отразяват наличието на силни страни и предимства на туристическите обекти в областта в съчетание с интересите и предпочитанията на туристите. Предлагат се следните 4 тематични маршрута:

1. Маршрут „Религиозна Добруджа“ (Religious Dobrudja) - маршрут от историко-религиозен характер, със специфични цели, включително религиозни селища от всички култури, срещани в двата региона.

Религията има силно влияние и в наши дни върху ежедневието и празниците на хората. Голяма част от най-големите празници през годината са свързани с вярата, произтичат от нея и връщат хората към изконните ценности и добродетели, залегнали в основата на всяка една религия. И в миналото и днес битът и религията се преплитат по многообразни начини, поради което религията не може да бъде разбрана, без да се



оцени начина на живот на местното население, а вярванията и религиозните обредите са повлияни от неговото ежедневие. Причините за предлагането на маршрут „Религиозна Добруджа“ са: (1) високият относителен дял на туристите, които посещават други региони и държави с цел запознаване с историята на религията и свързаните с нея реликви, сгради, обичаи и събития; (2) богатото религиозно наследство на региона, включващо религиозни обекти датирани от столетия преди новата ера, редица светилища и храмове, функциониращи днес и демонстриращи единството на хора с различни религии, които успяват да честват заедно своите празници и да живеят в мир и разбирателство помежду си.



ОПИСАНИЕ НА ОБЕКТИТЕ

гр. Добрич

1. Исторически музей
2. Храм „Св. Георги“
3. Църква „Св. Успение Богородично“
4. Църква „Св. Троица“
5. Арменска църква „Св. Ованес“
6. Джамя „Хаджи Осман“

с. Добрево (община Добричка)

7. Църква „Св. Йоан Кръстител“

с. Абрит и с.Добрин (община Крушари)

8. Крепост „Залдапа“

с. Александрия (община Крушари)

9. Манастир „Св. Пророк Илия“ и Двубредно светилище „Мустафа Канаат - Св. Илия“ в м. „Текето“

с. Балик (община Тервел)

10. Скален манастир „Гяур евлери“
11. Скална обител „Тарапаната“

с. Оброчище(община Балчик)

12. Текето „Ак Язълъ Баба - Св. Атанас“

гр. Балчик

13. Храм „Св. Преподобна Параскева - Петка Търновска“
14. Храм „Св. Николай Чудотворец“

15. Храмът на Богинята майка - Кибела
16. Етнографска къща
17. Архитектурно-парков комплекс „Двореца“
18. Исторически музей

гр. Каварна

19. Църква „Св. Георги“
20. Църква „Св. Успение Богородично“
21. Турска баня „Хамам“
22. Природен и археологически резерват „Калиакра“

с. Българево (община Каварна)

23. Манастир „Св. Екатерина“
24. Храм „Св. Архангел Михаил“
25. Аудио-визуален център „Онгъл“
- с. Камен бряг (община Каварна)
26. Скалната църква „Св.св.Константин и Елена“ в археологически резерват „Яйлата“
27. Археологически резерват „Яйлата“

гр. Шабла

28. Храм „Св. Хараламбий“
29. Фар на нос Шабла

гр. Генерал Тошево

30. Църква „Св. Димитър Солунски“
31. Исторически музей



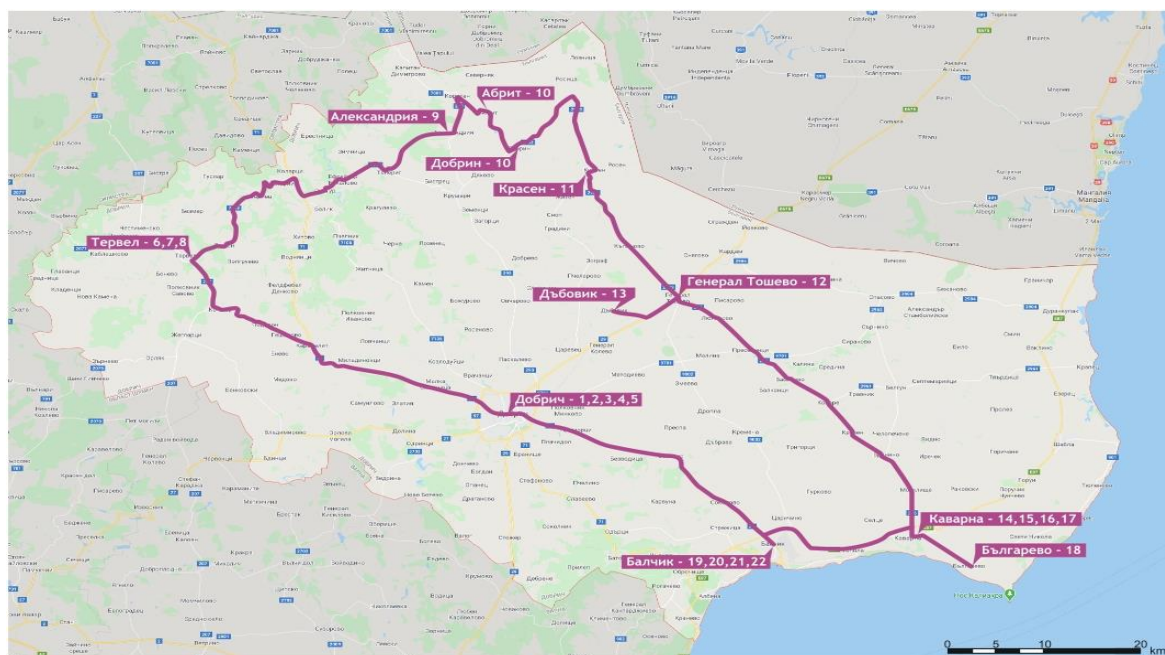
Маршрутът предлага възможности за поклонници, за хора, възприемащи забележителностите през философията и ценностите на определената религия и за туристи с интерес към религиите и историческото им развитие по места. Той е изключително устойчив от гледна точка на сезонност, тъй като голяма част от обектите могат да бъдат посетени цялгодишно. Поради това може да се заключи, че има потенциал за създаване на перманентен туристопоток и би бил предпоставка за балансирано развитие на територията на Област Добрич.

2. Културно-етнически маршрут (CulturEthnic) - маршрут от културен характер, с сегментиране на области с етнически влияния: гръцки, римски, турски, татарски, славянски, влашки, в които очертаваме времева линия в географския район на маршрута.

Област Добрич има богато културно наследство - обекти от различни исторически епохи, етнографско изкуство, народни занаяти, музеи с национално значение. Културно-етническият маршрут акцентира върху аспекти на културата, историята, бита и многовековното съжителството на многообразието от етноси в региона. Той има за цел да съхрани и представи това богатство.

Допълнителна мотивация за избор на тематиката е дефинирането на национални туристически културно-исторически дестинации от Министерство на икономиката и по-конкретно дестинация „Морските крепости на България“ в които са включени част от предложените обекти от маршрута. Дейностите на министерството в посока на популяризиране на националните дестинации и привличане на туристи в съчетанието с усилията на местните власти ще доведе до синергиен ефект и привличане на повече туристи.

Спецификата на маршрута се състои в липсата на сезонност и възможността да цялгодишно експлоатиране, което позволява развитие на туризма в неактивен сезон и е предпоставка за по-балансирано развитие на територията на областта.





ОПИСАНИЕ НА ОБЕКТИТЕ

гр. Добрич

1. Архитектурно-етнографски музей на открито „Старият Добрич“
2. Етнографска къща
3. Дом паметник „Йордан Йовков“
4. Къща музей „Йордан Йовков“
5. Къща музей „Адриана Будевска“

гр. Тервел

6. Исторически музей
7. Храм „Св. Вмък Георги Победоносец“
8. Старият дъб

с. Александрия (община Крушари)

9. Манастир „Св. Пророк Илия“

с. Абрит и с. Добрин (община Крушари)

10. Крепост „Залдапа“

с. Красен (община Генерал Тошево)

11. Музейна сбирка „Йордан Йовков“

гр. Генерал Тошево

12. Исторически музей

с. Дъбовик (община Генерал Тошево)

13. Музей на Дора Габе

гр. Каварна

14. Етнографска къща
15. Исторически музей
16. Турска баня „Хамам“
17. Природен и археологически резерват „Калиакра“

с. Българево (община Каварна)

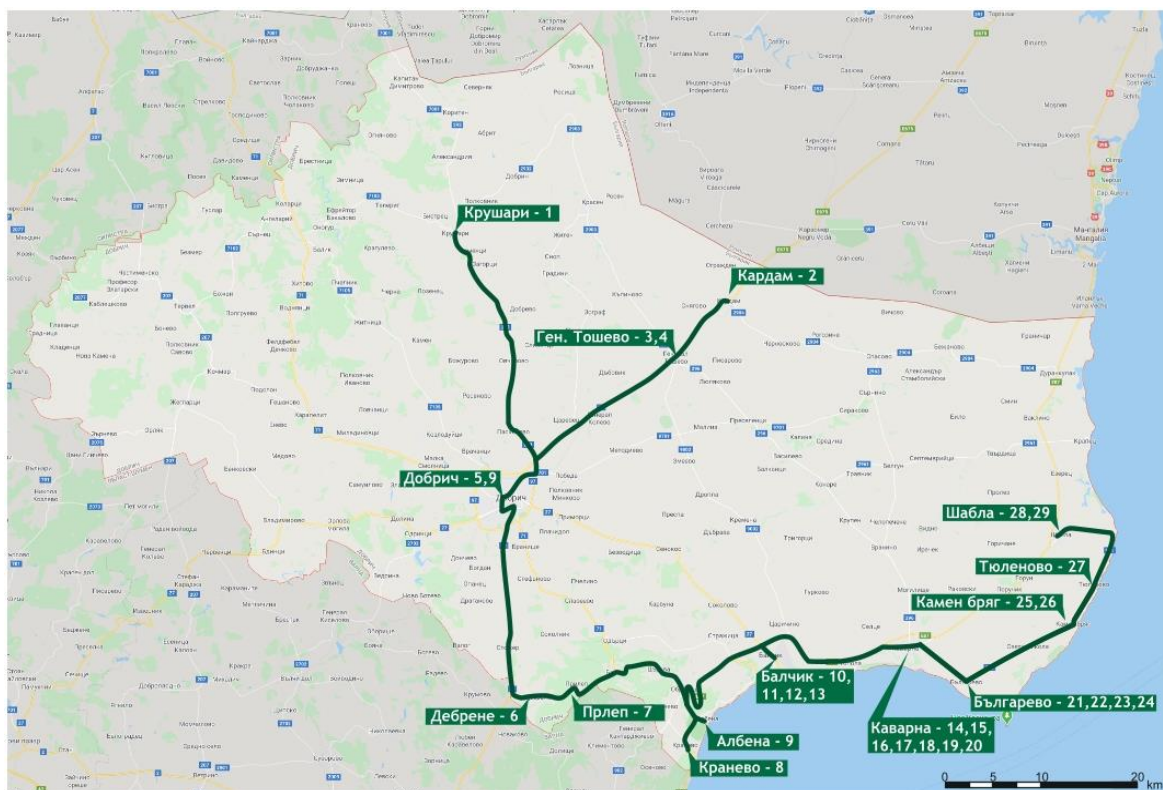
18. Аудио-визуален център „Онгъл“

гр. Балчик

19. Исторически музей
20. Етнографска къща
21. Старата мелница
22. Архитектурно-парков комплекс „Двореца“

В него са включени атракции, които да направят по-пълно туристическото преживяване по места и да подобрят имиджа на територията. Целта е не само да се привлече, но и да се задържи вниманието им, с достатъчно много впечатления, и те да се завърнат отново. Разглеждат се и обекти, попадащи както в групата от второстепенни обекти, така и в групата на т.нар. страничен ареал от обекти.

3. Маршрут „Местна храна и музика“ (Local Food & Music) - маршрут, основаващ се на организиране на художествени събития и презентации и дегустации на храни и напитки, специфични за района и принадлежност към събития, организирани от трети страни, които включват художествени събития и улични фестивали за храна.





ОПИСАНИЕ НА ОБЕКТИТЕ

с. Крушари (община Крушари)

1. Празник на гърнетата

с. Кардам (община Генерал Тошево)

2. Празник на плодородието „Кардамска есен“

гр. Генерал Тошево

3. Национален фестивал на лавандулата
4. Фестивал на сармата и кюфтето

гр. Добрич

5. Европейски младежки поп-рок конкурс „Сарандев“

с. Дебрене (община Добричка)

6. Фолклорен събор „Песни и танци от слънчева Добруджа“

с. Прилеп (община Добричка)

7. Медена къща „Михови“

с. Кранево (община Балчик)

8. Фестивал на цацата

гр. Добрич и кк „Албена“

9. Международен младежки фестивал-конкурс „Фолклор без граници“

гр. Балчик

10. Кралската изба / Royal Wine Cellar / на Двореца край Балчик
11. Международен фестивал „Balchik classic days“

12. Старата мелница

13. Международен хоров фестивал „Черноморски звуци“

гр. Каварна

14. Международен общобългарски младежки фолклорен събор „С България в сърцето“
15. Музей на историята на водката
16. Старите чешми
17. Национален фестивал на любителските театри с международно участие
18. Национален фестивал за старинна музика
19. Миден и рибен фест
20. Празници на морето

с. Българево (община Каварна)

21. Мидена ферма „Дълбока“
22. Есенен уъркшоп за гагаузка кухня и свещолеене
23. Празник на пъпеша
24. Ферма за охлюви „Еко Телус“

с. Камен бряг (община Каварна)

25. Джулай морнинг
26. „Джаз на село“ в Камен бряг

с. Тюленово (община Шабла)

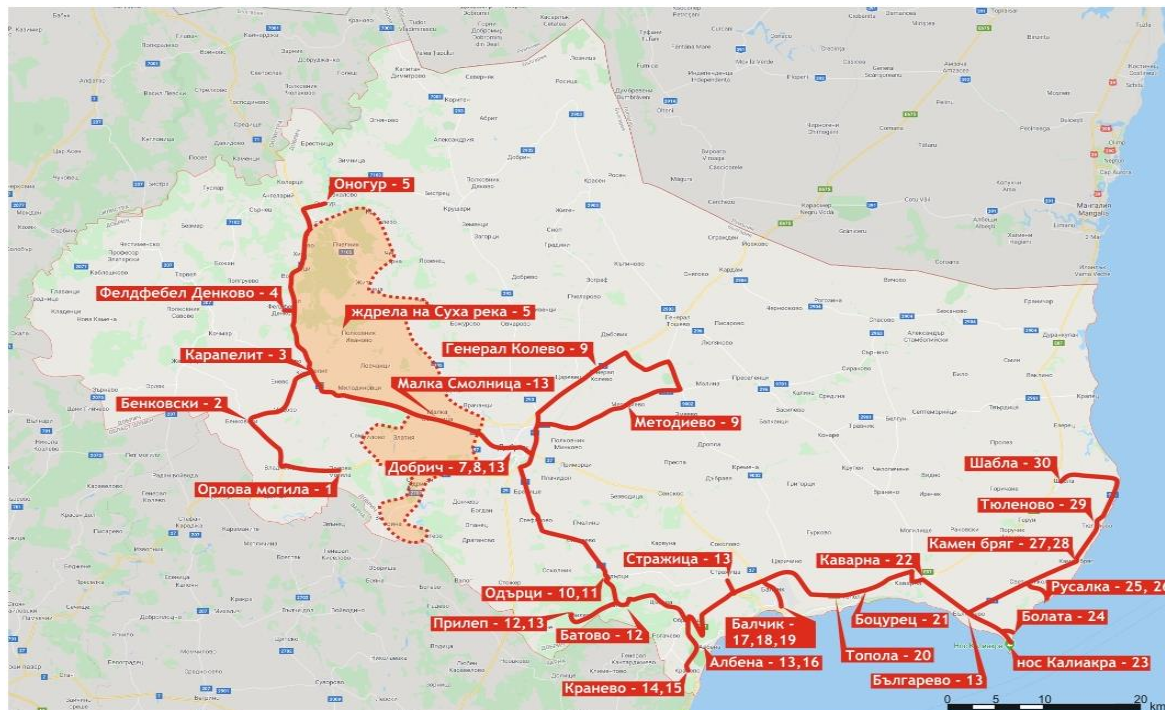
27. Тюленово арт-фест

гр. Шабла

28. Празник на плодородието и рибен фестивал
29. Фестивал на хвърчилата

Маршрутът е избран в търсенето на синергиен ефект при провеждането на целенасочени мерки на Министерство на икономиката за налагане на националната дестинация за винено-кулинарен туризъм „Добруджа и Северно Черноморие“, в която са включени местни атракции.

4. Маршрут „Природно опознавателно и екстремно приключение“ (Nature exploring end Xtreme Adventure) - маршрут, основаващ се на организацията на природно опознавателни и спортни дейности и дейности, включващи специални категории хора (хора с увреждания), с установяване на дестинации, в които да се организират специални събития, чрез зони със собствени средства (бягане, колоездене, плуване, катерене, ориентационен маршрут).





ОПИСАНИЕ НА ОБЕКТИТЕ

- с. Орлова могила (община Добричка)**
 - 1. Защитена местност „Орлова могила“
- с. Бенковски (община Добричка)**
 - 2. Традиционни народни и мазни борби
- с. Карапелит (община Добричка)**
 - 3. Пещера в местността „Крале Маркова стъпка“
- с. Фелдфебел Денково (община Добричка)**
 - 4. Лечебен камък - пешеходен туризъм
- с. Живописните ждрела на Суха река (с. Хитово, с. Воднянци, с. Карапелит, с. Малка Смолница, с. Долина, с. Одринци, с. Ново Ботево, с. Крагулево, с. Житница, с. Лясково, с. Камен)**
 - 5. Живописните ждрела на Суха река (с. Хитово, с. Воднянци, с. Карапелит, с. Малка Смолница, с. Долина, с. Одринци, с. Ново Ботево, с. Крагулево, с. Житница, с. Лясково, с. Камен)
- с. Оногур (община Тервел)**
 - 6. Скални манастири в района на Суха река
- гр. Добрич**
 - 7. Парк „Св. Георги“ - отдих, пикник и туризъм
 - 8. Велотурове с велосипеди
- с. Методиево и с. Генерал Колево (община Добричка)**
 - 9. Защитена област „Чаиря“ - пешеходен и велотуризм
- с. Одръци (община Добричка)**
 - 10. Останки от крепост „Калето“ - пешеходен туризъм
 - 11. Местността „Бузлука“ - пешеходен туризъм, пикник
- с. Батово, с. Прилеп (община Добричка)**
 - 12. Батовска долина - пешеходен туризъм, пикник
- Добруджанската равнина**
 - 13. На кон в Добруджа - с. Малка Смолница, гр. Добрич, кк „Албена“, с. Българево, с. Прилеп, с. Стражица
- с. Кранево (община Балчик)**
 - 14. Таласолечение, балнео лечение, водни спортове
- 15. Резерват „Балтата“ - туризъм**
- кк „Албена“**
 - 16. Мултифункционална спортна зала, плажни спортове
- гр. Балчик и местност „Тузлата“**
 - 17. Lighthouse Golf & Spa Resort - голф игрище
 - 18. Блек Сий Рама голф - голф игрище
 - 19. Балнеолечение и калолечение, екскурзии
- с. Топола (община Каварна)**
 - 20. Ваканционен комплекс „Топола Скайс“ - въжен парк
- с. Божурец (община Каварна)**
 - 21. Трейшън Клифс Голф Резорт - голф игрище
- гр. Каварна, нос Чиракман и плаж Икантлъка**
 - 22. Екстремни и алтернативни спортове и туризъм
- Природен и археологически резерват „Калиакра“**
 - 23. Дайвинг, плуване
 - 24. Резерват „Болата“ - гмуркане, плуване
- кк „Русалка“**
 - 25. Залив на птиците (Тауклиман)
 - 26. Балнео лечение, плуване, дайвинг
- с. Камен бряг (община Каварна)**
 - 27. Археологически резерват „Яйлата“
 - 28. Камен бряг - спортно катерене
- с. Тюленово (община Шабла)**
 - 29. Риболов, скално катерене, водолазно обучение
- гр. Шабла и Шабленска тузла**
 - 30. Риболов, балнео и спа дестинация, калолечение

Маршрутът предлага съчетание между културен и друг вид туризъм. Това е съчетанието на продукти с най-голям пазарен потенциал. Младите хора имат интерес към екстремните спортове, а потребителите на средна възраст търсят нови изживявания, свързани с природни забележителности и културно-исторически обекти. Поради това маршрутът съчетава няколко силни страни, които да привлекат туристи не само по Черноморието, но и във вътрешността на областта. В него са включени обекти, които да покрият интереса на всички групи туристи, без значение от възрастовата им характеристика. Туристите, които имат интерес към екстремни преживявания ще открият в този маршрут места, на които могат да практикуват любимите си спортове. Някои от обектите, включени в маршрута са с много голям потенциал, но изискват известно адаптиране, за да се превърнат в привлекателна дестинация за практикуване на спортове като триатлон, маунтин байк, офроуд, катерене, паркур. Посещението на обектите, включени в маршрута може да провокира интерес и да върне спортуващите при красивите природни забележителности отново. Маршрутът има потенциал да диверсифицира предложените туристически продукти на първите три маршрута, като ги допълва с такива изживявания, които се търсят от туристи, чиито интереси не са обхванати от тях. Дава възможност и за допълнителна диверсификация на продуктите според възрастов признак - младежи, семейства с деца и самостоятелни възрастни туристи.

Причини за избор на тези обекти са (1) необходимостта от покриване на целевия пазар с продукт, който съответства на неговите потребности и (2) потенциално високият туристически интерес към тях. Допълнителна мотивация за избора им е и фактът, че те са включени в една от националните туристически балнео и спа дестинации на Министерство на туризма - Черноморска балнео и СПА дестинация (Черноморска СПА Ривиера), което е предпоставка за провеждане на целенасочена политика на национално и международно равнище за тяхното популяризиране и привличането на туристи. Това дава основание да се заключи, че е налице възможност за постигане на синергиен ефект при работата по популяризиране на дестинацията от местните власти.



Таблица 7. График на културните събития

№	Населено място	Културни събития	Месеци											
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
1	к.к. Албена (Община Балчик)	Международен фестивал на изкуствата „Утринна звезда“												
		Национален фестивал на групите за народни хора „Хоро се вие, извива“												
		Фолклорен фестивал „Фолкиада Албена“												
		Международен мажоретен фестивал „Златен помпон“												
		Международен фестивал на творческите състави „Приятелите на България“												
		Международен фестивал „Вълната на идеите“												
		Международен Младежки фестивал „Изкуство, Таланти, Море“												
2	гр. Балчик (Община Балчик)	Фестивал на любителските състави Лазаровден												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Дионисиеви празници												
		Международен хоров фестивал „Черноморски звуци“												
		Международен фестивал „Усмивките на морето“												
		Международен фестивал „Слънчева България“												
		В „Двореца“ (In the Palace - International Short Film Festival)												
		Международен детски фестивал на изкуствата на английския език и детското творчество „Светът в детските длани“												
		Детски фестивал „Пясъчни Творения“												
		Международен фестивал „Дни на класиката в Балчик“												
		Национален събор - надпяване на хората от третата възраст												



№	Населено място	Културни събития	Месеци											
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Международен фолклорен фестивал „Море от ритми“												
		Фестивал на младите в изкуството „Виа Понтика“												
3	с. Кранево (Община Балчик)	Международен фестивал на танцовото изкуство												
		Фестивал на цацата												
4	с. Оброчище (Община Балчик)	Празник на селото												
		Ежегоден панаир												
		Международен фестивал за религиозно пеене на име Св. Атанасий Велики - в местността „Текето“												
5	с. Стражица (Община Балчик)	Тодоровден - кушии с коне и магарета												
		Празник на селото												
6	с. Дъбовик (Община Генерал Тошево)	Национален конкурс за млади изпълнители на кавал и добруджански народни песни „Иван Георгиев“												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
7	гр. Генерал Тошево (Община Генерал Тошево)	Международен фестивал на руската песен „Улыбка“												
		Събор на българите, преселници от Северна Добруджа												
		Национален конкурс за млада поетеса на името на Дора Габе												
		Празнуване на „Конски Великден“												
		Празник на хумора и шегата и Карнавал „Голямата усмивка“												
		Национален фестивал на лавандулата												
		Международен Добруджански фолклорен събор „Богородица“												
		Общински фолклорен събор „Цветница“												
		Регионален фестивал на детския танц „Бялата лястовица“												
		Фестивал на сармата и кюфтето												



№	Населено място	Културни събития	Месеци											
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Йовкови празници												
8	с. Кардам (Община Генерал Тошево)	Празник на плодородието „Кардамска есен“												
		„Конски Великден“ - ритуал и народна кушия в селото												
9	с. Красен (Община Генерал Тошево)	Събор на селото												
		Международен Еньовски фолклорен събор „Край язовир Дрян“												
		Йовкови празници												
10	гр. Добрич (Община Добрич)	Европейски младежки поп-рок конкурс „Сарандев“												
		Седмица на камерната музика с международно участие „Константин Илиев“												
		Празник „Тепреш, Хъдръллез и Сабантуй“												
		Празничен концерт, посветен на Рамазан												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Байрам												
		Дни на руската култура												
		Международен младежки фестивал „Фолклор без граници“												
		Хляб фест												
		Национална среща на младите балетни изпълнители „Атанас Петров“												
		Международен младежки музикален конкурс „Надежди, таланти, майстори“												
		Национални литературни празници „Йовков“												
		Литературни празници „Дора Габе“												
		Фестивал на екстремните спортове												
11	с. Батово (Община Добричка)	Празник на селото												
12	с. Бенковски (Община	Традиционни народни и мазни борби												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
	Добричка)	Събор на селото												
13	с. Дебрене (Община Добричка)	Фолклорен събор „Песни и танци от Слънчева Добруджа“												
14	с. Добрево (Община Добричка)	Бабин ден - пресъздаване на ритуала, общоселско увеселение												
		Деня на лозаря „Трифон Зарезан“ и Деня на влюбените, конкурс за най-добро вино												
		Празнуване на Сирни заговезни с организирано палене на огън, хвърляне на стрели и общоселско веселие край огъня (спрямо Великден в календара)												
		„Приеми духът на миналото, съхрани го и го предай на поколенията след теб“ - Ден на художествената самодейност												
		Лазаровден - обхождане на селата от лазарки и благославяне за здраве, берекет, водосвети												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Великденски празници - тържества и програми, концерти, изложби на детски рисунки, боядисани яйца, обредни хлябове и козунаци												
15	с. Карапелит (Община Добричка)	Празник на с. Карапелит												
16	с. Малка Смолница (Община Добричка)	Тодоровден - надбягване с коне и магарета, конкурс за най-красива каруца, организирано посещение на кушии												
17	с. Методиево (Община Добричка)	Отпразнуване на празника „Цветница“ - водосвет за здраве и берекет												
		Откриване на жътвата - народни ритуали и обичаи												
		Празник на селото												
18	с. Одърци (Община Добричка)	Празник на селото												
19	с. Фелдфебел Денково	Фолклорен регионален преглед на художествената самодейност под												



№	Населено място	Месеци Културни събития	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
	(Община Добричка)	надслов „Добруджа - обич моя“, посветен на празника на община Добричка												
20	с. Българево (Община Каварна)	Фестивал на Трабанта												
		Българево Rocks												
		Фолклорен събор „С песни и танци в Българево“												
		Фестивал на пъпеша												
		Есенен уъркшоп за гагаузка кухня и свещолеене												
21	гр. Каварна (Община Каварна)	Общобългарски фолклорен събор „С България в сърцето“												
		Празници на морето - Каварна												
		Национален фестивал на любителските театри с международно участие												
		Миден и рибен фест												



№	Населено място	Културни събития	Месеци											
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Фестивал на старинната музика „Страваганца“												
22	с. Камен бряг (Община Каварна)	Джулай морнинг фест												
		„Джаз на село“												
23	с. Александрия (Община Крушари)	Фолклорен събор „Текето“												
		Тържество на Паметника на загиналите от село Александрия във войните												
24	с. Добрин (Община Крушари)	Събор на селото												
25	с. Крушари (Община Крушари)	Празник на гърнетата												
26	с. Балик (Община Тервел)	Традиционно шествие до пещерите												
		Ежегодна молитва за дъжд												
27	гр. Тервел (Община Тервел)	Общински празник на лазарските групи												
		Ежегоден празник на фолклора - Денят на град Тервел												



№	Населено място	Културни събития	Месеци											
			I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
		Пролетни празници на културата												
		Конкурс за изпълнители на традиционна народна песен „Калинка Вълчева“												
		Добруджански събор в град Тервел												
		Общински празник на коледарските групи												
28	с. Крапец (Община Шабла)	Фестивал на старата градска и шлагерна песен „Подари ми море“												
29	с. Тюленово (Община Шабла)	Празник на с. Тюленово												
		Тюленово арт-фест												
30	гр. Шабла (Община Шипка)	Шабленския панаир												
		Седмица на морето												
		Празник на плодородието и рибен фест, който бележи началото на есенния сезон, сеитбата и гроздобера												
		Фестивал на хвърчилата												



Описанието на достъпността, необходимото време за посещение, разстоянията, възможностите за настаняване и заведенията за хранене, възможностите за релаксация и свободното време, възможностите за логистика (бензиностанции, болници и медицински диспансери за бърза помощ, полицейски участъци и други) подробно са описани в Приложение № 1. „Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич“.



IV. SWOT АНАЛИЗ, PEST АНАЛИЗ И ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ

4.1. SWOT анализ

Анализът е разработен в контекста на актуалното социално-икономическо състояние на трансграничния регион и в съответствие със стратегическата ориентация на регионалната политика на Европейския съюз и националните цели и приоритети за регионално развитие, при съобразяване с нормативната и институционална среда за нейното прилагане, наблюдение и оценка. В резултат на това, Документът изцяло се вписва в идентифицираните от анализиранияте стратегически документи цели, приоритетни области и мерки за развитие на културния туризъм в трансграничния регион Констанца-Добрич.

Изготвеният SWOT анализ на трансграничния регион Констанца-Добрич отчита както тенденциите на изменения във външната социално-икономическа среда и на вътрешните фактори на развитие на Региона, така и стремежа на консултантите да представят вижданията на заинтересованите страни в Проекта. Целта е, при разработването на общата стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич 2021-2030 г. да се отчете евентуалното влияние на външната социално-икономическа среда и на съществуващия потенциал на Региона, чрез съчетаване на силните и слабите страни, тенденциите и предизвикателствата пред неговото развитие.

Правилно структурираният и реалистичен SWOT анализ е предпоставка за прецизиране формулировките на стратегическите цели, приоритетите и специфичните цели и мерки на общата стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич. Поради това, при неговото разработване са спазвани изискванията на „Методически указания на МРРБ - България“ и на Румънското министерство на регионалното развитие и публичната администрация за актуализиране на действащите стратегии и планове за регионално и местно развитие.

SWOT анализът на трансграничния регион Констанца-Добрич, показан в Таблица 7 по-долу, се основава на състоянието на факторите към момента на анализа с „известна екстраполация“ на тяхното развитие, която може да се очаква до края на стратегическия период 2021-2030 г. Вътрешните фактори се отразяват в частта „силни и слаби страни“, а външните - в частта „възможности и заплахи“. SWOT анализа се базира и на изводите от междинните оценки и актуализираните документи на Общинските планове за развитие на общините в Област Добрич и Окръг Констанца.

Необходимо е да се изтъкне също, че на територията на Трансграничния регион Констанца-Добрич се очакват неблагоприятни изменения в социално-икономическото развитие и на социалния капитал, вследствие на отстраняване на последствията от действащата в момента пандемия от COVID-19 (в началото на периода 2021-2022 г.), стабилизация и развитие до края на стратегическия период 2023-2030 г. В анализа се отчита и обективното намаляване на населението и на неговото относително застаряване.



Таблица 8. SWOT анализ

1. СИЛНИ СТРАНИ:	2. СЛАБИ СТРАНИ:
1.1. Наличие на потенциал за развитие на културен туризъм - наличие на археологически обекти от над 2000 години, архитектурни паметници, религиозни сгради, музеи, институции за представления, концерти, фестивали и културни събития.	2.1. Депопулацията в региона е сериозна пречка пред предоставянето на качествени туристически услуги.
1.2. Взаимно допълване между природните и културните туристически обекти в трансграничния регион.	2.2. Ниското качество на специализираната инфраструктура (напр. основни и допълващи услуги) за повечето обекти от маршрута.
1.3. Наличие на опит в трансграничното сътрудничество между публичните структури в региона Констанца-Добрич.	2.3. Небалансирано икономическо и туристическо развитие на територии от целевия регион, вкл. влошаваща се демографска картина на целевия район.
1.4. Инициативен мениджмънт и квалифицирана специализирана администрация в Областна администрация Добрич, Окръжен съвет Констанца и общините в трансграничния регион Констанца-Добрич като предпоставка за развитие на културен туризъм.	2.4. Лошо качество на услугите за настаняване и хранене или липсата им в районите, представляващи потенциал за развитие на културен туризъм във вътрешността на региона (извън черноморската ивица и областния център).
1.5. Устойчива организация, добри примери и стабилна перспектива на трансгранично сътрудничество на ниво „област“ и общините в трансграничен регион Констанца-Добрич като основа за реализация на Стратегията за развитие на културен туризъм.	2.5. Лошо сътрудничество между местните и регионалните власти, икономическите и туристическите участници и местните общности.
1.6. В трансграничния регион Констанца-Добрич се констатира потенциал за развитие на предприемачеството в областта на културния туризъм (например готовността на едрите земевладелци да инвестират в туристическа	2.6. Недостатъчно финансови и технически ресурси за развитието на културния туризъм в региона.





инфраструктура).	
1.7. Наличие на добри практики в развитието на културен туризъм в туристическите и общинските центрове.	2.7. Несъществена промоция на региона в областта на културния туризъм.
1.8. Потенциал за децентрализирано управление на общия трансграничен маршрут в партньорство с всички заинтересовани страни.	2.8. Моноструктурно развитие на туризма - силно изразена сезонност.
1.9. Наличие на добре развита пътна мрежа и трансгранични връзки в регион Констанца-Добрич.	2.9. Няма конкретно ангажирана структура, отговорна за развитието на трансграничния район като културна дестинация.
1.10. Включени са популярни обекти с висока културна стойност, които са основната част от маршрутите.	2.10. Недобра стационарна информационно - указателна англоезична система за минимално предоставяне на туристическа информация в обектите.
1.11. Конкурентни цени на туристическите продукти в регион Констанца-Добрич.	2.11. Ниска степен на внедрени ИКТ във функционирането на обектите.
1.12. Осъзната от заинтересованите страни важност на културния продукт за развитието на дестинацията в региона.	
3. ВЪЗМОЖНОСТИ:	4. ЗАПЛАХИ:
3.1. Повишено търсене на алтернативни форми на туризъм в глобален, регионален и национален план.	4.1. Действаща в световен мащаб пандемия от COVID-19.
3.2. Повишаване на туристическото търсене на база териториална и етническа близост.	4.2. Засилваща се глобална вълна от тероризъм и екстремизъм.
3.3. Оползотворяване на възможностите за използване на значителен допълнителен финансов ресурс по Програма Interreg V-A Румъния-България и Съвместна	4.3. Влошаващ се имидж на България като „евтина дестинация“ с некачествени услуги.



оперативна програма за трансгранично сътрудничество по Европейски инструмент за съседство „Черноморски басейн“.	
3.4. Нарастващ дял на нискобюджетните полети и увеличаване броя на летищата, обслужващи такива полети.	4.4. Институционално безсилие за водене на ефективна борба с иманярството.
3.5. Развиваща се клъстеризация, включително в сферата на културния туризъм.	4.5. Увеличаваща се заплаха от изтичане на квалифицирани кадри извън региона, от ниско заплащане в бюджетните организации и др.
3.6. Наличие на национална и европейска политика в областта на развитието на културния туризъм.	4.6. Нарастващи проявления на климатичните промени и природни катаклизми.
3.7. Промени в поведението и нуждите на туристите.	4.7. Сравнително чести промени в нормативната база
3.8. Част от територията на маршрута попада в обхвата на Стратегията на ЕС за развитие на Дунавския регион.	
3.9. Възможности за разработване и прилагане на финансови и данъчни механизми за поощряване.	
3.10. Използване на възможностите за външни инвестиции в обекти на маршрута.	
3.11. Развитието на ИТ създават предпоставка за разрешаване на проблема с опазване на културното наследство.	

Разгледани от гледна точка на целите на Стратегията **силните страни** са свързани с географско положение на трансграничния регион Констанца-Добрич. Стратегията се основава изцяло върху наличните ресурси свързани с това географско положение, както и произтичащите от това инвеститорски и публични интереси. **В същото време огромен ресурс за реализирането на Стратегията са разработените на ниво Европейски съюз политики, които създават предпоставка за развитие на културния туризъм в трансграничния регион Констанца-Добрич.**

Високата степен на хармонизация на националните стратегически документи с



установените европейски стратегически документи, политики и съответстващите им изисквания, регламентирани с европейските нормативни актове е силна страна, тъй като предполага ясно фокусиране на бъдещите политики, към отстраняване на пропуските и разработването на планове за тяхното прилагане.

Слабите страни са свързани с липса на достатъчно инвестиции за изграждане на инфраструктура за **развитие на културния туризъм**. От гледна точка на Стратегията това означава потенциален проблем, свързан с поставянето на изграждането ѝ на дневния ред на общините и привличане на бизнес и инвеститорски интереси.

Липсата на практическо знание от страна на местния бизнес и население, относно моделите за използване на потенциала за развитието на културния туризъм, изисква изпълнението на Стратегията да започне с образователни дейности за подготовката му.

Идентифицирана слаба страна е недостатъчната координация между субектите (национални, регионални, местни институции и бизнес), участващи в управлението на инфраструктурата за развитие на културния туризъм, което би затруднило силно реализирането на целите на Стратегията. Същевременно изискванията за изграждане на инфраструктура за развитие на културния туризъм, определени в стратегическите и нормативни европейски актове, са регламентирани в множество актове от националното законодателство на двете държави, при това от най-различна степен, което затруднява тяхното практическо прилагане при евентуално осъществяване на проекти за изграждането им.

Липсващата политика за привличане на инвестиции и концесиониране на инфраструктурата за развитие на културния туризъм, също се отчита като слаба страна, тъй като е необходимо създаването на такава, без това да е фокус на настоящата Стратегия.

По отношение на **възможностите**, те са свързани с повишаване ангажираността на бизнеса и широката общественост в усилията им за изграждането на инфраструктура за развитие на културния туризъм, чрез предвидените в Стратегията дейности. Вследствие на координиращата и законодателна активност би се постигнало повишаване на дейностите за подобрене на условията за нейното изграждане. Като цялостна възможност е да се развие и модернизира инфраструктурата за развитие на културния туризъм, като начин да се преодолеят социално-икономическите различия. По този начин може да се повиши стандарта на живот на населението в региона.

Основните **заплахи** пред реализирането на Стратегията са свързани с факта, че се засилва тенденцията на намаляване на населението и обезлюдяване на селищата в региона. В този смисъл изграждането на инфраструктурата за развитие на културния туризъм би било възпрепятствано от независещи от Стратегията обективни фактори - липса на интерес на инвеститори и на затруднено привличане на публични средства.

4.2. PEST анализ

PEST анализът е полезен инструмент за разбиране на средата и на тенденциите в определен регион, което на свой ред е полезно за определяне на ситуацията, потенциала и посоката за развитие на дейността на общността.

Фигура 3. PEST анализ



Всеки регион се променя, а с промените възникват нови възможности и заплахи пред организациите. Общностите, които най-добре се ориентират в промените, обикновено се радват на процъфтяващ бизнес.

Създател на идеята за PEST анализ е професор Франсис Агилар. За първи път той използва понятието „ETPS“ в своята книга „Scanning the Business Environment“, публикувана през 1967 г. По-късно буквите ETPS са пренаредени, за да се получи по-звучния акроним „PEST“.

PEST анализ е анализ на:

- **P (Political)** - Политическата среда;
- **E (Economic)** - Икономическата среда;
- **S (Socio-Cultural)** - Социокултурна среда;
- **T (Technological)** - Технологична среда.

Накратко, PEST анализът се използва, когато трябва да се направи оценка на външната среда в най-общ план. Стремешът на PEST анализа е да очертае голямата картина на нещата - главните фактори, които влияят на пазара.

PEST анализът е полезен за организациите поради следните три основни причини:

- Помага да се открият перспективни възможности или известява за предстоящи сериозни заплахи;
- Очертава посоката за развитие на организацията, с оглед промените във външната среда;
- Улеснява вземането на конкретни стратегически решения, свързани с оперирането на текущи и/или нови пазари и развиването на текущи и/или нови продукти.

4.2.1. Политическа среда

Развитието на културния туризъм е в силна зависимост от националните и регионалните политики, тъй като в голяма степен културата е „жива“ система, която



се интерпретира чрез културните политики, администрирането на културните дейности, отношението на населението към културните ценности и други.

Европейският съюз се стреми да запази общото културно наследство и да подкрепя европейските изкуства и творчески индустрии. В много политики на Европейския съюз има свързани с културата елементи, включително в областта на образованието, научните изследвания, социалната политика, регионалното развитие и външните отношения. Създаването и популяризирането на културни продукти в днешния интерактивен и глобализиран свят върви ръка за ръка с медиите и цифровите технологии. Европейският съюз насърчава политическото сътрудничество в областта на културата между националните правителства и с международни организации.

Чрез програмата „Творческа Европа“ Европейския съюз подкрепя европейското кино, изкуствата и творческите индустрии с цел създаване на работни места и растеж в Европа, а също така и с цел намиране на нови възможности, пазари и публика по света. Основни приоритети на Европейския съюз в областта на културата са:

- **Финансиране на културата** - включително и на образователни програми (Erasmus+), аудиовизуалния, културния и творческия сектор, Структурен фонд за култура, изследване на културното наследство;

- **Дигитална култура** - подкрепя на медийни политики, които овластяват европейските граждани, за да се възползват от интерактивните услуги и възможности, давайки им достъп до всяко съдържание от всяка точка в Европа;

- **Културно наследство;**

- **Спорт в ЕС;**

- **Знак за европейско наследство (ЗЕН)** - инициатива на ЕС, утвърдена с Решение 1194/2011/ЕС на ЕП и Съвета. Нейната цел е да бъдат популяризирани обекти на европейското наследство, които са станали символи на европейската интеграция, ценност, идеали и история. Като резултат от осъществяването ѝ се очаква задълбочаване на процеса на сближаване на Европейския съюз с неговите граждани.¹⁰

Националната културна политика в България се осъществява на две нива - национално и местно. За формирането и прилагането на национално ниво отговарят съответно Народното събрание и Министерството на културата, докато на местно, то се осъществява от общинските структури (Съвети за култура). Към момента Министерство на културата е централен изпълнителен орган, който формира и реализира основните принципи и цели на националната културна политика.

Целите на културната политика хармонизират с принципите на културното развитие, следвани от съвета на Европа:

- **Гарантирана свобода на изразяване;**

- **Създаване на условия за равнопоставено участие в културния живот. Съхраняване и насърчаване културата на различни етноси и религии;**

¹⁰ Културата в Европейския съюз. Културно наследство и многообразие в Европа. https://europa.eu/european-union/topics/culture_bg



- **Подкрепа на културното образование;**
- **Подкрепа на международния културен обмен и интеркултурна комуникация.**

Приоритетите на културната политика на България са съхраняване на културната памет и историческо наследство, създаване на условия за развитие и обогатяване на всички направления в културата като фактори за устойчиво развитие, търсене на ефективен механизъм за финансиране и алтернативни източници и форми за това, усъвършенстване на нормативната база в областта на културата, подкрепа за опазване на културните ценности и дигитализиране на културното съдържание.¹¹

В България актуалното развитие на културните политики се характеризира с опити за ефикасно реформиране на сектора и съчетаване на държавното финансиране с пазарни модели. Основни цели на реформата в културния сектор са:

- **Децентрализация на управлението и финансирането на културата;**
- **Свобода на действие и формиране на пазарно ориентирано поведение на културните институции и творците;**
- **Промени в културното законодателство, предназначени да посрещнат новите социално-икономически предизвикателства;**
- **Доближаване до законодателството на Европейския съюз;**
- **Изграждане на административна среда, улесняваща културното развитие и европейската интеграция;**
- **Гарантирана равнопоставеност на държавните общинските и частните културни институции;**
- **Засилване ролята на неправителствения сектор.**¹²

4.2.2. Икономическа среда

Общите разходи на правителствата в 28-те страни-членки на ЕС за отдых, култура и религия през 2018 г. са били 154 млрд. евро или 1.1% от БВП на ЕС. Държавите с най-голям дял от БВП за отдых, култура и религия са Унгария (3.2%) и Исландия (3.1%). Най-нисък дял регистрират Ирландия (0.5%) и Обединеното Кралство (0.6%). Основен дял от общите разходи за ЕС-28 е за „културни услуги“ (0.4% от БВП), следван от „възстановителни и спортни услуги“ (0.3%), „медийни и издателски услуги“ (0.2%) и „религиозни и други услуги за общността“ (0.0%).¹³

¹¹ Димитрова, Силвия Тодорова. Национална Културна Политика На България По Отношение На Връзката „Култура-Развитие“.

www.academia.edu/29526777/НАЦИОНАЛНА_КУЛТУРНА_ПОЛИТИКА_НА_БЪЛГАРИЯ_ПО_ОТНОШЕНИЕ_НА_ВРЪЗКАТА_КУЛТУРА_РАЗВИТИЕ

¹² Томова, Б., Андреева Д. Компендиум от културни политики и тенденции в Европа. Профил на България. https://www.culturalpolicies.net/down/bulgaria_ol_122011.pdf

¹³ Правителствени разходи за отдых, култура и религия, Евростат (онлайн).

https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Government_expenditure_on_recreation,_culture_and_religion#Expenditure_on_.27recreation.2C_culture_and_religion.27



През 2018 г. разходите на домакинствата от ЕС за отдих и култура съставляват 8.5% от общите им разходи (средно 1,400 евро на глава от населението). В абсолютна стойност те се равняват на над 710 млрд. евро или на 4.6% от БВП на ЕС. Дания (11.5%) и Швеция (11%) имат най-високи разходи на домакинствата за отдих и култура, а най-ниски разходи са отчетени в Гърция (4.6%).

Според данните от Евростат за 2018 г. българското правителство харчи 1% от БВП за отдих, култура и религия - стойност, близка до средната за ЕС. Разходите на домакинствата за отдих и култура в размер на 7.9% са под средните за ЕС. В Доклада за изпълнението за държавния бюджет на Република България за 2018 г. се посочва, че разходите за група „Култура“ по консолидираната финансова програма са 571.5 млн. лв., отчетени основно по следните бюджетни системи: държавен бюджет, бюджетите на БНТ, БНР и бюджетите на общините. Основните цели на публичните разходи в областта на културата са насочени към създаване условия за устойчиво развитие на българската култура и изкуство, опазване на културно-историческото наследство, популяризиране достиженията на българските творци и повишаване конкурентоспособността на културния продукт. Общо предвидените със Закона за Държавния бюджет на Република България (ЗДБРБ) за 2018 г. разходи за група „Култура“ по бюджетите на министерствата и ведомствата са в размер на 147.5 млн. лв., в т.ч. капиталови разходи - 6.9 млн. лв. Средствата са предназначени за финансиране на част от дейностите за култура на МК, на Държавна агенция „Архиви“ към МС, на МВНР, МО и МОН. Отчетените разходи са 156.4 млн. лв., в т.ч. капиталови разходи - 5.1 млн. лв.

Чрез бюджета на Министерството на културата се финансират основните системи в областта на културата, като отчетените разходи са в размер на 144 млн. лв. и включват:

- Управление, контрол и регулиране на дейностите по културата, които обхващат дейността на Националния институт за недвижимо културно наследство и Изпълнителна агенция „Национален филмов център“;
- Дейности в областта на развитие на културата - „Национален фонд Култура“;
- Дейности в областта на международно културно сътрудничество, осъществявани от българските културни институти в чужбина;
- Дейности в областта на театралното изкуство, осъществявани от драматичните и куклени театри;
- Дейности в областта на музикалното и танцовото изкуство, осъществявани от оперно-филхармонични дружества, опери и оркестри и ансамбли;
- Дейности в областта на музейното дело, осъществявани от музеи и галерии;
- Дейности в областта на българския книжен сектор;
- Дейности в областта на популяризиране на българската култура и участия в международни фестивали и конкурси.

Отчетените разходи са:

- За дейностите по съхраняване и обработка на архивни документи - 6.7 млн. лв. от Държавна агенция „Архиви“, чийто ръководител е второстепенен разпоредител с



бюджет към Министерския съвет;

- За популяризиране на българската култура, осъществявана от културния институт към Министерство на външните работи - 0.2 млн. лв.
- По група „Култура“ по бюджета на Министерството на отбраната - 5.1 млн. лв. Средствата са използвани за Националния военно исторически музей, Ансамбъла на българската армия и Военния телевизионен канал;
- По функция „Култура“ от бюджета на Българската академия на науките - 2.3 млн. лв., за Института по експериментална морфология, патология и антропология с Националния природонаучен музей и Института за етнология и фолклористика с Етнографския музей.
- На БНТ - 68.8 млн. лв., за подготовка, създаване и разпространение на национални, сателитната и регионални програми.
- На БНР - 45.5 млн. лв., за подготовка, създаване и разпространение на национални и регионални програми, международна програма „Радио България“ и интернет радио.
- На Българска телеграфна агенция - 6.9 млн. лв., за финансиране на дейностите, които агенцията осъществява като национален независим информационен институт на Република България.
- В група „Култура“ по бюджетите на общините са отчетени разходи в размер на 272.4 млн. лв., от които текущи 248.5 млн. лв. и капиталови 23.9 млн. лв. Изпълнението на общо разходите в групата спрямо предвидените разчети към ЗДБРБ за 2018 г. е 121.4%. С най-голям дял в разходите в тази група по КФП са тези за общините. Отчетените текущи разходи за делегираните от държавата дейности за годината са в общ размер на 112.1 млн. лв., което е с 2.8 млн. лв. повече от закона. В делегираните от държавата дейности се отчитат разходите за персонал и издръжка на библиотеките, музеите и художествените галерии с регионален характер и на читалищата. С най-голям относителен дял са отчетените субсидии за читалищата в размер на 63.1 млн. лв. или 56% от текущите разходи в групата. По отчетни данни за 2018 г. общините са дофинансирали държавните дейности със собствени приходи общо в размер на 20.1 млн. лв. В местните дейности по група „Култура“ са отчетени текущи разходи в размер на 120.8 млн. лв., което е 139% спрямо разчетените по закон. Тук се включват разходите за общински театри, филхармонии, оркестри и ансамбли, музеи, художествени галерии с местен характер, градски библиотеки, обредни домове и зали, зоопаркове и други дейности по културата. Изразходваните средства за група „Култура“ са 18.3 млн. лв. От тези разходи 10.4 млн. лв. са по Оперативна програма „Региони в растеж“ и 7 млн. лв. са по др. програми и проекти, финансирани от фондове и институции на ЕС.¹⁴

В България се прилага смесен модел на финансиране за театри, опери и филхармонични оркестри, поделено между републиканския и общинските бюджети. Основен проблем при него е, че заради често срещани финансови затруднения на

¹⁴ Култура. Eur-Lex (онлайн), https://eur-lex.europa.eu/summary/chapter/culture.html?root_default=SUM_1_CODED%3D10&obsolete=true



общините, договарянето между тях и Министерството на културата е трудно и поетите ангажименти не се изпълняват. В резултат развитието на местна културна политика и стратегия е по-скоро декларирано намерение, отколкото практически модел. Както посочват Томова и Андреева (2011), „Тази форма на финансиране се прилага в областта на театъра, музиката и танца. В областта на киното и книгата не съществуват структури, субсидирани от бюджета - в тези сфери участието на държавата се изразява в субсидиране на конкурсни проекти“.¹⁵

4.2.3. Социална среда

Разработването на нови и целенасочени наративи за реалността на европейския континент, както и акцентът върху визията, че предназначението на ЕС не е само икономическо (генериране на растеж), но и като културна общност на споделени ценности в глобалния свят, е отразено в позициите на ЕК от инициативата „Нов наратив за Европа“. Културата има основополагаща роля за оформянето на днешните общества, които формират Европейския съюз: „Тя е ключов принцип на Европейския проект и ще остане здраво вкоренена в нашите идеи, ако искаме да успеем да постигнем един наистина приобщаващ, справедлив и различен съюз“ (Европейски съюз, 2014).¹⁶

По данни на Евростат от 2015 г.¹⁷ две трети от европейското население е участвало поне в една културна дейност през годината. Културното участие има значителен ефект върху качеството на живот на хората: то допринася значимо за тяхното добро себеусещане и чувството на принадлежност към обществото. Като цяло, жените в Европа са по-склонни да участват в културни дейности, отколкото мъжете и това важи за всички възрастови групи и всички типове културни дейности.

Обща позитивна тенденция за ЕС е, че във възрастовата група 16-29 г. участието в културни дейности е високо - средно 83% от представителите на тази група са участвали в поне една културна дейност през 2015 г. Изключение от тази обща тенденция правят България и Румъния, където показателите в групата 16-29 са около 50%, докато сред държавите с по-високите показатели стойностите варират между 71% в Хърватска и 96% в Дания.

На „другия полюс“ и повод за определени тревоги е значителната разлика във възрастовата група 65-74 г., в която средното за ЕС участие в поне една културна дейност е средно 53%, като тук се открояват още по-значими различия между държавите - в дъното са България и Румъния (11%), а начело отново е Дания (80%). Като особено сериозни се определят „пропастите между поколенията“ в културното участие в няколко страни - Гърция, Хърватска, Румъния и България - където разликите в участието в културни дейности между групите 16-29 и 65-74 са поне три пъти. Повод за тревога има и в Словакия, Литва, Кипър, Малта, Унгария, Полша и Италия - там разликите между въпросните групи са два пъти.

¹⁵ Стратегия за развитие на българската култура 2019-2029 г. Министерство на културата. http://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf

¹⁶ Култура, градове и идентичност в Европа, Евростат (онлайн). <https://www.eesc.europa.eu/resources/docs/qe-01-16-463-en-n.pdf>

¹⁷ Културна статистика - културно участие, Евростат (онлайн). https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Culture_statistics_-_cultural_participation_by_socioeconomic_background#Cultural_participation



Образователното равнище също е ключов демографски фактор за участието в културни дейности, като през 2015 г. хората с висше образование са участвали два пъти повече в културни дейности, отколкото хората с по-ниско образование

(в България и Хърватска достигат до пет пъти). В 10 от 28-те страни-членки на

При хората с по-ниско образование (завършено поне основно образование) се наблюдават значими разлики в културното участие - средната стойност за ЕС е само 42%, но със сериозни разлики в най-ниските (България - 11%) и най-високите показатели (Дания - 76%).

Повод за оптимизъм е фактът, че хората със средно образование в ЕС се доближават в своето културно участие повече до групата с висше образование в повече от половината страни в ЕС, като разликата е под 10% в Дания, Швеция, Португалия и Малта. Като цяло, разликите в културното участие според нивото на образование са по-видими в страните, в които има слабо културно участие сред хората с основно образование.

Доходите имат сериозно въздействие върху културното участие, като моделът е приблизително същия, както при нивото на образование: колкото по-високи са доходите, толкова по-висок е дялът на участие. Вариациите между отделните държави също се запазват високи (от 7% в България до 76% в Дания). Данните сочат, че квинтилата на хората с най-високи доходи участват в културни дейности два пъти повече от квинтилата на хората с най-ниски доходи. В Дания, Финландия и Швеция, разликите в дяловете на културното участие на хората с най-ниски и най-високи доходи са най-незначителни (около 20%). Страните с най-значителни разлики в участието според групата на доходите са България (осем пъти) и Хърватска и Румъния (четири пъти). Съответно, България, Хърватска и Румъния имат най-ниски дялове на участие сред хората с ниски доходи. В групата с най-ниски доходи киното и посещението на събития са най-често посочвани като културни дейности. Различни са предпочитанията на хората с най-високи доходи - те предпочитат предимно посещенията на културни забележителности и събитията.

Очаквано, най-високо културно участие в страните от ЕС е отчетено сред градското население - поне половината от хората, които живеят в европейски градове са участвали в някаква културна дейност, освен в България (44%) и Румъния (38%). Участието е особено високо в градовете в Дания, Финландия и Швеция, където 9 от 10 души са били на кино, посетили са събитие или културна забележителност. Дания, Холандия и Швеция са държавите, в които дори и в малките градове и в селата над 80% от населението участва в културни дейности. Като цяло, в селските райони културното участие варира значително между страните - от 11% в България до 83% в Люксембург и Холандия. В някои държави това вероятно се дължи на проблеми с достъпа до културни институции. В България, Гърция, Хърватска, Унгария и Румъния разликата в участието между населението в градовете и селата е над 20%. В други пък - Белгия, Германия, Франция, Холандия, Австрия, Португалия и Словения - тази разлика не надхвърля 5%. В повечето страни-членки на ЕС, събитията са най-често посещавани - и вероятно най-достъпни за хората от селските райони.

4.2.4. Технологична среда



Еволюцията на дигиталните технологии, инструментариум и приложения (apps) позволява на широк обществен кръг по цял свят да има достъп до културно съдържание. Възникването на термина „творчески индустрии“, което е свързано с тези нови условия на създаване, популяризиране, разпространение и потребление на културни продукти, измества изкуството и културата като нетърговски предопределяни обществени феномени. Според редица определения, творческите индустрии обхващат музиката, издателската дейност, визуалните изкуства, киното, телевизията и радиото и не по-малко от интернет като част от глобалната мрежова икономика.

Както посочват Аббаси, Василопулу и Стергиулас в тази нова дигитална икономика, нематериалната стойност все повече определя материалната стойност, тъй като потребителите търсят непрекъснато нови и стимулиращи „преживявания“. Способността да се създават социални преживявания и мрежа от връзки са важни фактори за конкурентоспособността. Единният дигитален пазар е замислен преди навлизането на интернет, преди информационните и комуникационни технологии да се превърнат в един от основните двигатели на растежа и преди услугите да станат така доминираща част от Европейската икономика. Бурното развитие на новия тип услуги (напр. дигиталните медии) има висок потенциал, но за да могат Европейските общности да го използват напълно, те трябва да преодолеят бариерите, които понастоящем блокират свободния поток на онлайн съдържанието и ограничават достъпа на потребителите и компаниите.¹⁸

Следва да се поясни изрично, че именно онлайн средата, социалните медии и компютърните технологии са основният технологичен фактор за промените, настъпващи в общата културна среда и в културния туризъм, в частност. Творческите индустрии са сериозно повлияни от конвергенцията, свързана с поэтапното навлизане на телевизията, компютърните технологии, интернет и телекомуникационните технологии, както и възможностите, които съответните технологии предлагат за съхранение на данни, големи бази данни (big data), свързани данни, манипулация, трансляция и репродуциране на дигитални медии. Интернет революционизира начините на дистрибуция и споделяне на информация, в това число и културни произведения, както и начина, по който хората си сътрудничат в тяхното съвместно създаване и продуциране.¹⁹

ЕС има дълга традиция в стратегическото определяне на предизвикателствата, свързани с дигиталната културно-информационна среда и набелязването на мерки за тяхното посрещане. Муур посочва, че Лисабонската стратегия 2000 е първият документ, който поставя като основна цел „до 2010 г. да направи Европа най-конкурентната и динамична икономика, базирана на знанието, в света“. Все пак тя отбелязва, че Лисабонската стратегия се отчита повече като неуспех, защото е базирана върху концепцията за линеарна иновация, която стимулира технологичното развитие чрез инвестиции в изследвания и развитие (R&D). В по-скоро време, концепцията за иновацията е заменена от по-комплексен начин на мислене, според който акумулирането на знание не е непременно резултат от НИРД и тя не води автоматично до иновация, а само когато има знание, което води до създаване на нещо,

¹⁸ Национален фонд „Култура“. <http://ncf.bg/web/files/documents/51/file/kulturenturizam.pdf>

¹⁹ Министерство на културата. http://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf



което има практическо приложение. Затова и културните аспекти на разпространението на знание и ноу-хау са важни, тъй като зависят от хората и обществото. Творческата и културната икономика са широко обсъждани като важна и растяща част от глобалната икономика заради социалноикономическия потенциал на търговията с креативност, знание и информация, на създаването на работни места, благосъстояние и културна ангажираност. В сърцевината на творческата икономика са културните и творческите индустрии, които се намират на „кръстопътя“ на изкуствата, културата, бизнеса и технологията. Това, което унифицира тези дейности е фактът, че всички те се занимават/търгуват с културни ценности под формата на интелектуална собственост - това е концептуалната рамка, чрез която креативността се трансформира в икономическа стойност.²⁰

4.3. Заинтересовани страни

За ефективното прилагане на Стратегията от изключително значение е ангажирането на заинтересованите страни и взаимодействието помежду им. Заинтересовани страни са тези, чиито интереси трябва да намерят отражение при разработването на Общата стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич 2021-2030 г. При изработването ѝ се приема дефиницията, че **заинтересованите страни са организации, институции, структури или личности, чиито интереси биха могли да бъдат засегнати (в положителен или отрицателен смисъл) от Стратегията, или такива, които могат да имат взаимодействие и да окажат влияние върху резултатите и последствията от осъществяването на Стратегията.**

Стъпвайки върху данните от направеният анализ на заинтересованите страни, настоящата стратегия се разработва с ясното разбиране, че е от ключово значение за идентифицирането на тези хора, групи и организации, които имат значителни интереси, свързани с устойчивото използване на културното и природно наследство за целите на туризма. В самото начало се поставя условието, че разбирането на потенциалната роля и принос на различните участници е основна предпоставка за жизнеността на новите туристически продукти.

При идентифициране на заинтересованите страни са приложени Стандартите за провеждане на обществени консултации на Министерски съвет (2009 г.). Изготвен е списък, който включва различните институции, организации, групи и индивиди, които могат да имат отношение и/или да въздействат върху основните политики, и/или върху които изпълнението на тези политики може да окаже влияние (**Приложение № 2**).

В резултат от анализът на заинтересованите страни съгласно методиката за избор на ключови заинтересовани страни са определени следните конкретни юридически и физически лица:

Таблица 9. Заинтересовани страни

ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
Централна власт	Министерство на регионалното развитие и

²⁰ Министерство на културата, http://mc.government.bg/files/5495_Strategy_culture_.pdf



ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
	благоустройството; • Министерство на туризма; • Министерство на околната среда и водите.
Регионални власти	• Регионален съвет за развитие; • Регионален координационен съвети; • Областен управител на Областна администрация - Добрич.
Местни власти	• Общински администрации; • Общински съвети.
Структури на гражданското общество (НПО)	• Сдружения в обществена полза; • Асоциации в обществена полза; • Местни инициативни групи; • Браншови сдружения на бизнеса; • Организации на работодатели; • Туристически дружества; • Туристически сдружения.
Бизнес	• Туристически оператори; • Туристически агенти; • Хотелиери; • Ресторантьори; • Местен бизнес - водачество, анимация.
Природни паркове и институции	• Дирекция на природен парк „Златни пясъци“; • Дирекция „Природен парк „Русенски Лом“; • Басейнова дирекция „Черноморски район“ - Варна; • Регионална инспекция по околна среда и водите - Варна.



V. ВИЗИЯ И МИСИЯ, СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ

5.1. Визия

Визията на Обща стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич е дефинирана в съответствие с основните принципи, залегнали в Методологията за стратегическо планиране на Република България и на Румънското министерство на регионалното развитие и публичната администрация за актуализиране на действащите стратегии и планове за регионално и местно развитие. При подготовката на визията са взети предвид и добрите практики за изработване на стратегически документи в ЕС, както и опита на авторите на регионално ниво (*Методически указания, 2011 г.*).

Визията предлага картина за желаното състояние на субектите и инфраструктурата за културен туризъм в трансграничния регион, които преодоляват слабите страни и усилват силните страни на региона. Визията дава отговор на въпроса, какъв искаме да видим трансграничния регион в края на стратегическия период 2021-2030 г., след като е осъществено предлаганото в Стратегията развитие на културния туризъм в региона.

При формулиране на визията са използвани следните три принципа:

1. **Териториално сближаване** на схващанията на общините в Региона за осъществяване на промяната към балансирано развитие на културния туризъм и ефикасно управление от страна на регионалните и местните публични администрации.

2. Визията да отразява **съвместния принос на заинтересованите страни** в Региона за увеличаване на ползите от изпълнение на Стратегията за развитие на културния туризъм.

3. **Научна и професионална обосновка** за направлението на развитие, за желания еталон за сравняване и за темпа на постигане на резултати от промяна към желан и реалистичен дял на културния туризъм спрямо общия дял на туризма.

Въз основа на извършената оценка на потребностите и на предизвикателствата и съобразно горните принципи е формулирана следната визия за развитие на културния туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич:

ЧРЕЗ РАЗВИТИЕТО НА ЧЕТИРИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ МАРШРУТА НА ТЕРИТОРИЯТА НА ТРАНСГРАНИЧНИЯ РЕГИОН КОНСТАНЦА-ДОБРИЧ СЕ ОСИГУРЯВА РАЗПОЗНАВАЕМОСТ НА РЕГИОНА И ТОЙ СЕ ПРЕВРЪЩА В ПРЕДПОЧИТАНО МЯСТО ЗА КУЛТУРЕН ТУРИЗЪМ ЧРЕЗ ИЗГРАЖДАНЕ НА ЕМОЦИОНАЛНА ВРЪЗКА МЕЖДУ ДЕСТИНАЦИИТЕ И ПОТРЕБИТЕЛИТЕ. НАЛАГАНЕТО НА МАРШРУТИТЕ КАТО ПРОДУКТИ ОБЕДИНЯВА УСИЛИЯТА И ПРИВЛИЧА ПОДКРЕПАТА НА ВСИЧКИ ЗАИНТЕРЕСОВАНИТЕ СТРАНИ, С КОЕТО СЕ МАКСИМИЗИРАТ СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИТЕ ЕФЕКТИ ЗА МЕСТНОТО НАСЕЛЕНИЕ. РАЗРАБОТВАНЕТО НА МАРШРУТИТЕ КАТО ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ СЕ БАЗИРА НА УВАЖЕНИЕ КЪМ ОКОЛНАТА СРЕДА, ОПАЗВАНЕ НА БИОРАЗНООБРАЗИЕТО И УСТОЙЧИВОТО ПОЛЗВАНЕ НА ПРИРОДНИТЕ РЕСУРСИ В ЗАЩИТЕНИТЕ ЗОНИ. *Мисия*

Визията за развитие на инфраструктурата за културен туризъм в трансграничния регион обединява вижданията на партньорите за осъществяване на промяната. Тя



включва и перспективата за широко участие и обществена ангажираност за промяната. Така формулираната визия изразява желание за бъдещо подобро състояние, което се постига чрез споделено участие на всички заинтересовани лица. В този смисъл, визията изисква интегриран подход за търсене и реализиране на връзката между развитието на културния туризъм и благоденствието на общностите в региона.

5.2. Мисия

Мисията на заинтересованите страни за развитието на културния туризъм за постигане на визията отчита правомощията и възможностите за подкрепа от партньорските организации за използване на потенциала за развитие на културния туризъм в региона. Съобразно спецификите в правомощията и възможностите на местните и регионалните публични и частни организации да влияят върху процеса на развитието на културния туризъм в региона е дефинирана следната мисия в изпълнението на Стратегията:

УСКОРЕНОТО РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ, ЧРЕЗ ИЗБОР НА ПЕРСПЕКТИВНА ОРГАНИЗАЦИЯ И ЕФЕКТИВНО ПАРТНЬОРСТВО ЗА ПРИЛАГАНЕ НА „KNOW-HOW“ ОТ ВОДЕЩИТЕ РЕГИОНИ НА ЕС, В ПОДКРЕПА НА БАЛАНСИРАНОТО И УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНТЕ В ТРАНСГРАНИЧНИЯ РЕГИОН КОНСТАНЦА-ДОБРИЧ

Дефинираната мисия проектира лидерската роля на местната власт и заинтересованите страни в реализацията както на публичните политики и мерки, така и на частните, за развитието на културния туризъм. Тази мисия разширява ангажиментите и функциите на Областна администрация Добрич, Окръжен съвет Констанца и Общинските администрации в трансграничния регион да подпомагат заинтересованите страни в процеса на публично управление и да осъществяват взаимодействие в търсенето на консенсус за ускорено социално-икономическо развитие чрез успешното използване на потенциалът от развитието на културния туризъм.

5.3. Стратегически цели

Настоящите стратегически цели детайлизират визията и мисията на Стратегията. Формулирани са следните стратегически цели:

- **Стратегическа цел № 1:** Маршрутите да се развият като разпознаваеми и привлекателни дестинации на трансграничния регион Констанца-Добрич;
- **Стратегическа цел № 2:** Да се повиши качеството на съществуващите услуги, да се развият нови и да се създаде функционална свързаност на туристическите територии;
- **Стратегическа цел № 3:** Да се подобри качеството на физическата и туристическа инфраструктура на територията на четирите туристически маршрута.

Изборът на целите е осъществен в съответствие със съществуващи стратегически документи, както на европейско и национално ниво, така и на базата на съществуващи стратегически документи на регионално ниво, отнасящи се за трансграничния регион Констанца-Добрич.

Целите се базират на задълбочено познаване на състоянието и тенденциите във вътрешната и външната среда. Те са съобразени с пазарното позициониране на



интегрирания туристически продукт, конкурентите му предимства, финансови ресурси, управление, рентабилност и обществена отговорност. При определяне на целите е търсен синергичен ефект с всички действащи, новопредлагани и др. инструменти за развитие на културен туризъм в трансграничния регион Констанца-Добрич.

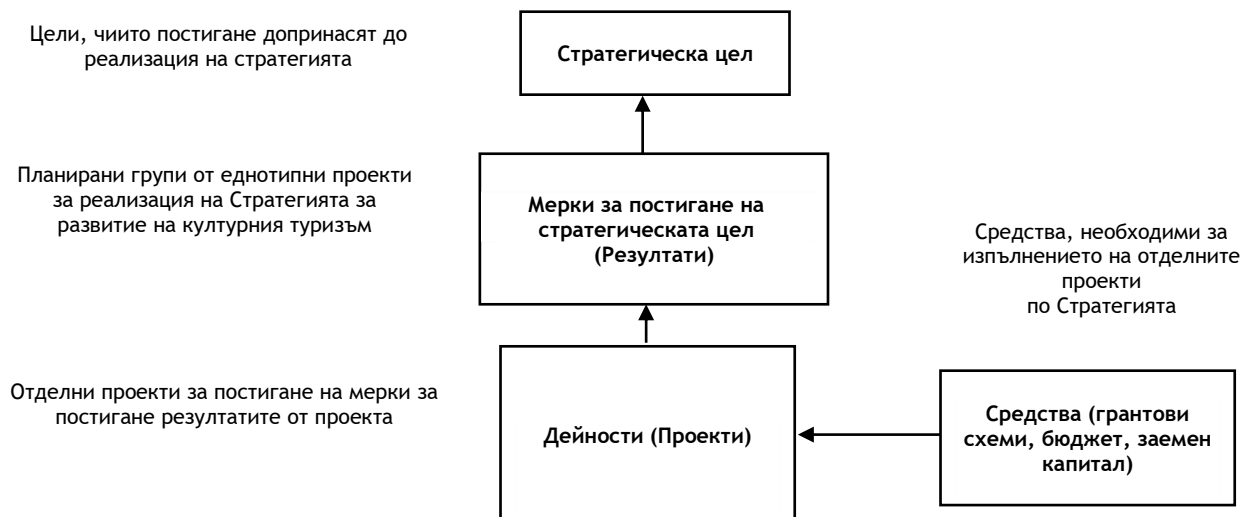
Целите се придържат към основните принципи за развитие на културния туризъм, като идеята е изпълнението им да доведе до максимум социални и икономически ползи за местните общности и минимум отрицателно въздействие върху културните обекти и околната среда.



VI. СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН

За формулиране на стратегическите цели и мерки е използван методът на логическата матрица. Следва се логиката на причинно-следствените връзки „мерки - стратегическа цел“:

Фигура 4. Схема за „извличане“ на мерки на Стратегията



- **ПЪРВА ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕНА ВРЪЗКА:** каква е конкретната цел на проекта, така че нейното изпълнение да допринесе за постигането на дадената стратегическа цел.
- **ВТОРА ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕНА ВРЪЗКА:** какви конкретни мерки (и проекти) да се планират, че да се постигне специфичната цел, а тя да допринесе за постигането на стратегическата цел.
- **ТРЕТА ПРИЧИННО-СЛЕДСТВЕНА ВРЪЗКА:** какви дейности (т.е. проекти) трябва да бъдат осъществени, за да се постигне изпълнението на планираните.

6.1. Мерки и дейности за постигане на стратегическите цели

Изпълнението на целите от стратегическата рамка на Стратегията, която обхваща период от 10 години (2021-2030 г.), се подкрепя от дейности, които тематично са групирани в 11 мерки, които обхващат стратегическото планиране, управление, наблюдение и оценка. Мерките и дейностите, заедно с индикативна времева рамка за тяхното изпълнение, са представени в **Приложение № 2**.

Изпълнението на **СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1**. Маршрутите да се развият като разпознаваеми и привлекателни дестинации на трансграничния регион Констанца - Добрич ще се осъществява чрез три групи инициативи, както следва:

Мярка 1.1: Разработване на брандове на четирите туристически маршрута и въвеждане на интегриран бранд мениджмънт в трансграничния регион (ТГР) Констанца-Добрич

Брандът като име, знак или символ се използва за идентифициране на продукти или услуги и за разграничаване от конкурентите. Той е набор от възприятия в съзнанието



на потребителя и включва всичко, което мислят и чувстват потребителите по отношение на дадена стока или услуга. Брандът е в съзнанието на потребителя и има отношение към аспектите, свързани с продукта: собствен потребителски опит, начин на живот, съвети на близки или лидери на мнения, рекламните изяви, достъпност, лекота на използване. Тоест, заедно с обозначаването на отличието от конкуренцията, брандът е в състояние да създаде потребителски предпочитания и да гради лоялност към определена марка.

Към бранда могат да се причислят всички мисли и чувства, които потребителят асоциира във връзка с продукта, дори те да нямат пряко отношение към реално или желано потребление.

Брандът на маршрутите трябва да се базира на основните характеристики на дестинацията: природа, ландшафт, хора, култура и история. Брандът се определя по начина, по който тези атрибути са възприети от потенциалните посетители и чрез емоционалната стойност, които те носят. Брандът трябва да е съобразен с реалната идентичност на дестинацията и маркетинговите средства трябва да бъдат съобразени с нея. Силният бранд води до по-добър икономически ефект от туристическата дейност. Основната цел при развиването на силен бранд е да се повиши конкурентоспособността и привлекателността на трансграничния регион Констанца-Добрич като туристическа дестинация и туристите да го предпочитат в сравнение с други подобни дестинации. Това ще допринесе за увеличаване на икономическия и социален ефект от развитието на културния туризъм за всички заинтересовани страни.

Две са ключовите стъпки за изпълнение на мярката:

1. Развиване на бранда - включва анализ на ситуацията, определяне на фокус, развитие на елементи и архитектура на бранда и популяризиране на основните му ценности. Определянето на фокус е свързано с провеждане на проучвания на приоритетните пазари с цел обобщаване на очакванията на потенциалните туристи.

2. Интегриран бранд мениджмънт - включва последователност и координация на всички нива, дългосрочен ангажимент за развитие на бранда, управление на портфолио на бранда и мониторинг на развитие на бранда.

Управлението на бранда трябва да включва набор от дейности, от които задължително следните:

- Провеждане веднъж годишно на маркетингово проучване сред представителна извадка потенциални туристи от целевите пазари, включително вътрешни и външни. Проучването ще проследява ръста на туристическите посещения, отношението на туристите към дестинацията и развитието на бизнеса на местните предприемачи година след година;
- Провеждане веднъж годишно на маркетингово проучване сред местното население в трансграничния регион Констанца - Добрич с цел да се проследи дали има промяна в икономическото развитие на общностите и на благосъстоянието на жителите;
- Процент на изпълнение на комуникационната и рекламни стратегии. Ръст на инвестициите в рекламни и комуникационни дейности;



- Измервания на продуктово ниво: Класическите измервания на ценността на бранда на продуктово ниво се осъществяват чрез сравняване на цената на аналогичен продукт без бранд с цената на еквивалентен на него брандиран продукт. При равни други условия разликите в цената се дължат на ценността на бранда;

- Измервания на потребителско ниво: Този подход цели да картографира съзнанието на потребителите и разкрие какви асоциации към бранда потребителите имат в съзнанието си. Подходът цели да измери познаването (спонтанната познатост и разбирането) и имиджа на бранда (цялостните асоциации, които брандът предизвиква). Индикатор е доколко резултатите от изследването съвпадат с предварително заложените цели в стратегическите документи.

Мярка 1.2. Реализиране на рекламни дейности

Чрез реализацията на тази мярка се предлагат различни канали и инструменти за рекламиране на маршрутите, които от своя страна ще популяризират и отделните обекти и населени места, част от тях. Рамката на рекламната ще определи възможните канали, по които може да се взаимодейства с потенциалните целеви групи. Подходящите рекламни инструменти и канали за популяризиране на туристическите маршрути са:

- PR, информационни и рекламни материали и публикации в регионални, национални и европейски медии; Регулярни публикации за предимствата на маршрутите през целият период на тяхното развитие; Покани към журналисти да ги посещават и да правят репортажи; Сегментиране на медиите и преценка на най-подходящите, в които да бъде публикувана информация;

- Участия в туристически борси и изложения съвместно с националните щандове на България и Румъния, основно на европейски туристически борси;

- Директен маркетинг - Ел. поща - и с персонализирано послание и възможност за абонамент за регулярен електронен бюлетин; Използване на услугите на специализирана маркетингова агенция, която да разполага с база данни и да осъществи директен маркетинг;

- Специализирани списания - статии и рекламни страници с възможност за прецизно таргетиране на целевите аудитории;

- Реклама чрез брошури и листовки - разпространение в местата за настаняване в трансграничния регион. Използвани езици-английски, немски, френски, румънски и български;

- Външна реклама на локации, през които минава интензивен трафик - първокласна пътна мрежа;

- Радио реклама в местни медии; Целта е насърчаване на вътрешния туризъм и предизвикване на интерес от населението от трансграничния регион;

- Банерна реклама на специализирани туристически сайтове и портали;

- Дигитално позициониране сред потенциалните туристи.

Препоръчват се сайтове като www.booking.com; www.airbnb.com;



<http://bulgariatravel.org/>, <http://romaniatourism.com/>,
<https://www.roughguides.com/>, <http://www.lonelyplanet.com/>,
<https://www.viator.com/>, <https://www.tripadvisor.com/>, а също на сайтовете на
общините, на чиято територия се намират обекти от маршрута.

Мярка 1.3. Реализиране на комуникационни дейности

В рамките на тази мярка са предвидени дейности за улесняване обмена на информация. Чрез нея се определят каналите за дистрибуция и популяризиране на туристическия продукт и се осигурява разпознаваемостта му на национално, трансгранично и международно ниво. Целта на комуникационните дейности е да бъде създадена информираност на потребителите за съществуването на трансграничния регион Констанца-Добрич като единно туристическо предложение с уникални характеристики и възможности. Тази информираност трябва да е насочена както към потенциалните потребители, така и към т.нар. „вътрешна аудитория“, която представлява заинтересованите страни.

Подходящите комуникационни канали за популяризиране на туристическия продукт са:

1.3.1 Специално събитие за медии и заинтересовани страни за оповестяване на създаването на маршрутите - при създаването на маршрутите е препоръчително да се организират специални събития за представители както на румънски и български медии, така и на европейски медии. На това събитие ще се представят маршрутите, стратегията за развитие и промоциране и ще имат възможност за минат по част от тях, включващи обекти като в Румъния, така и в България. Опитът от първо лице ще спомогне за по-добро представяне на предимствата на маршрута и ще превърне журналистите в негови естествени посланици.

1.3.2 Създаване и развиване на туристическа гео-информационна онлайн платформа - това е онлайн базиран софтуер, който има за цел да популяризира, систематизира и каталогизира туристическите услуги на територията на трансграничния регион Констанца-Добрич. Платформата представлява система за управление на съдържанието (Content Management System), която позволява на местните представители на туристическия бранш автономно да добавят, редактират, развиват и промотират напълно безплатно туристическите си обекти без значение от какъв тип са. Целите на софтуера са да предостави безплатен достъп до строго специализирани функционалности, които позволяват управлението на процесите в туристическата сфера, като например - разработка на уеб страници на хотели, къщи за гости, ресторанти, музеи, галерии и други, които обикновено са изключително скъпи и представляват инвестиционна трудност за собствениците и мениджърите на такъв тип обекти. Същевременно са от изключителна важност, тъй като информационните канали в момента, както и достигането до краен потребител се извършва изключително в онлайн среда. Системата ще се разработи на принципа на социална мрежа, която се поддържа от потребителите си. Административната поддръжка ще се изразява в минимална намеса от страна на операторите по отношение на премахване на евентуално появил се зловреден код, както и чисто от гледна точка на моделиране по отношение на агресивни коментари, нелоялни отзиви и т.н.

1.3.3 Събитиен календар на общините, природни паркове и други заинтересовани



страни, които да се използва като база за специализирани оферти от туристическия бизнес.

1.3.4 Статии, интервюта, коментари и анализи, коментари на „трета страна“, продуктова информация.

1.3.5 Разработване на Канал в YouTube с обучителни видео материали; предоставяне на възможност на туристите сами да качват в канала видео съдържание от пътуването в рамките на маршрутите. Възможност за споделяне на видеата и в други социални мрежи.

1.3.6 Създаване и развиване на профили в социални мрежи и блогове, които успешно се съчетават с други дигитални канали и комуникационни активности. Ангажиране на знаменитости и популярни лица, които да се превърнат в посланици на бранда на маршрутите - за целта е добре да се привлекат популярни лица не само от България и Румъния, но и такива с влияние в страните, които представляват целеви пазари. Преминаването по маршрута или по части от него и споделянето на преживяването в социални мрежи, рекламни материали и телевизионни предавания безспорно ще допринесе за изграждането на позитивна познатост на маршрутите и ще помогне за ръст на намерението у потенциалните туристи до го посетят. Преливането на положителен имидж от страна на известните личности би било работещ похват, който ще подсили останалите маркетингови инструменти.

1.3.7 Информационни кампании в социални мрежи; споделяне на видео и снимки, възможност за споделяне на съдържание от страна на посетилите маршрутите. Отделяне на бюджет за спонсориране на съдържанието, така че то да достигне до максимално широка аудитория.

Изпълнението на **СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 2. Да се повиши качеството на съществуващите услуги, да се развият нови и да се създаде функционална свързаност на туристическите територии** ще се осъществява чрез четири групи инициативи:

Мярка 2.1. Обучения на заинтересованите страни

Мярката цели обучението на заинтересованите страни от трансграничния регион относно съвременните тенденции на предлагане на културно туристически продукти - за хотели, ресторанти и ТИЦ. Тя ще подпомогне създаването на туристически пакети. Чрез нея целевите групи в подробности ще се запознаят с туристическите маршрути.

Мярка 2.2. Периодично информиране на туристическия бранш

Мярката цели на всеки шест месеца туристическия бранш да бъде информиран за развитието на бранда, за предложения за изготвяне на туристически пакети, базирани на ценовата стратегия.

Основните тематик, които партньорските организации следва да се информират, са въпросите свързани с: *концесиониране, либерализация, изграждане на пазарно-ориентирани подходи, осигуряване на прозрачни и недискриминационни условия за достъп до пазара, осигуряване на условия за лоялна конкуренция, търсене на спешни и ефективни решения за проблема с дефицита на кадри в сектора и др.*



Мярка 2.3. Подобряване организацията и повишаване качеството на ежегодно провеждащите се фестивали, конкурси и други културни събития, част от туристическите маршрути

Достъпът до международни иновации и постижения, както и обмяната на опит с частни и публични институции от сферата на изследваната проблематика, е важна предпоставка за успешното развитие на ежегодно провеждащите се фестивали, конкурси и други културни събития, част от туристическите маршрути. Причината е огромната нужда от инвестиции в интелигентно знание, образование и обучение за развитие на тази сфера. А обменът на опит за протичането на процеса за развитие на културния туризъм чрез участие в изложения, борси и обучения е важен за придобиването на увереност от изпълнителите, че могат успешно да развият тази интелигентна дейност, включително и съвместно с регионални и международни партньори.

Мярката е подходяща и за обучения на туристически водачи, аниматори, за владеење на чужди езици.

Мярка 2.4. Подобряване на системата за достъп до информация на потенциални инвеститори в сферата на културния туризъм

Всички очертани до момента предложения за действие от страна на партньорските организации налагат постоянно надграждане на придобити знания и опит в работата по различните аспекти на планирането и реализацията на политики и проекти в областта на културния туризъм. По-конкретно, очертана е необходимост от повишаване знанията и уменията включени в системата за подобряване достъп до информация на потенциални инвеститори в областта на културния туризъм. За целта е предвидено представители на целевите организации да участват в национални и международни обучения по въпроси, свързани с подобряване системата за достъп до информация на потенциални инвеститори в сферата на културния туризъм.

Изпълнението на **СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 3. Да се подобри качеството на физическата и туристическа инфраструктура на територията на четирите туристически маршрута** ще се осъществява от 4 групи дейности, които са насочени за решаване на действащите в сферата на културния туризъм предизвикателства.

Мярка 3.1. Инвестиции за опазване на обектите

В тази мярка са предвидени дейности за опазване на биоразнообразието в съществуващата природа; опазване на защитените зони; почистване на пясъчната ивица от замърсяване; опазване на морската вода; опазване запасите от лечебна кал от изчерпване; опазване на съпътстващата флора и фауна; опазване популациите на всички редки и застрашени представители на флората и фауната; опазване на археологическите находки; извършване на системна инвентаризация чрез специализирани методики - необходимо е дори в случай на кражба, нелегален износ или подмяна; включване в глобална система от практически мерки и технически съоръжения за сигурност; създаване на най-съвременни условия и форми на консервация; създаване на пречиствателни станции; поставяне на знаци за безопасност на движението; поставяне на кошчета за отпадъци; проучване и паспортизация на обектите; обезопасяване на достъпа до обектите за туристи;



поставяне на инструкционни поведенчески табели; поставяне на видеонаблюдение; осигуряване на охрана; дигитализация на музейните фондове; завеждане на движимите културни ценности в инвентарни книги и регистри; създаване и спазване на регулаторните условия за съхранение и противопожарна охрана и др.

В Приложение № 1 „Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич“ за всеки един обект от четирите маршрута е описана точно каква дейност е необходима по тази мярка.

За успешното изпълнение на мярката е необходима много добра координация в дейностите, извършвани от заинтересованите страни.

Мярка 3.2. Инвестиции за възстановяване и съхранение

Мярка 3.2 е своеобразно продължение на предходната мярка, като фокусът тук са дейностите, свързани със Спазване на регулаторните условия за съхранение на движимите културни ценности (температура- влажност, светлина, санитарно-хигиенни); консервация, реставрация, видеозаснемане, дигитализация на движимите културни ценности; разработване на виртуални каталози; текущо консервиране и реновиране на обектите; конструктивно укрепване; създаване на архив за обичая; събиране и записване на легенди, свързани с обекта и разказани от местните жители; прилагане на изискуеми според Натура 2000 мерки, за запазване или възстановяване на благоприятния природозащитен статус на естествените местообитания и популациите на диви животински и растителни видове; провеждане на теренни археологически проучвания; консервационни и реставрационни дейности; контролиран достъп до обекта; балансирано социализиране и експониране на защитената територия; изграждане на екопътеки, прогледни площадки и кули за наблюдение на птици; прилагане на изискуеми, според Натура 2000, мерки за запазване или възстановяване на благоприятния природозащитен статус на естествените местообитания и популациите на диви животински и растителни видове.

В Приложение № 1 „Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич“ за всеки един обект от четирите маршрута е описана точно каква дейност е необходима по тази мярка.

За успешното изпълнение на мярката е необходима много добра координация в дейностите, извършвани от заинтересованите страни.

Мярка 3.3: Инвестиции за насърчаване осигуряването на видимост

В тази мярка са предвидени дейности за поставяне на указателни табели; поставяне на информационни табели; поставяне на карти на зоната; осигуряване на централно осветление; изграждане на асфалтов път до самите обекти; поставяне на билбордове; прецизно разположение и четимост на текстовете, съпровождащи музейните експонати; поставяне на атрактивно осветление; поставяне на информация за достигане до местността в сайта на организаторите; поставяне на тематична украса.

В Приложение № 1 „Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич“ за всеки един обект от четирите маршрута е описана точно каква дейност е необходима по тази мярка.

Мярка 3.4. Инвестиции в подобряване на достъпността на обектите



Актуалното състояние на достъпността на голям брой от обектите на туристическите маршрути е все още далече от желаното. Предстои да се извърви дълъг път, който изисква големи по мащаб инвестиции за изграждане и реновиране на довеждаща и съпътстваща инфраструктура като пътища, улици, осветление, обособени пешеходни пространства, екопътеки, велоалеи и др.

В Приложение № 1 „Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич“ за всеки един обект от четирите маршрута е описана точно каква дейност е необходима по тази мярка.

6.2. Програма за реализация

Програмата за реализация на Стратегията дава по-конкретна информация за изпълнението на заложените мерки, като структурата ѝ следва йерархията на конкретната стратегическа цел. За постигане на стратегическите цели са представени планираните мерки. Изпълнението на програмата за реализация е базирано на наличните ресурси и на кръга от възможности за въздействие на различните заинтересовани страни.

Към програмата за реализация е представен и бюджета, необходим за реализирането ѝ. Всяка дейност е остойностена и са посочени възможните източници за финансиране. Поради факта, че периодът на изпълнение на Програмата започва от началото на програмния период 2021-2027 г., понастоящем не е възможно да се определят конкретните финансови източници и индикативния размер на публични средства. Предвид на това, и за осигуряване на възможност за изпълнение на Програмата с минимални ограничения, за всяка една дейност са посочени повече от един вид възможен финансов източник.

Програмата за реализация съдържа и план-график за реализация на заложените мерки по години, който е съобразен с факта, че документът е дългосрочен и поради това е необходимо да се предвиди времеви „буфер“ за реализирането на съответната мярка. За прегледност и по-лесна употреба, програмата за реализация на Стратегията е изготвена в табличен вид и е представена в *Приложение № 3*.



VII. ИНДИКАТИВНА ФИНАНСОВА ТАБЛИЦА

Индикативната финансова таблица е разработена на ниво мерки, като са представени конкретните и необходими финансови ресурси за реализацията на Стратегията. Необходимите финансови ресурси за реализиране на този дългосрочен документ възлизат на 16,185,000.00 евро. Те са изцяло съобразени с изискванията за допустимост на бенефициенти по настоящите национални и европейски фондове, световни и европейски финансови инструменти за финансиране, както и с приоритетите и заложените бюджети към момента. Във връзка със заложените финансови ресурси е необходимо да се направят следните уточнения:

(1) Поради това, че настоящият стратегически документ се разработва в условията на приключващ програмен период, то финансовите ресурси са заложили чисто индикативно и в съответствие със сега действащите оперативни програми и законодателна рамка за финансиране с публични средства;

(2) Програмата за реализация на Стратегията и нейната индикативна финансова рамка не съдържат график за провеждане на отчуждителни процедури и съгласувателни процедури;

(3) В програмата за реализация на Стратегията и нейната индикативна финансова рамка не са посочени операции от съответна оперативна програма, тъй като последните все още не са известни.

Индикативната финансова таблица, обобщаваща необходимите ресурси за реализация на Стратегията е представена в **Приложение № 4**.



VIII. ФИНАНСОВО ОБЕЗПЕЧАВАНЕ НА ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА СТРАТЕГИЯТА

За целесъобразното насочване на финансовите потоци и обезпечаване на реализирането на разработената Стратегия е необходимо да се направи обстоен анализ на възможностите за финансиране.

Релевантните източници могат да се обособят в следните групи:

- **Национални публични средства:**
 - ✓ Местен бюджет;
 - ✓ Централен бюджет;
 - ✓ Национални фондове.
- **Външни публични средства:**
 - ✓ Национални оперативни програми;
 - ✓ Европейски фондове;
 - ✓ Европейски програми.
- **Публично-частно партньорство.**

Преди извършване на по-детайлен анализ на финансовите средства, необходими за обезпечаването на Стратегията, трябва да се направят следните уточнения:

- Настоящият анализ е направен в контекста на неспецифицирани условия и неочертани изисквания за допустимост на инвестиции и бенефициенти по отношение на европейските и национални фондове. Това се дължи на факта, че Стратегията е разработена в края на действащия програмен период 2014-2020, но същевременно обхваща един по-дългосрочен период на изпълнение - 2021-2030 г, за който след 2020 г. няма официални приети рамки и условия за функциониране на финансовите програми на ЕС. Поради това, за целите на прегледа на финансовите източници ще се разгледат съществуващите към 2020 г. Очакванията са да няма съществени отклонения от досега регламентирания изисквания за вид на бенефициентите и проектите. Тук е необходимо да се посочи, че с изключение на финансовите източници от частен и публично-частен характер, бенефициентите могат да бъдат потенциални ползватели на средства от другите разгледани в анализа финансови източници или като партньори на коалиционен проект с водеща организация местна/регионална власт или като самостоятелни бенефициенти. Детайлните параметри за допустимостта и условията за кандидатстване за получаване на подобна помощ, обаче, са обект на специфициране в конкретни покани за кандидатстване;

- Обезпечаването на по-голямата част от дейностите на Стратегията е възможно да бъде по линия на частните инвестиции или собствени средства, с оглед реализирането на възможно най-голям ресурс. В настоящата социално-икономическа реалност и при ограничените ресурси на публичния сектор, е необходимо все по-интензивно да се търси развитие на сътрудничество с частния сектор. В допълнение последните тенденции по отношение на европейското финансиране са насочени към намаляване значително дела на финансиране чрез грантове и увеличаване на дела на



финансиране чрез собствени средства, национално финансиране и/или финансови инструменти.

8.1. Национални публични средства

8.1.1. Програма „Държавни инвестиционни заеми“ на Република България

Програма държавни инвестиционни заеми е разполагаемият ресурс, който се регламентира чрез съответните постановления за годишното изпълнение на държавния бюджет на Република България и в съответствие със Закона за публичните финанси.

Държавно гарантирани заеми са заемите на база на финансови договори между правителството на Република България и съответната финансираща институция. От държавните инвестиционни заеми могат да се възползват бенефициенти частни дружества и първостепенни разпоредители на бюджет.

8.1.2. Фонд „Научни изследвания“ на Република България

Фонд „Научни изследвания“ (ФНИ) има за цел да подкрепя проекти и дейности за насърчаване на научните изследвания, съобразени с ратифицирани рамкови програми с определени приоритети на Европейския съюз, както и със „Стратегията за развитие на науката в България“ до 2020 г.

ФНИ насърчава научните изследвания като:

- Подпомага финансово научните организации и висшите училища на базата на проектно-програмно финансиране;
- Финансира проекти, разработки и демонстрационни проекти в определените от Фонда научни направления;
- Финансира проекти, разработки и демонстрационни проекти на млади учени.

8.1.3. Местни бюджети и Държавен бюджет

Варианти за финансиране на проекти в сферата на туризма са държавните и местни бюджети на страните-партньори. Така например, локални, но ключови инфраструктурни проекти могат да бъдат финансирани от бюджетите на съответните области/ окръзи, в съответствие с отговорностите на местната власт по отношение изграждане на подходяща инфраструктура за оползотворяване на потенциала за развитие на културния туризъм в региона.

Държавният бюджет дава възможност чрез бюджетите на министерства и ведомства, регионални институции и публични власти, в рамките на компетентността им и отговорностите по отношение развитието на културния туризъм да предоставят помощ за проекти от регионално, национално и трансгранично значение.

8.2. Външни публични средства

Съгласно Регионалната (Кохезионната) политика на ЕС, структурните фондове на ЕС са основни инструменти за сближаване между регионите чрез микро икономическо



развитие на социално-икономическите сектори, на администрацията, на земеделието и селските райони. При сегашната структура за управление, фондовете се управляват под формата на единна философия и методически правила.

Основните структурни фондове за финансиране на проекти за развитие на културния туризъм в страните от ЕС са Европейският фонд за регионално развитие (European Fund for Regional Development) и Европейският земеделски фонд за развитие на селските райони (European Agricultural Fund for Rural Areas Development).²¹

Двата фонда финансират отделни оперативни програми (ОП) в България и Румъния, които по принцип финансират проекти от едни и същи или типови направления на въздействие. В някои специфични случаи за една схема от ОП е възможно финансиране и от двата структурни фонда. Използват се предимно т.нар. грантови схеми за финансиране, при които съфинансирането от ЕС има преобладаващ относителен дял, най-често 85-90% от обема, а местното съфинансиране е 10-15% като национален принос или самоучастие на бенефициента.

Предложенията за финансиране на проекти по ОП се обсъждат на регионално или местно равнище, като необходимо условие за това е съответствието на проекта с документите - Областна стратегия за развитие и Общински план за развитие.

Допълнителни източници на проектно финансиране през настоящия програмен период 2014-2020 г. са т.нар. финансови инструменти (фондове), които допълват структурните фондове. Такива са Европейската банка за възстановяване и развитие (European Bank for Reconstruction and Development), Европейската инвестиционна банка (European Investment Bank) и отделни техни схеми (операции). Тези по принцип частни финансови институции с акционерно участие от ЕС предлагат смесено финансиране (проектен заем и по-малко безвъзмезден грант), чрез което се цели повишаване на финансовата отговорност за целесъобразност на разходите за проекти. Част от „спестените“ от грантовете средства се оползотворяват за създаване на гаранционни фондове, чрез които се облекчават бенефициентите при ползване на заемно финансиране за изпълнение на проекти по грантови схеми. Такава се очакват и перспективите за финансиране на проекти през следващия период 2021-2027 г.

8.3. Публично-частно партньорство (ПЧП)

Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР) дефинира публично-частните партньорства (ПЧП) като дългосрочни договорни споразумения между правителството и частен партньор, при които последният осигурява и финансира публични услуги с помощта на капиталов актив, като споделя присъщите рискове. Това широко определение показва, че ПЧП могат да бъдат насочени към постигането на множество цели в различни сектори, като например транспорт, социално жилищно настаняване и здравеопазване, както и да бъдат структурирани около различни подходи.

ПЧП не се различават по своя характер и резултати от традиционно възложените проекти, но имат някои разлики по отношение на управлението на проектите и

²¹ www.ec.europa.eu/regional_policy; www.eurofunds.bg; www.bgregio.eu



договорите. Основната разлика между ПЧП и традиционните проекти е при разделянето на риска между партньорите от публичния и от частния сектор. По принцип рисковете при един проект за ПЧП следва да бъдат разпределени за страната, която разполага с най-подходящи инструменти за тяхното управление, като целта е да се постигне оптимален баланс между изместването на риска и компенсацията за страната, която го понася. Партньорът от частния сектор често отговаря за рисковете, свързани с проектирането, изграждането, финансирането, експлоатацията и поддръжката на инфраструктурата, докато партньорът от публичния сектор обикновено поема регулаторните и политическите рискове.

Най-често срещаната форма на ПЧП е DBFMO (акроним от английски език за „Design - Build - Finance - Maintain - Operate“ – проектиране, изграждане, финансиране, поддръжка, експлоатация). При него партньорът от частния сектор е натоварен с изпълнението на всички етапи на проекта от проектирането до изграждането, експлоатацията и поддръжката на инфраструктурата, в т.ч. набирането на средства. Тази дългосрочна перспектива е известна също и като „подход на жизнения цикъл“.

Публично-частните партньорства (ПЧП) мобилизират частния и общественния сектор за предоставяне на стоки и услуги, които традиционно се предоставят само от публичния сектор, като по този начин облекчават строгите бюджетни ограничения за извършване на публични разходи.

Изпълнението на успешни проекти за ПЧП изисква значителен административен капацитет, който може да бъде осигурен единствено чрез подходяща институционална и правна рамка и дългосрочен опит в работата с такива проекти.



IX. СИСТЕМА ЗА МОНИТОРИНГ И МЕТОДОЛОГИЯ ЗА АКТУАЛИЗАЦИЯ НА СТРАТЕГИЯТА

9.1. Система за мониторинг

Наблюдението и оценката на изпълнението на Стратегията се извършва с цел постигане на ефективност и ефикасност при изпълнение на заложените мерки и дейности, които попадат в обхвата ѝ. Чрез разработването и последващото прилагане на системата се цели да се гарантира постоянно наблюдение на резултатите, заложен в стратегическия документ и да ги популяризира. Процесът на мониторинг изисква набирането на количествени и качествени данни за изпълнение на съответните дейности. Чрез системата за мониторинг се цели да се предостави на компетентните национални, регионални и местни органи в трансграничния регион Констанца-Добрич, както и на всички заинтересовани страни, редовна информация за напредъка по постигане на заложените цели и резултати. Основната цел е да се идентифицират отклоненията или рисковите зони при изпълнението на заложените дейности, като по този начин се подобри осъществяването на Стратегията и се улесни/подобри по-нататъшното развитие на процеса на изпълнение.

Наблюдението има за цел да проследи изпълнението на Стратегията, като компонентите, които трябва да бъдат наблюдавани са:

- Разпределение на изпълнението на конкретни проекти във времето;
- Разпределение на финансовото изпълнение на Стратегията;
- Оценка на ефективност и ефикасност на изпълнението на Стратегията.

Оценката на изпълнението на Стратегията се извършва чрез сравняване на постигнатите резултати с данните за изходното състояние и базисния сценарий. Освен обективните технически и икономически резултати е необходимо да бъдат отчетени и не подлежащите на количествена оценка резултати, както и косвените резултати.

С прилагането на Системата за наблюдение и оценка Областна администрация Добрич, Окръжен съвет Констанца и общините от региона ще постигнат по-висока ефективност при:

- Определянето на даден проблем или идея и вникването в свързаните с тях обстоятелства и контекст и преобразуването на първоначалната идея в стратегическа визия и ценности;
- Осъществяването на наблюдението и оценката на постигнатия напредък при изпълнението на проектите от Стратегията и постигането на планираните ѝ резултати.

Мониторингът на Стратегията може да бъде условно разделен на вътрешен и външен.

Външният мониторинг се извършва от оперативния екип (част от Трансграничния комитет по наблюдение на Стратегията) под ръководството на ръководителите на Областна администрация Добрич, на Окръжен съвет Констанца и на общините от региона. При него се акцентира върху разпределението на наличните ресурси, разходването на отпуснатите средства, изпълнението на задачите, спазването на



сроковете, възникването на непредвидени обстоятелства, предлагането на уместни промени, внасянето на своевременно корекции, както и върху установяването на действителния напредък в прилагането на Стратегията.

Вътрешният мониторинг трябва да бъде въведен като периодично повтаряща се дейност на членове от оперативния екип, определени от ръководителите на Комитета, ангажирани с изпълнението и прилагането на Стратегията.

Външният мониторинг се възлага от Ръководителите на Комитета на външни за Комитета експерти или организация. Той създава допълнителна сигурност по отношение на независимостта, откритостта, обективността и прозрачността при оценката на междинните и крайните резултати. При осъществяването на външния мониторинг е от изключителна важност да се включат всички заинтересовани страни и целеви групи, към които е насочена Стратегията.

Оценката е задължителен елемент и е част от процеса на изпълнение на Стратегията.

В зависимост от целта на оценяването - дали е за подобряване на планирането, за проверка на изпълнението или за постигане на по-голяма отчетност - и времевият момент на оценката се различават **предварителна (Ex-ante), междинна и последваща оценка.**

Оценката е периодична проверка за **съответствието, ефикасността, ефективността, въздействието, устойчивостта** на Стратегията, съобразно предварително определените цели. Тя се основава на текущите доклади, изготвени по време на прилагането, но може да включва и допълнителни проучвания от външни наблюдатели.

Основната цел на оценяването е подобряване опита на Комитета в планирането и прилагането на Стратегията, поради което основните цели на оценяването на Стратегията е свързано с планиране, изпълнение и отчетност. Оценката е от важно значение, за да се идентифицират тенденциите, да се проследява прогресът, да се извлекат поуки, да се синхронизират действията с променящите се условия, да се отговори на новите предизвикателства, да се осигури отчетност и не на последно място да се развие капацитет чрез учене.

Основните критерии, които се използват за постигане на обективна преценка, са критериите за **приложимост, обоснованост, ефективност, ефикасност, въздействие и устойчивост.**

Извършването на оценката, се извършва на три етапа - предварителна оценка, междинна оценка и последваща оценка.

Предварителна оценка - основна цел на предварителната оценка е да се подобри качеството на стратегическия документ по отношение на адекватността на стратегическата част, предвидените ресурси за постигане на планираните цели и приоритети, ефективността на системата за управление на плана, както и съобразяването с политиките на европейско ниво, националните политики, регионални, областни/окръжни политики в съответния сектор и съгласуваността и синхронизацията на Стратегията с другите приети вече политики и програми на европейско, национално, регионално, областно/окръжно и местно ниво.



Междинна оценка - междинната оценка е задължителна за плановите документи. Междинната оценка е важен инструмент за систематична оценка на резултатите от изпълнението им след началото на периода на тяхното действие, като се оценява напредъка по постигането на заложените цели. Целите и оценките при различните фази на оценителния цикъл са различни и ключовите въпроси, на които трябва да се даде отговор при различните видове оценки, се различават.

Последваща оценка - определянето на ясни и обективни критерии има важно значение за извършване на качествена междинна и последваща оценка на изпълнението на Стратегията. Отчитането на постигнатите резултати, съгласно определените критерии, е съществено изискване и при изготвянето на окончателния доклад за изпълнението на Стратегията.

9.2. Методология за актуализация на Стратегията

9.2.1. Механизъм за актуализация на Стратегията

Общата стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич 2021-2030 г., е дългосрочен документ със срок на изпълнение от 10 години, което обуславя необходимостта, в хода на неговото изпълнение, той да бъде редовно и системно актуализиран вследствие на извършени оценки.

Механизмът дава рамката и стъпките за актуализация на стратегическия документ. Актуализирането на Стратегията, се налага вследствие на дългосрочното ѝ планиране и динамичните процеси и реформи, които се извършват в развитието на социално - икономическите процеси в трансграничен регион Констанца-Добрич.

Целта на механизма е да подпомага Ръководителите на предложената структура за управление - Трансграничен комитет по наблюдение на Стратегията (ТКНС) - да управляват и регулират процеса на актуализация, вследствие на направени препоръки от периодични или междини оценки на Стратегията, както и при инициране на актуализация от страна на представители на заинтересованите страни.

9.2.2. Методология за актуализация на Стратегията

Това е част от процес, при който е необходимо да се очертаят ясни и конкретни правила за разработване и внасяне на предложения за промени в Стратегията. Обособяват се две отделни процедури:

9.2.2.1. Процедура за актуализация, когато инициатор на предложението за актуализация е от Ръководителите на ТКНС

- Събиране на необходимата информация, консултация с експерти от заинтересованите страни;
- Оперативните екипи подготвят първичното предложение за решение, което се съгласува с Ръководителите на Комитета, които подписват предложението и документацията, свързана с него;
- Разпространяване на изготвеното първично предложение за Актуализация;
- Организиране при нужда на срещи, групови дискусии и други форми на



обсъждане на направените предложения и придружаващата ги документация;

- Събиране на обратна връзка от заинтересованите страни за съгласие, несъгласие или промени за подкрепа на направеното предложение за решение;
- Финализиране на предложението за актуализация с обосновка от Ръководителите на ТКНС;
- Вземане на решение от управителните органи на партниращите си организации;
- Към вече актуализираната стратегия следва да бъде приложена цялата документация и протокола от проведените срещи на Комитета и протокол за приемане на актуализацията от управителните органи на партниращите си организации.

9.2.2.2. Процедура за актуализация на Стратегията, когато инициатор на предложението за актуализация са представители на заинтересованите страни

- Предложението за актуализация се представя на нарочна работна среща на Комитета от съответните представители на заинтересованите страни;
- Ръководителите на Комитета правят предложение до управителните органи на партниращите си организации за актуализиране на Стратегията, в което трябва да бъдат описани промените със съответната обосновка, причини и аргументация за необходимостта от промяната/промените;
- Внесеното предложение за актуализация се разглежда и гласува от управителните органи на партниращите си организации, и се взема решение дали да стартира процеса на актуализация;
- Оперативните екипи изготвят актуализираната стратегия.

При актуализирането на Стратегията, независимо от инициатора, от съществено значение е осигуряването на публичност и партньорство в процеса на актуализация на Стратегията, като оперативните екипи в България и Румъния са отговорни за:

- Провеждането на широко обсъждане на актуализирания документ за изпълнение на Стратегията за остатъка от периода на действие - екипите изготвят всички материали и презентации свързани с обсъждането и техни членове участват в провеждането му;
- Оперативните екипи подготвят за публикуване на сайтовете на партниращите си организации всички материали, свързани с провеждане на обществените обсъждания, които се публикуват най-малко 10 дни преди провеждане на обсъждането;
- След приемане на актуализирания документ от управителните органи на партниращите си организации, Ръководителите следят за публикуването му на сайтовете на партниращите си организации.



Х. ИЗПОЛЗВАНИ ЛИТЕРАТУРНИ ИЗТОЧНИЦИ

1. Актуализация за 2018 г. на Националната програма за реформи на Република България в изпълнение на Стратегия „Европа 2020“;
2. Актуализирана Национална стратегия за демографско развитие на населението в Република България (2012-2030 г.), РМС;
3. Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. и План за действие към нея за периода 2017- 2020 г. с Решение № 65 от 2 февруари 2018 г. на Министерския съвет;
4. Европейска комисия, Европейска година на културното наследство, препоръки за устойчив културен туризъм;
5. Евростат;
6. Концепция за туристическо райониране на България на основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), утвърдена със Заповед № Т-РД-16-103/ 11.03.2015 г. от министъра на туризма;
7. Културен туризъм - продуктов анализ;
8. Лулански, В., Културен туризъм, 2011 г.;
9. Националната програма за развитие: България 2020;
10. Националната стратегия за младежта (2012-2020 г.);
11. Национална стратегия за учене през целия живот (2014-2020 г.);
12. Национална стратегия за намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване 2020;
13. Национален статистически институт, България;
14. Областна стратегия за развитие на Област Добрич за периода 2014-2020 г.;
15. Общински план за развитие на Община Балчик 2014-2020 г.;
16. Общински план за развитие на Община Генерал Тошево 2014-2020 г.;
17. Общински план за развитие на Община Добрич 2014-2020 г.;
18. Общински план за развитие на Община Добричка 2014-2020 г.;
19. Общински план за развитие на Община Каварна 2014-2020 г.;
20. Общински план за развитие на Община Крушари 2014-2020 г.;
21. Общински план за развитие на Община Тервел 2014-2020 г.;
22. Общински план за развитие на Община Шабла 2014-2020 г.;
23. Новата политика на ЕС: Регионално развитие и сближаване след 2020 г.;
24. Програма за устойчиво развитие за периода до 2030 г. на ООН;
25. Ричардс, Г., Културен туризъм: Преглед на последните изследвания и тенденции, Списание за хотелиерство и управление на туризма, брой 36, септември



2018 г.;

26.Световна туристическа организация, Световен барометър по туризъм, том 17, брой 1, януари 2019 г.;

27.Специален Евробарометър 466: Културно наследство, декември 2017 г.;

28.Стратегия на ЕС за Дунавски регион;

29.Стратегически план за развитието на културния туризъм в България, приет с Протокол № 40.8 на Министерския съвет от 14.10.2009 г.;

30.Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г.;

31.Флаш Евробарометър 432: Предпочитанията на европейците към туризма, март 2016 г.

ХІ. ПРИЛОЖЕНИЯ

1. Приложение № 1. Списък с културни активи (материални и нематериални) на територията на Област Добрич;

2. Приложение № 2. Списък, включващ различните институции, организации, групи и индивиди, които могат да имат отношение и/или да въздействат върху основните политики, и/или върху които изпълнението на тези политики може да окаже влияние;

3. Приложение № 3. Програма за реализация на Обща стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич;

4. Приложение № 4. Индикативна финансова рамка за реализация на Обща стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич.

07.05.2020 г.

гр. Шумен

Станислав Стоянов, Управител на
„ТОНУС 21“ ЕООД



Приложение № 4. Индикативна финансова рамка за реализация на Обща стратегия за културен туризъм в трансграничния район Констанца-Добрич

Период 2021-2030 г.	Собствено и местно публично финансиране			Външно публично финансиране						Частно финансиране		Общо
Мярка	Местен бюджет	Държавен бюджет	Общ дял (%)	Централен бюджет	Общ дял (%)	Фондове на ЕС	Общ дял (%)	Други източници	Общ дял (%)	пчп/друго частно финансиране	Общ дял (%)	
СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1: Маршрутите да се развият като разпознаваеми и привлекателни дестинации на трансграничния регион Констанца - Добрич												€ 650,000.00
Мярка 1.1. Разработване на брандове на четирите туристически маршрута и въвеждане на интегриран бранд мениджмънт в трансграничния регион (ТГР) Констанца-Добрич	€ 100,000.00	€ 100,000.00	100%		0%	€ -	0%		0%		0%	€ 200,000.00
Мярка 1.2.: Реализиране на рекламни дейности	€ 70,000.00	€ 70,000.00	93%		0%	€ -	0%		0%	€ 10,000.00	7%	€ 150,000.00
Мярка 1.3.: Реализиране на комуникационни дейности	€ 140,000.00	€ 140,000.00	93%		0%	€ -	0%		0%	€ 20,000.00	7%	€ 300,000.00



Период 2021-2030 г.	Собствено и местно публично финансиране			Външно публично финансиране						Частно финансиране		Общо
Мярка	Местен бюджет	Държавен бюджет	Общ дял	Централен бюджет	Общ дял	Фондове на ЕС	Общ дял	Други източници	Общ дял	ПЧП/друго частно финансиране	Общ дял	
			(%)		(%)		(%)		(%)		(%)	
СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 2: Да се повиши качеството на съществуващите услуги, да се развият нови и да се създаде функционална свързаност на туристическите територии												€ 1,935,000.00
Мярка 2.1.: Обучения на заинтересованите страни		€ 75,000.00	25%		0%	€ 225,000.00	75%		0%		0%	€ 300,000.00
Мярка 2.2.: Периодично информиране на туристическия бранш	€ 20,000.00	€ 30,000.00	100%		0%	€ -	0%		0%		0%	€ 50,000.00
Мярка 2.3.: Подобряване организацията и повишаване качеството на ежегодно провеждащите се фестивали, конкурси и други културни събития, част от туристическите маршрути	€ 1,500,000.00	€ -	100%		0%	€ -	0%		0%	€ -	0%	€ 1,500,000.00



Период 2021-2030 г.	Собствено и местно публично финансиране			Външно публично финансиране						Частно финансиране		Общо
Мярка	Местен бюджет	Държавен бюджет	Общ дял (%)	Централен бюджет	Общ дял (%)	Фондове на ЕС	Общ дял (%)	Други източници	Общ дял (%)	пчп/друго частно финансиране	Общ дял (%)	
Мярка 2.4.: Подобряване на системата за достъп до информация на потенциални инвеститори в сферата на културния туризъм		€ 25,000.00	29%		0%	€ 60,000.00	71%		0%		0%	€ 85,000.00
СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 3: Да се подобри качеството на физическата и туристическа инфраструктура на територията на четирите туристически маршрута												€ 13,600,000.00
Мярка 3.1.: Инвестиции за опазване на обектите	€ 300,000.00	€ 200,000.00	42%	€ 300,000.00	25%	€ 300,000.00	25%		0%	€ 100,000.00	8%	€ 1,200,000.00
Мярка 3.2.: Инвестиции за възстановяване и съхранение	€ 400,000.00	€ 400,000.00	22%	€ 1,200,000.00	33%	€ 1,200,000.00	33%		0%	€ 400,000.00	11%	€ 3,600,000.00
Мярка 3.3.: Инвестиции за насърчаване осигуряването на видимост	€ 100,000.00	€ 100,000.00	25%	€ 300,000.00	38%	€ 200,000.00	25%		0%	€ 100,000.00	13%	€ 800,000.00



Период 2021-2030 г.	Собствено и местно публично финансиране			Външно публично финансиране						Частно финансиране		Общо
Мярка	Местен бюджет	Държавен бюджет	Общ дял	Централен бюджет	Общ дял	Фондове на ЕС	Общ дял	Други източници	Общ дял	пчп/друго частно финансиране	Общ дял	
			(%)		(%)		(%)		(%)		(%)	
Мярка 3.4.: Инвестиции в подобряване на достъпността на обектите	€ 300,000.00	€ 300,000.00	8%	€ 1,000,000.00	13%	€ 6,000,000.00	75%		0%	€ 400,000.00	5%	€ 8,000,000.00
ОБЩО	€ 2,930,000.00	€ 1,440,000.00		€ 2,800,000.00		€ 7,985,000.00		€ -		€ 1,030,000.00		€ 16,185,000.00
ДЯЛ ОТ ОБЩИЯ БЮДЖЕТ	18.10%	8.90%		17.30%		49.34%		0.00%		6.36%		100%