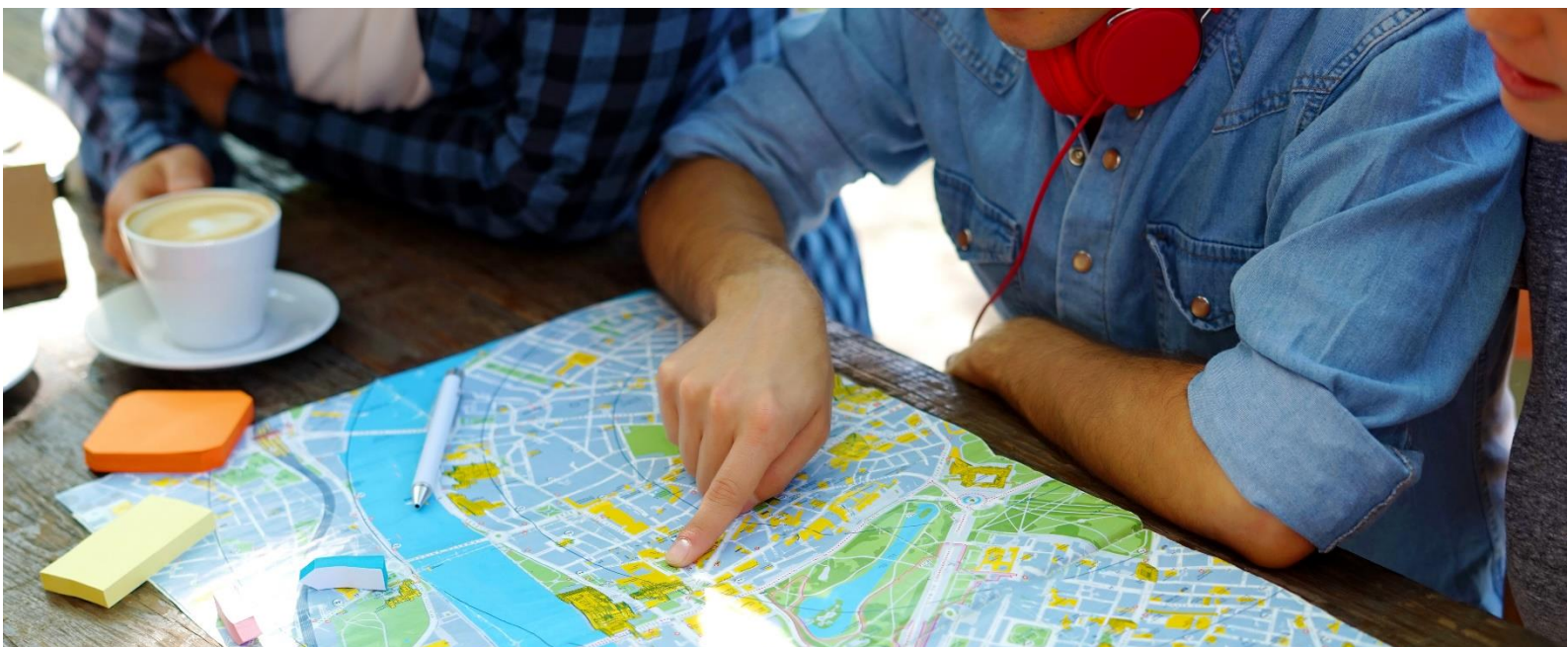


**PROMOTING HERITAGE - AND CULTURE - BASED EXPERIENTIAL TOURISM IN
THE BLACK SEA BASIN**

Project No BSB-1145



РЕГИОНАЛНИ ПЛАНОВЕ ЗА ДЕЙСТВИЕ

за развитие на туризъм, основан на преживяванията в страните от Черноморския
басейн

COMMON BORDERS. COMMON SOLUTIONS.

НАСЪРЧАВАНЕ НА ТУРИЗМА НА ПРЕЖИВЯВАНИЯТА С ФОКУС ВЪРХУ КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКОТО НАСЛЕДСТВО НА ЧЕРНОМОРСКИЯ БАСЕЙН

Проект No BSB-1145

Регионални планове за действие

за развитие на туризъм, основан на преживяванията в страните от Черноморския басейн

Март 2021

Common borders. Common solutions.



Автори и сътрудници:

Висше училище по мениджмънт (ВУМ)

РПД: Черноморски басейн

Солунски университет “Аристотел” (СУА)

РПД: Гърция

Изследователска група City_Space_Flux

Проф. Д-р Атина Янаку, изследовател

Ангелина Апостолу, изследовател

Василики Биру-Атанасиу, изследовател

Доц. Д-р Апостолос Папаянакис, Координатор на проект PRO EXTOUTR от страна на СУА

Принос:

Гл. ас. д-р Атина Витополу - принос към обсъжданията

Константина Димитра Салата, изследовател в СУА

Грузински център за изкуство и култура (ГЦИК)

РПД: Грузия

Лела Кхартшвили, Изследовател

Мариам Двалишвили, Координатор на проект PRO EXTOUTR от страна на ГЦИК

Натя Трапаидзе, Координатор на проект PRO EXTOUTR от страна на ГЦИК

Мариам Какхинашвили, Сътрудник по проект PRO EXTOUTR от страна на ГЦИК

Еревански държавен университет (ЕДУ)

РПД: Армения

Доц. Д-р Гор Алексанян, изследовател

Доц. Д-р Сейран Суварян, изследовател

Проф. Д-р Александър Маркаров, Координатор на проект PRO EXTOUTR от страна на ЕДУ

Асоциация “Кулинарни изкуства и гостоприемство” (АКИГ)

РПД: България

Copyright © 2020 PRO EXTOUR PROJECT

Всички права са запазени. Възпроизвеждането и разпространението на цялата публикация или части от нея с некомерсиална цел е разрешено, при положение, че организациите-партньори по проекта са цитирани като източник.

Тази публикация е създадена с финансовата подкрепа на Европейския съюз. Съдържанието на публикацията е отговорност само на нейните автори и по никакъв начин не отразява официална позиция на Европейския съюз.

СЪДЪРЖАНИЕ

СЪКРАЩЕНИЯ	7
УВОД.....	8
РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: АРМЕНИЯ	10
Необходимост, визия и цели на туризма, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство (ТПКИН) в Република Армения.....	10
SWOT анализ на развитието на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Република Армения	10
Възможни стратегически действия за осъществяване на политика за развитие на туризъм, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в РА	14
Заклучения	19
РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: БЪЛГАРИЯ.....	20
Туризм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в България. Текущо състояние и възможности за развитие.	20
SWOT анализ на развитието на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в страната	21
Възможни политически решения.....	26
Заклучения	30
РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ГРУЗИЯ.....	31
Туризм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Грузия.	31
SWOT анализ на туризма, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Грузия	31
Възможни политически решения.....	36
Стратегическа визия, цели и план за действие	37
Заклучения	40
РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ГЪРЦИЯ.....	42
Текущо състояние: силни, слаби страни, възможности и заплахи.....	42
Стратегически приоритети, цели и действия	46
Възможни финансови ресурси и заинтересовани страни	56
Основни заинтересовани страни	58
РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ЧЕРНОМОРСКИ БАСЕЙН.....	60

Туризм, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион	60
SWOT анализ на туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион analysis.....	61
Възможни стратегически действия за развитие и растеж туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион	65
Заклучения	72
ЛИТЕРАТУРА	73

СЪКРАЩЕНИЯ

ААМР	Американска агенция за международно развитие
ГНАТ	Грузинска национална администрация по туризъм
ДОН	Доклад за оценка на нуждите
МОСЗ	Министерство на околната среда и земеделието на Грузия
МТП	Малко туристическо предприятие
НПО	Неправителствена организация
ОУД	Организация за управление на дестинация
ПЧП	Публично-частно партньорство
РА	Република Армения
РПД	Регионален план за действие
СОТ	Световна организация по туризъм
SWOT	Анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите
ТО	Тур-оператор
ТПКИН	Туризм на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство
ЧМБ	Черноморски басейн
ЮНЕСКО	Организацията на обединените нации за образование, наука и култура

УВОД

Този документ обединява пет регионални плана за действие (РПД) за насърчаване на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Армения, България, Грузия и Гърция (като страни, представени в проекта PRO EXTOUTR), както и в целия Черноморски басейн. Плановете за действие следват идентична структура и включват набор от интегрирани елементи като общ преглед на съвременното състояние и развитие на регулаторните режими по отношение на преживенческия туризъм, SWOT анализи, предложения за политики и насоки за реформа, както и визия за бъдещо развитие.

Регионалните планове за действие се основават на и надграждат резултатите от обширно изследване за оценка на регионалните нужди, извършено през 2020-2021г. от експертите, участващи в PRO EXTOUTR, като вземат предвид съответните констатации и заключения, произтичащи от целенасочени кабинетни и теренни проучвания, както и анализи на политики. Оценката на нуждите разкри много общи предизвикателства пред развитието, сходни трудности, пред които са изправени заинтересованите страни, и аналогични пробелми при разработването на политики и стратегическото планиране по отношение на ТПКИН. И все пак, за да формулира възможни предложения за реформи, експертният екип реши да разработи плановете за действие за всяка държава по отделно и след това да разгледа възможните действия на регионално ниво в отделна глава. При разработването на регионалните планове за действие бяха разгледани възможностите и перспективите за трансгранично и вътрешно регионално сътрудничество между изследваните страни.

Последната глава на документа включва обобщени заключения и препоръки, които съответстват на спецификата на всички различни райони и региони в Черноморския басейн, както и предложения за политики за координирани действия, благоприятстващи развитието на ТПКИН.

Този документ е разработен във версии на английски, арменски, български, грузински и гръцки език.

PRO EXTOUTR и туризъм на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство

Туризмът на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото (ТПКИН) е съвкупност от социално и екологично отговорни туристически дейности и услуги, създават запомнящи се преживявания чрез интерпретация на културите и историческото наследство като водят туристите към себеоткриване, нови прозрения и вдъхновение.

ТПКИН насърчава разбирането на историята, етносите и културите сред пътуващите, но също така стимулира местните хора преоткрият собствените си културни ценности. Поради това той допринася за опазването на културното наследство и на



“живата” култура на живот, за устойчивото използване на ресурсите, създава регионална добавена стойност и полза за приемащата общност.

Проектът PRO EXTOUR има за цел да популяризира преживенческият туризъм като възможност за устойчиво развитие на туристическия бизнес в Черноморския басейн чрез валоризиране на потенциала на местното наследство и култура, иновативни решения и трансгранично сътрудничество.

РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: АРМЕНИЯ

Необходимост, визия и цели на туризма, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство (ТПКИН) в Република Армения

През последните години, както показват изследванията, ТПКИН започва да се развива бързо. Подобно развитие се обуславя от редица обективни фактори, по-специално от увеличаването на международния туристически интерес към Армения, от инвестициите на международните организации в тази сфера, от обявяването на туризма за приоритетен отрасъл на икономиката и от признаването на стойността на богатото материално и нематериално историческо и културно наследство на РА.

Като цяло ТПКИН е от стратегическо значение за Армения, тъй като в случай на неговото развитие, основано на принципите на устойчивия туризъм, нематериалното културно наследство на РА ще бъде запазено, като в същото време ще се превърне в туристически ресурс и предпоставка за глобализацията на арменската култура. В резултат на това РА може да „изнесе“ своята култура, без да прекъсва връзката ѝ с местата, където тя се създава, и да осигури балансирано пространствено развитие на туризма в рамките на страната.

С други думи, **визията** за развитие на ТПКИН е следната: повишаване на нивото на интернационализация и публичност на нематериалното културно наследство на РА и създаване на културен международен имидж на туризма в РА.

В рамките на тази визия **целите** на развитието на ТПКИН са свързани с насърчаване на

- използването на нематериално културно наследство на РА въз основа на принципите на устойчивия туризъм,
- увеличаването на броя на самонаетите лица в сферата на туризма в РА
- пространствено балансирано развитие на туризма в РА,
- формиране и развитие на туристическа култура в РА.

SWOT анализ на развитието на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Република Армения

Въз основа на изследването, проведено за идентифициране на нуждите от развитие на ТПКИН в РА, са определени силните и слабите страни, възможностите и заплахите за неговия растеж.

Силни страни

- интензивното развитие на туризма в армения през последните 20 години,
- извеждане на туризма като законен приоритетен отрасъл на икономиката на ра,
- наличие на специален закон за туризма,
- съседството с Грузия и Иран и благоприятното транзитно транспортно-географско положение,

- наличие на утвърдени дестинации за входящ туризъм,
- наличие на силна арменска диаспора в страните, от които идват най-големите входящи туристически потоци,
- преобладаващ дял на вътрешните и международните туристически пътувания, мотивирани от арменското културно наследство, храна и гостоприемство,
- хилядолетна история на РА, която притежава богато материално и нематериално културно наследство (национални традиции, обичаи, ритуали, музика, танци, писменост и литература, кухня, арменско гостоприемство, семейство и семейни отношения),
- Армения първа е въвела християнството като държавна религия,
- наличие на материални и нематериални ценности на културното наследство, включени в списъка на ЮНЕСКО за световно наследство,
- нарастваща популярност на международния туристически пазар въз основа на културното наследство,
- вече утвърден и относително развит религиозен (историко-културен), винен и кулинарен туризъм,
- разнообразните климатични условия на РА и местните промени в нематериалното културно наследство под тяхно влияние,
- наличие на държавна структура, координираща управлението на туристическия сектор в РА,
- наличие на национални и местни обществени организации в туризма,
- количествени и качествени положителни промени в туристическата индустрия на РА, изразени под формата на развитие на туроператори/агенции, предприятия за настаняване и изхранване, туристически транспорт и друга инфраструктура,
- увеличаване на броя на предприятията за настаняване и хранене извън ереван,
- изпълнение на инвестиционни програми за развитие на ТПКИН от международни организации,
- предлагане на услуги в областта на ТПКИН от около 60 предприятия извън Ереван,
- развитие на фестивален туризъм, също базиран на ценностите на нематериалното културно наследство,
- конкретни законодателни разпоредби за опазване на културното наследство и историко-културните резервати и резерват-музеи,
- фактът, че предприятията, занимаващи се с този туризъм, са семейни (така се осигурява устойчивост на дейността във времето),
- развитието на ТПКИН по някакъв начин вече се основава на принципите на устойчивия туризъм.

Славби страни

- липса както на държавни, така и на обществени структури (асоциации, съюзи и др.), които да координират развитието на ТПКИН,
- неравномерно разпределение на предприятията за настаняване, повечето от които се намират в Ереван,
- липса на модел „отдолу-нагоре“ за управление на туристическия сектор в РА,,

- липса на сътрудничество между туристическия сектор в РА и заинтересованите страни в ТПКИН (държавни, частни, образователни/научни),
- несъответствие на действащия Закон за туризма и туристическите дейности на РА с настоящите изисквания на туристическия сектор,
- липса на режим за лицензиране на субектите, опериращи в туристическия сектор на РА,
- липса на стратегия за развитие на туризма в Армения,
- слаба маркетингова политика за представяне на туристическия сектор на РА на външните пазари,
- слабо представяне на арменските национални традиционни игри сред елементите от нематериалното културно наследство, предлагани в момента от ТПКИН,
- липса на общо разбиране за значението на ТПКИН в Армения от страна на експерти и специалисти,
- липса на умения и способности на местните жители да организират и предоставят услуги в сферата на ТПКИН,
- липса на бизнес стандарти и лицензиране за ТПКИН,
- липса на единна маркетингова политика за ТПКИН на държавно ниво,
- липса на систематизирана национална статистическа информация за ТПКИН,
- често несъответствие между цената и качеството на услугите, предлагани от предприятията в областта на ТПКИН,
- слабо включване или отсъствие на предложения за ТПКИН в туристическите пакети на местните туроператори/агенти,
- липса на образователни програми по ТПКИН в университетите в РА,
- недостатъчни познания по чужди езици и липса на умения за общуване на чужд сред служителите в предприятията, които предлагат услуги в областта на ТПКИН,
- слабо сътрудничество между предприятията, предлагащи услуги в областта на ТПКИН в РА, както и между тях и туроператорите/туристическите агенции,
- слабо представяне на предприятията, предлагащи услуги в областта на ТПКИН, в цифровата среда,
- липса на държавни стандарти и насоки за предприятията, предлагащи услуги в областта на ТПКИН,
- отсъствие на държавна концепция, стратегия и програми за развитие на ТПКИН,
- потребностите и характеристиките на местните туристи почти не се вземат предвид при разработването на предложения за ТПКИН,
- липса на специализирани центрове за обучение/образователни програми за участниците в процеса на предоставяне на услуги за ТПКИН,
- отсъствие на услуги за деца в предложенията за ТПКИН.

Възможности

- при входящия туризъм преобладават нощувките в домовете на приятели, роднини или в наети апартаменти в сравнение с нощувките в хотелски съоръжения (хотели, курорти, почивни домове и др.),
- наличие на арменската диаспора, която носи арменската култура,

- съществуват елементи на арменското нематериално културно наследство, които все още не са включени в дейности на ТПКИН,
- изграждането на малки хотели, особено в районите извън столицата, в селските райони и общности, които носят нематериалното културно наследство,
- разработване на предложения за кулинарен туризъм като ТПКИН, обусловени не само от разнообразната кухня, но и от екологично чистата храна,
- научни и образователни институции в РА, които работят в областта на културното наследство и туризма,
- традиционното арменско гостоприемство,
- сътрудничество на местните жители, които притежават собствени туристически продукти, човешки, материални и технически ресурси, с предприятия, предоставящи услуги в областта на ТПКИН,
- нови дестинации за входящ туризъм в РА,
- търсене на майсторски класове и национални представления от местните туристи в РА,
- иновативни подходи, въведени от предприятията в сферата на ТПКИН,
- разработване на регионални оферти за преживенчески туризъм,
- развитие на съвременните информационни и цифрови технологии.

Заплахи

- ситуацията, създадена от пандемията COVID-19, доведе до спиране или намаляване на входящите туристически потоци, които създават основния пазар за ТПКИН,
- транспортна и икономическа блокада на Армения от страна на две съседни държави, Турция и Азербайджан, иницирираните от тях военни действия и напрежението на междудържавните граници,
- възможна комерсиализация и колонизация на местната култура т.е превръщане на културата в стока,
- погрешно представяне и погрешно тълкуване на културни ценности (поради липсата на съответни знания и умения),
- промяната на културните предпочитания на туристите във времето,
- вероятността от конфликти поради културни различия между местните жители и посетителите,
- вероятността от хранително отравяне и физическо нараняване при участието в някои видове дейности, основани на преживяванията,
- вероятност за несъответствия в маркетинговата политика, провеждана от предприятията в ТПКИН,
- възможна нелоялна пазарна конкуренция между предприятията в областта на ТПКИН.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Възможни стратегически действия за осъществяване на политика за развитие на туризъм, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в РА

No	Стратегическо действие	Цел(и) на стратегическото действие	Възможни резултат (и) от стратегическото действие	Възможни отговорни заинтересовани страни/ресурси
1.	Разработване на държавна политика за развитие на ТПКИН	• Изясняване на държавната политика за развитие на ТПКИН • Осигуряване на яснота на държавния подход за заинтересованите страни в ТПКИН	• Разработена държавна концепция, стратегия и програма за ТПКИН	Правителство на РА Комитет по туризъм на РА
2.	Добавяне на членове/клаузи за ТПКИН в новия законопроект за туризма и туристическите дейности в РА	• Повишаване нивото на правно регулиране и разработване на правно основание за дейностите в областта на ТПКИН	• Установени по-добре регулирани правно-пазарни отношения за компании, ангажирани с ТПКИН	Правителство на РА Парламент на РА Комитет по туризъм на РА
3.	Разработване/въвеждане на национални стандарти и лицензиране за предприятията в ТПКИН	• Подобряване на качеството на предложенията и услугите в областта на ТПКИН • Осигуряване на устойчиво използване и опазване на нематериалното културно наследство	• Подобро качество на ТПКИН • Систематизирана статистика за ТПКИН	Правителство на РА Парламент на РА Комитет по туризъм на РА Национален орган за стандарти и метрология на РА ВУЗ в РА
4.	Разработване и прилагане на образователни програми за ТПКИН във висшите учебни заведения в РА	• Подобряване на системното изучаване на съществуващото знание за ТПКИН	• Установена научна основа на развитие на ТПКИН • Разработени и разпространени	Правителство на РА Министерство на образованието, науката, културата и спорта на РА

Common borders. Common solutions.



Project funded by
EUROPEAN UNION



		Създаване на образователни и научни основи за развитието на ТПКИН	- общоприети възприятия за ТПКИН - Разработен учебник „Основи на преживенческия туризъм“ на арменски език - Създаден център за обучение по ТПКИН	ВУЗ в РА
5.	Разработване на ръководство за управление на риска за предприятията в областта на ТПКИН	- Повишаване нивото на безопасност в ТПКИН - Принос към дългосрочната дейност на предприятията в ТПКИН - Насърчаване устойчивостта на дейностите на предприятията в ТПКИН при форсмажорни условия	- Разписани специализирани процедури за действие в различни рискови ситуации за ТПКИН - I Подобрена устойчивост на предприятията в областта на ТПКИН	Правителство на РА Комитет по туризъм на РА Министерство на образованието, науката, културата и спорта на РА ВУЗ в РА
6.	Създаване на регионални предложения и проекти за ТПКИН в граничните региони между Армения и Грузия	- Повишаване нивото на междурегионално сътрудничество в областта на туризма - Създаване на трансгранични пакети за ТПКИН	- Създаване на съвместни арменско-грузински предприятия/организации за ТПКИН - Увеличени междурегионални туристически потоци	Правителства на РА и Грузия Национални комитети по туризъм на РА и Грузия Туроператори в РА и Грузия
7.	Интернационализация на предложенията в областта на	Повишаване нивото на информираност за	Подобрен туристически имидж на РА на целевите	Правителство на РА Комитет по туризъм на РА

Common borders. Common solutions.



Project funded by
EUROPEAN UNION



	ТПКИН с помощта на арменската диаспора	предложенията в областта на ТПКИН извън РА • Диверсификация на сътрудничеството между РА и арменската диаспора • Поддържане на връзката на арменците, живеещи извън РА, с техните културни корени	пазари (страни) и увеличени входящи туристически потоци • Преоткриване на арменските културни ценности в арменската диаспора	Служба на Върховния комисар по въпросите на диаспората на РА Организации на арменската диаспора Посолства на РА
8.	Създаване на предложения за ТПКИН въз основа на християнските културни ценности	• Нарастваща роля на РА в християнския свят • По-добро включване на християнските нематериални културни ценности в туристическите предложения на РА	• Задълбочено сътрудничество с християнските страни под формата на нови туристически предложения	Правителство на РА Арменска апостолическа църква Комитет по туризъм на РА Служба на Върховния комисар по въпросите на диаспората на РА Организации на арменската диаспора Посолства на РА
9.	Адаптиране на предложенията и услугите в областта на ТПКИН към нуждите на местните туристи	• Насърчаване на развитието на вътрешния туризъм • Принос към намаляване на зависимостта на ТПКИН от входящите туристически потоци	• Създадени нови туристически предложения, отчитащи особеностите на местните туристи	Комитет по туризъм на РА Предприятия в областта на ТПКИН
10.	Организиране на "пътуващ" фестивал на ТПКИН	• Принос към диверсификацията на арменския туристически продукт • Стимулиране на сътрудничеството между	• Увеличаване на входящите и изходящите туристически потоци и географското разпределение на приходите от туризъм	Правителство на РА Комитет по туризъм на РА Областни администрации Органи на местното самоуправление

Common borders. Common solutions.



Project funded by
EUROPEAN UNION



		предприятията в областта на ТПКИИ	• Създадени нови предложения за ТПКИИ	Частни/обществени агенти, които организират фестивали
11.	Създаване на "Арменска асоциация за преживенскчески туризъм"	• Повишаване нивото на сътрудничество между компаниите, ангажирани с ТПКИИ • Increase the level of Повишаване нивото на интернационализация на предприятията в областта на ТПКИИ	• Нови качества и платформи за национално и международно сътрудничество	Комитет по туризъм на РА Предприятия в областта на ТПКИИ
12.	Организиране на ежегоден семинар / работна среща "Иновативен туризъм на преживяванията"	• Повишаване нивото на сътрудничество между заинтересованите страни в ТПКИИ (държавни, частни, международни, образователни, научни, публични) • Идентифицирани проблеми и перспективи в развитието на ТПКИИ	• Създадени и развити нови насоки и нива на сътрудничество	Комитет по туризъм на РА
13.	Създаване и развитие на преживявания, основани на арменски национално-традиционни игри, песни и музика	• Повишаване на нивото на комплексно включване на нематериалното културно наследство на РА в ТПКИИ	• Създадени нови предложения в областта на ТПКИИ	Комитет по туризъм на РА Предприятия в областта на ТПКИИ ВУЗ и национална академия на науките на РА
14.	Подготовка на програми за арменски предложения за ТПКИИ на чужди езици,	• Подобряване на международния туристически имидж на РА	• Създадени телевизионни и други комуникационни програми за арменска	Правителство на РА Комитет по туризъм

Common borders. Common solutions.



Project funded by
EUROPEAN UNION



	предназначени за излъчване по телевизия или други комуникационни канали, насочени към споделената икономика	Повишаване на интернационализацията на предложенията в областта на ТПКИН в РА	кухня, песни, музика, занаяти, изкуства и др.	Държавна и частни телевизии в РА Неправителствени организации, съюзи, сдружения, работещи в областта на нематериалното наследство ВУЗ в РА Блогъри в Армения
15.	Организиране на годишна церемония по награждаване на „Най-доброто предложение за преживенчески туризъм“	- Насърчаване развитието на ТПКИН в РА - Мотивация на участниците в ТПКИН	- Мотивираща среда за ТПКИН - Ново сътрудничество между заинтересованите страни в ТПКИН	Комитет по туризъм на РА

Заклучения

ТПКИН може да се разглежда като една от стратегическите насоки за иновативно развитие на туризма в Армения. Въз основа на устойчивостта, която той създава, ще бъде възможно да се осигури и балансирано териториално разпределение на туристическия сектор.

Понастоящем стъпките от ключово стратегическо значение за развитието на ТПКИН в РА трябва да бъдат насочени към:

- ✓ разработване и изясняване на държавната политика по отношение на ТПКИН;
- ✓ организиране на дейности за насърчаване на сътрудничеството между заинтересованите страни;
- ✓ устойчиво използване и опазване на арменските културни ценности, включени в ТПКИН;
- ✓ регионално и международно сътрудничество и изпълнение на инвестиционни програми в рамките на ТПКИН;
- ✓ развиване на подходящи професионални качества на заинтересованите страни, участващи в ТПКИН;
- ✓ създаване на систематизирана образователна и научна основа за ТПКИН.

РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: БЪЛГАРИЯ

Туризм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в България. Текущо състояние и възможности за развитие.

България има установени традиции в туризма и хотелиерството, а туристическият сектор е признат за приоритет в политическия дневен ред. Страната разполага с голямо разнообразие от ресурси и богато културно наследство. Освен това, България е на трето място в Европа по брой на културно-историческите паметници и е дом на 10 обекта, включени в Списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО. Очевидно е, че страната има разгърнат потенциал за развитие на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство.

На национално ниво секторът на пътуванията, туризма и хотелиерството в България се управлява от Министерството на туризма, което сътрудничи с Националния съвет по туризъм като консултативен орган. На местно ниво общините са отговорни за изпълнението на политиките, свързани с туризма. Редица професионални, регионални, граждански и неправителствени организации също участват в процеса на вземане на решения - сред тях са Българската туристическа камара, регионалните туристически камари, Българската хотелиерска асоциация, Българска асоциация за алтернативен туризъм и др. Най-важният законодателен документ, който регулира управлението на сектора, е Законът за туризма (Иванов и Димитрова, 2013)

ТПКИН е част от предложенията за устойчив туризъм, което е очертано като приоритет в работата на Министерството на туризма и доведе до изготвянето на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма за 2014-2030 г., която на свой ред е предложена за обществен дебат.

Въпреки че ТПКИН не е концептуализиран и дефиниран като специфичен термин, някои подобни на ТПКИН продукти са разработени и представени на пазара отдавна. Става дума за културни, селски, фолклорни, кулинарни събития и други така наречени „алтернативни“ форми, които могат да бъдат включени като примери за практики на туризъм, основан на преживяванията, тъй като ползват подобни ресурси и имат сходни цели.

Много частни туроператори разработват и предлагат туристически продукти, основани на националната култура и наследство. Общините и регионалните власти също полагат усилия за развитие на ТПКИН, главно като част от дейностите, финансирани в рамките на целеви проекти. На национално ниво Министерството на туризма е проектирало и разработило 22 маршрута за културно-исторически туризъм. Сред тях са маршрутът „Българските морски крепости“, който се простира от Северното до Южното Черноморие и включва над двадесет характерни исторически обекта и забележителности, и маршрутът „Столици и градове на български царе и патриарси“, който е разположен в централната и северната част на страната. Друг пример е маршрутът „Розовата долина и тракийските царе“, разположен в Югоизточната част на страната (Министерство на туризма на Република България, 2021).

Въпреки реалните усилия, положени от правителството за насърчаване на развитието на ТПКИН и свързаните с него дейности, на лице е недостатъчно сътрудничество между заинтересованите страни и различните управленски органи за прилагане на последователна и единна политика по отношение на качеството и устойчивостта на туризма. Освен това диалогът и взаимодействието между гражданските организации и публичната администрация в тази сфера често са неефективни.

SWOT анализ на развитието на туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в страната

Силни страни

България има редица предимства за развитието на ТПКИН като част от туристическото си предложение (Министерство на туризма на Република България, 2015 г.). Те включват:

- голямо разнообразие от туристически ресурси, основани на наследство и култура, като исторически, археологически и религиозни паметници, останки и артефакти, както и специално изградени съвременни атракции и паркове; нематериално културно наследство като традиции, обреди, народни танци и кухня; събития, фестивали и изложби и много други;
- редица обекти, подходящи за ТПКИН, са уникални, с международно значение, а някои са защитени от ЮНЕСКО;
- членство в Европейския съюз;
- висока ценова конкурентоспособност; България е една от най-евтините европейски държави, която осигурява отлично съотношение между цена и стойност за посетителите.
- политическа стабилност и стабилен икономически растеж с добри перспективи за бързо възстановяване след COVID-19;
- благоприятни климатични условия, подходящи за практикуване на ТПКИН през цялата година: мека зима, редки климатични и температурни аномалии;
- наличие на множество други рекреационни ресурси, които могат да бъдат комбинирани в атрактивни туристически пакети за отдих и възстановяване; Например, предлагането на ТПКИН може да бъде допълнено със СПА, спортни или екотуристически дейности.
- благоприятно географско положение; Намирайки се на кръстопътя между запад и изток, север и юг, България е относително близо до повечето от страни, от където идват основните туристически потоци.
- голямо разнообразие от различни обекти на относително малка територия, което позволява лесното им групиране в атрактивни тематични пътувания (Министерство на туризма на Република България, 2014-2020);
- добре развита туристическа инфраструктура и супер-структура, включително заведения за настаняване, пътища, курорти, музеи, галерии, туристически информационни центрове и др.;

- в някои области има активни местни общности, които работят за повишаване на привлекателността на своя регион като туристическа дестинация и са мотивирани да взаимодействат в активно с туристите за създаването на туристически продукти с по-високо качество на преживяването;
- достъп до редица финансови стимули и институционална подкрепа за развитието на ТПКИН, включително правителствени субсидии, проекти на ЕС и други международни ресурси;
- транспортната инфраструктура е относително добре развита и функционална; Има няколко международни летища, които покриват по-голямата част от територията на страната в радиус до 200 км.
- обслужващите сектори са добре развити, включително здравеопазване, полиция, банково дело, комунални услуги, комуникации и др.;
- високо ниво на техническа обезпеченост и развитие на ИТ, надеждна и бърза интернет свързаност, добро покритие от страна на различните мобилни оператори върху цялата територия;
- нарастващ брой местни доставчици на хотелиерски услуги, включително селски къщи за гости, малки семейни хотели, хостели и др.;
- високо ниво на чуждоезикова грамотност; По-голямата част от населението говори поне един чужд език.
- образованието в туризма се развива както в системата на средното, така и на висшето образование, което гарантира наличието на квалифицирани и компетентни човешки ресурси.

Слаби страни

Основните предизвикателства пред развитието на ТПКИН в България са следните:

- предлагането на туристически услуги е концентрирано върху масовия, крайбрежен, развлекателен туризъм; Това повдига много въпроси, свързани с имиджа на страната, устойчивото използване на ресурсите и ниското ниво на цената, което възпрепятства развитието на други алтернативни форми на туризъм (включително ТПКИН).
- липса на работещ механизъм за валоризация на наследството и културните ресурси, особено на нематериалните;
- националната стратегия за маркетинг и брендиране на страната се нуждае от спешна ревизия; България трябва да бъде позиционирана на международния пазар, което изисква поредица от планирани интервенции.
- сезонността на търсенето е ясно очертана; Възможности за целогодишен туризъм съществуват, но на практика повечето туристически дейности се случват през летните месеци, което допринася за дисбаланс в използването на суперструктурата в сектора на гостоприемството.
- обектите за настаняване са концентрирани предимно около черноморското крайбрежие (тук са разположени над 2/3 от сектора на хотелиерството); Това води до регионални дисбаланси.
- недостатъчен институционален капацитет, включително липса на съответни местни, регионални или национални власти в областта на ТПКИН;

- недостатъчна законодателна основа; Липса на закони и разпоредби, които да регулират неотложно въпроси като опазване и подобряване на културното наследство.
- липса на стратегическо планиране в областта на ТПКИН;
- ниско ниво на мониторинг, надзор и контрол върху туристическия сектор; Това води до голям дял от „сенчеста” (нерегламентирана или незаконна) туристическа дейност, липса на качествен контрол и всевъзможни проблеми, свързани с имиджа.
- териториалното планиране е все още в начален етап; Въпреки броя на предложенията за различни форми на разделяне и формирането на няколко тематични дестинации, не беше постигнато споразумение, което пречи значително на регионалното управление и промоция.
- местният бизнес е фрагментиран, фирмите рядко взаимодействат помежду си или с властите;
- съществуват браншови, продуктови и регионални асоциации, но те не са много активни и ползите, които предоставят на своите членове, са ограничени;
- междуинституционалното взаимодействие и сътрудничество са слаби; Това създава много проблеми, особено в случая с ТПКИН, тъй като повечето ресурси и свързаните с тях дейности се нуждаят от съвместни интервенции от страна на Министерството на културата и на Министерството на туризма.
- местните общности са доста инертни и им липсва мотивация за взаимодействие с туристите;
- туристически информационни центрове съществуват само в големите градове, но техните функции са ограничени и подкрепата (по отношение на печатни материали, информация, резервации и други услуги), която те предоставят на туристите, е недостатъчна;
- липса на синергия между различните заинтересовани страни като бизнес, потребители, местни власти, културни, образователни и изследователски институции, доставчици на туристически услуги и др.;
- устойчивостта и екологичните концепции са приоритет най-вече на хартия и имат слабо се реализират на практика: малко хотели са инвестират във възобновяеми енергийни източници или други решения и технологии с ниско въздействие и щадящи околната среда; Екологични иновации, без-отпадни технологии или кръгова икономика почти не съществуват в туристическия сектор.
- надеждната туристическа статистика е проблем, който влияе отрицателно върху инвестиционния интерес в сектора;
- стопанската активност е възпрепятствана от високото ниво на бюрокрация и липсата на гъвкавост в подхода на властите и институциите;
- корупцията е проблем за всички нива на управление в туризма; За съжаление, част от средствата, предназначени за развитие на сектора (в частност - селския туризъм) са обект на незаконно присвояване или финансова измама.
- туристическата индустрия става все по-малко привлекателна като възможност за работа сред по-младите хора, поради ниското заплащане, тежките условия на труд, непостоянната заетост и др.; Очаква се тази тенденция да се влоши по време

или след пандемията от COVID-19, която засегна най-силно секторите на туризма и гостоприемството.

- ТПКИН се нуждае от висококвалифицирани служители със специфичен набор от компетенции, а осигуряването на такива служители може да бъде проблем;
- голямо текучество на персонала (поради различни фактори като сезонност, ниска мотивация), което влияе отрицателно върху качеството на предоставяните услуги;
- делът на компаниите, сертифицирани под някакъв знак за качество или устойчивост (като етикет „Зелена къща“) е много нисък;
- недостатъчна държавна подкрепа за стартиращи туристически предприятия (инкубатори, инструменти за финансиране, наставничество и др.), което потиска инициативата в бизнеса, включително в областта на ТПКИН;
- лоша пътна инфраструктура в някои отдалечени райони; Колкото по-автентичен е и „извън пътя“, толкова по-малко достъпен е даден обект.
- ограничен достъп и среда за хора с увреждания, включително липса на обучен обслужващ персонал;
- ниско ниво на дигитализация на културните и наследствени ресурси;
- онлайн каналите за дистрибуция и продажби тепърва набират популярност, но електронните плащания са все още в начален етап на развитие;
- някои финансови инструменти като чекове, ваучери и кредитни карти не са често срещани и не се използват в голяма степен;
- образованието в туризма е основно теоретично; Практическото обучение, обучението на работното място и стажуването са слабо развити, което компрометира качеството на човешките ресурси, особено на тези, които нямат професионален опит в тази сфера.
- сигнализацията и маркировката на туристическите пътеки, обекти и писти са недостатъчни и често не са налични на чужд език;
- ресурсите и атракциите често се управляват зле; Поддръжката на историческите и културните обекти често е проблем. Има много малко разработени и приложени стратегии за управление на капацитета на посещаемост или за повишаване на осведомеността на туристите за опазване и подобряване на обектите сред туристите.
- липса на инвестиции за подобряване и модернизиране на музеите и галериите. Много ниско ниво на дигитализация и използване на високотехнологични решения като виртуални обиколки, дигитални пътеводители и т.н.;
- календарът на събитията е непълен и не е достъпен. Много събития имат ограничен обхват и реклама, което пречи на по-голямата посещаемост (Министерство на туризма на Република България, 2014-2020);
- обектите за къмпингуване и разполагане на каравани са в упадък; Управлението им често се пренебрегва и понякога възникват опасения за безопасността и здравето. Липсват модерни къмпинги и терени за каравани с подходящи комунални услуги, телекомуникации и битови условия.
- националната реклама е доста остаряла и се нуждае от освежаване; Брандирането е твърде общо и не отразява пълния потенциал на страната като туристическа дестинация.

- силна зависимост от големите международни туроператори, които потискат местния бизнес и водят до приоритизиране на масово, стандартизирано предлагане за сметка на уникалните алтернативни продукти; Това води и до изтичане на финансови постъпления, изтичания, тъй като по-голямата част от приходите, генерирани от туриста, не остават в рамките на дестинацията (или страната).
- липса на надежден централизиран национален туристически регистър за събиране на информация за туристически ресурси, сайтове и атракции, доставчици, събития, възможности за инвестиции и друга подходяща информация.

Възможности

- промяна на туристическата парадигма на глобално ниво: от фокус върху потреблението към фокус върху преживяването; от егоцентризъм към създаване на стойност за обществото; от търсене на комфорт и забавление към търсене на значими и обогатяващи преживявания; ТПКИН като концепция е в съответствие с новите тенденции.
- пренасочване на туристическите потоци, включително растеж на вътрешния туризъм или повишено търсене от страна на съседните и близките пазари; Тази тенденция ще бъде особено очевидна в резултат на глобалната пандемична ситуация.
- облекчаването на визовите изисквания ще улесни достъпа на някои пазари до нашата страна;
- страната може да увеличи участието си в различни международни организации в областта на ТПКИН, за да увеличи своите конкурентни предимства на световния пазар;
- стремежът към устойчивост изисква по-съзнателно потребление, включително при туристическите продукти; Очаква се, че предложенията за масов туризъм ще намалеят, а зелените форми на туризъм ще получат приоритет.
- повече инвестиции (включително държавна и проектно-базирана подкрепа) за социално-отговорни бизнес инициативи, включително ТПКИН;
- световната пандемия води до нови форми на потребление на туристически продукти: по-индивидуализирани, по-малко пренаселени, по-персонализирани, използващи алтернативни обекти за настаняване и др.;
- трансгранично сътрудничество със съседни държави за общи туристически продукти (например тематични маршрути) и комбинирани маркетингови усилия;

Заплахи

- световната пандемия от COVID-19 води до блокиране на цели пазари, безпрецедентен спад на туристическото търсене, строги ограничения и регулации за пътуване и налагане на социална изолация (обратното на социалното взаимодействие - което е един от основните фактори в ТПКИН);

- световната икономическа криза в резултат от пандемията COVID-19; Спад в доходите, висок процент на безработица, високи нива на възприемани рискове и склонност към ограничаване на луксозното потребление, включително при туристическите продукти.
- глобално изменение на климата, което може да доведе до екстремни условия, тежки метеорологични явления и природни бедствия;
- силна конкуренция, особено от страна на съседните държави, с които споделяме сходни туристически ресурси;
- туристическите пазари стават все по-динамични и трудни за предвиждане и адаптиране;
- промени в нагласите, възприятията, поведението и предпочитанията на потребителите, които може да са трудни за прогнозиране за по-дълъг период от време;
- зависимост на туристическата индустрия от други сектори като производство на храни, селско стопанство, транспорт, култура, икономика, външни работи, образование и други;
- глобалната миграция на населението, често водеща до обезлюдяване на селските райони, в които липсват човешки ресурси за развитие на туризма.

Възможни политически решения

Въз основа на доклада за оценка на нуждите, проучването на мнението на заинтересованите страни и резултатите от SWOT анализа, представен в предишния раздел, са очертани някои необходими интервенции, целящи да насърчат развитието и растежа на ТПКИН.

Таблицата по-долу обобщава възможните стратегически действия в това отношение, очакваните резултати и участващите заинтересовани страни.

No	Стратегическо действие	Цел(и) на стратегическото действие	Възможни резултат (и) от стратегическото действие	Възможни отговорни заинтересовани страни/ресурси
1.	Позициониране на страната на световния пазар като дестинация за ТПКИН	България трябва да стане известна като дестинация със своята богата култура и основани на наследството си ресурси, която предлага уникални и запомнящи се преживявания	Подобрения в маркетинга и управлението на България като туристическа дестинация. Подобрено продуктово портфолио, включващо	Правителство Министерство на туризма Туристически бизнес

		Увеличаване на приходите от туризъм Насърчаване на устойчивото развитие на туризма	редица пакети, основани на преживяванията Подобрения в работата и ефективността на туристическите информационни центрове Планиране и изпълнение на стратегия за създаване нов бранд и марка за ТПКИН Повече и по-добре планирани дейности за промоция, включително участие в международни изложения и изложби	
2.	Повишаване на конкурентоспособността на сектора на ТПКИН	Предлагане на атрактивни продукти и дейности в областта на ТПКИН Предоставяне на силно предложение за стойност на конкурентна цена Подобряване и защита на ресурсите за ТПКИН	Създаване на атрактивни маршрути и пакети, базирани на култура и културно-историческо наследство Валоризация на ресурсите Дигитализация на продуктите и предлагането Осигуряване на висококачествени услуги, включително мониторинг и контрол Насърчаване на сертифицирането и въвеждането на знаци (етикети) с цел осигуряване на качеството	Министерство на туризма Министерство на културата Туристически асоциации Бизнес

			Създаване на повече целенасочени културни атракции Проектиране, поставяне и популяризиране на културни събития Подобряване на сътрудничеството и синергията между бизнеса и институциите	
3.	Подпомагане развитието на ТПКИН чрез създаване на благоприятни условия и бизнес среда	Насърчаване на бизнес инициативи в областта на ТПКИН Подобрения на техническите и инфраструктурните разпоредби Подобрения в регулацията на туризма Стратегическо планиране за развитие и управление на човешките ресурси в ТПКИН Финансови стимули и възможности за инвестиции Насърчаване на по-активно участие на местните общности в създаването на продукти в областта на ТПКИН	Поддържане на добра транспортна инфраструктура, подобряване на достъпността на обектите Управленски контрол на посещенията Подобрения в правните разпоредби относно ТПКИН Разработване на стратегически документи за ТПКИН Развитие на институционалния капацитет Установяване на партньорства със съответните международни организации Трансгранично сътрудничество за общи туристически продукти	Правителство Министерство на туризма Национален съвет по туризъм Местни власти Образователни институции Финансова институция Местни общности



Project funded by
EUROPEAN UNION



			По-силен акцент върху практическото обучение на бъдещите експерти Финансиране и техническа поддръжка за стартиращи фирми Стимулиране на инвестициите в туризма Предоставяне на безвъзмездни средства и други инструменти за финансиране за по-малки доставчици Насърчаване на иновациите Данъчни облекчения и освобождаване от данъци и/или такси Регулиране и контрол на бизнес дейностите и мониторинг на потенциалните „сенчести“ икономически дейности Информационна кампания за популяризиране на ТПКИИ сред местните /приемащите общности Насърчаване на доброволното участие на местните жители във фестивали, събития и други туристически дейности	
--	--	--	--	--



Заклучения

Анализът потвърждава, че ТПКИН в България има огромен потенциал за бъдещо развитие и трябва да се разглежда като приоритет при разработването на политики на местно, регионално и национално ниво. Трябва да бъде разработена пътна карта или стратегическа рамка на политиката за по-устойчиво, нишово туристическо предлагане от съответните институции в сътрудничество с туристическите доставчици и местните общности. Необходими са съвместни усилия на всички заинтересовани страни, за да се:

- ✓ подобри на имиджа на страната на световния туристически пазар и успешно позициониране на България като привлекателна и разпознаваема дестинация за ТПКИН;
- ✓ разнообрази предлагането чрез включване на алтернативни туристически продукти за посетители със специален интерес в националното портфолио;
- ✓ съхранява, защитава и подобрява културното наследство, което включва и валоризация на туристическите ресурси;
- ✓ повиши качеството на услугите, което на свой ред да подобри конкурентоспособността;
- ✓ осигури получаване на правителствени стимули за развитие на ТПКИН;
- ✓ осигури интензивно използване на високотехнологични и уеб-базирани решения като виртуални обиколки, дигитализация на продуктите; по-интензивно използване на онлайн платформи и социални медии за промоция и разпространение.

РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ГРУЗИЯ

Този документ съдържа основните елементи на процесите и практиките на плана за действие за развитие на преживенческият туризъм с фокус върху културата и културно-историческото наследство (ТПКИН) в Черноморския басейн (ЧМБ). Той включва действия, определени от препоръки с цел улесняване на устойчивостта и бизнес възможностите за заинтересованите страни, действащи в областта на ТПКИН.

Разработването на плана за действие бе предшествано от SWOT анализ на ТПКИН, който идентифицира основните проблемни въпроси и трудности в развитието. Анализът представи основна информация за идентифициране на стратегически цели и действия и подобряване на ситуацията на ниво „бизнес“.

Този документ ползва разбирането на съществуващата концепция за ТПКИН в контекста на културния туризъм, където се акцентира върху наследството и културата като елементи на познанието, ученето и натрупването на опит като цяло и са общи за всички страни, участващи в проекта PRO EXTOUT.

Туризъм, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Грузия.

Като древна страна с богата култура, Грузия е традиционна дестинация за културен туризъм за тези, които се интересуват от автентични и уникални забележителности и жива култура. В стратегията за развитие на туризма в страната културните ресурси, заедно с грузинското вино и кухня като елементи на традиционното гостоприемство, се разглеждат като туристически ценности, които привличат най-много съвременните туристи. ТПКИН като нова (алтернативна) посока на традиционните (масови) форми на културен туризъм се появява за първи път в „Националната стратегия за грузинската култура“ (стр. 40). Това е новата вълна със своите иновации, планиране на съвместно участие, индивидуални подходи, творчество и т.н., където са интегрирани принципите на устойчивото развитие. Затова традиционният културен туризъм в Грузия в периода на трансформация изисква адекватно планиране, знания и интердисциплинарен подход, сътрудничество между агентите на различни нива и консолидиране на работната сила.

SWOT анализ на туризма, основан на преживяванията с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Грузия

Въз основа на SWOT анализ работната група обсъди основните предизвикателства пред ТПКИН, търсейки методи за намаляване на съществуващите заплахи и съвместно разрешаване на проблемите. По-конкретно бяха идентифицирани 4 направления, 9 стратегически цели и 24 стратегически действия. Резултатите се предоставят под формата на логическа рамка на плана за действие.

Силни страни

→ Богато и разнообразно наследство и култура

Древната и разнообразна култура на Грузия е силна страна в развитието на туризма. Има много уникални културни обекти, които създават интересни дестинации на международния и регионалния туристически пазар, например древната цивилизация - останки от мегалитни структури, праисторическа пещерна живопис, блестящи примери за християнската архитектура от ранните епохи и Средновековието. В допълнение към това, страната разполага с разнообразни и уникални по характер на нематериални ресурси, които се отличават с приемственост. Например живата култура, като народни танци, грузинска полифония, кулинария и гастрономия, занаяти и визуални изкуства, социални практики и др., е автентична за Грузия и някои елементи са вписани в Представителния списък към Конвенцията за защита на нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО (UNESCO.org.2019). Интересна е и историята на страната, по-специално следите от кавказките империи в периферните райони на Грузия и др.

→ Държавна подкрепа

За целите на разработването на културни маршрути в Грузия и ефективно участие в Програмата за културни маршрути на Европейския съвет, Службата за културни маршрути към Министерството на културата, младежта и спорта координира функционирането на Междуведомствения съвет за стратегическо развитие и сертифициране на културни маршрути в Грузия. Съветът се състои от 13 представители на заинтересованите страни (Културни маршрути на Грузия, 2017 г.).

Алтернативният туризъм в Грузия, като подкрепяща индустрия, стана част от много сектори. Поради това се изпълняват програми в подкрепа на малкия и средния бизнес. Обсъждат се активно принципите на устойчиво развитие, като въвеждане на практика на съвместно участие в самоуправлението с цел устойчиво използване на ресурсите, създаване на организации за управление на дестинации (ОУД) и местни групи за действие (МГД).

→ Използване на местни ресурси и таланти

За да се създаде разнообразен и пазарно ориентиран продукт е необходимо да се организират интегрирани туристически маршрути въз основа на наличните ресурси на местния пазар.

→ Интеграция в Програмата за културни маршрути

Грузия участва в „Програмата за сертифициране на европейските културни маршрути“¹ от 2016 г., която улеснява въвеждането на насоки за организиране на културни маршрути

¹ В рамките на Програмата бяха разработени пет културни маршрута: „Винен маршрут“, „Европейски маршрут на еврейското наследство“, „Европейски маршрут на исторически термални градове“, „Праисторическа пещерна живопис“ и „Европейски маршрут на исторически градини“.

и тяхното интегриране в международна мрежа. В това отношение е интересно сертифицирането на маршрути, основани на проучвания, и тяхното интегриране в европейските културни маршрути (Cultural Routes of Georgia, 2017)².

Слаби страни

→ По-малко диверсифициран и качествен туристически продукт

В наши дни туристите търсят нови дейности, емоции, знания, които ще им позволят да придобият незабравимо преживяване. Освен автентичните забележителности, има и търсене на тясно взаимодействие между домакините и посетителите, което е уникално средство за разбиране на местните традиции. В същото време SWOT анализът показва, че въпреки разнообразия и висок интерес към преживяванията и приключенията, повече от 30% от анкетираните искат комфортно пътуване, но са готови да жертват собствения си комфорт, за да получат незабравимо преживяване. Тук е желателно да се създадат професионални и любителски предложения за маршрути.

Проучването на съществуващата ситуация показва, че търсенето на приключения, нови емоции, вдъхновение и натрупване на преживявания не се постигат само чрез предлагане на един вид продукт и комфорт. В допълнение към автентичната среда, клиентите изискват физическа активност, като пешеходни, конни, колоездачни обиколки около тяхната дестинация, разходки в средата на културния пейзаж, както и в естествената девствена среда, туристически оферти до агро-туристически ферми и т.н.

→ Неадекватна / недостатъчна квалификация и познания на персонала

SWOT анализът установи липса на квалификация и съответни познания сред човешките ресурси, налични на пазара на труда. Списък на темите беше изготвен въз основа на дискусия с експерти и мениджъри на хотели и ресторанти.

² На този етап сертифицирани маршрути са: „Немски селища и археологическо наследство“, „По стъпките на Александър Дюма в Грузия“. Проведени са анкети по следните теми: „Известни и неизвестни културни маршрути в Западна Грузия“, „Изследване на модерното архитектурно наследство в Грузия“, „По стъпките на древни цивилизации“, „Отивам в Гурия, но“, „Маршрутът на грузинската керамика“, „Грузинският маршрут на историческото наследство“, „Маршрут на праисторическата пещерна живопис в Грузия“, „Крепости - стражи на бъдещето“.

→ **Нарастваща тренд на миграция на населението в трудоспособна възраст**

За съжаление младите хора не се интересуват от легендите, разказвани от техните родители, и не искат да научат нещата, които миналото е запазило за тях. Анализът показва, че емоциите и възлението на туристите засилват мотивацията на грузинските домакини, чувството за идентичност, отличителност, гордост по отношение на културата и националните ценности на страната им, признаване на собствените им творчески умения/таланти и ролята им в процесите на трансфер на знания и опазване на ресурсите.

→ **Слабо сътрудничество и регионално и държавно ниво**

Туристическите съоръжения - основната инфраструктура, осигуряваща оборудване и удобства в туристическата дестинация - са важни на туристическия пазар. Водо- и газоснабдяването все още е проблем в регионите. Няма достатъчно знаци за туристическите обекти и по пътищата, а те не могат да бъдат поставени без подкрепата на местната власт.

→ **Слабо мрежово сътрудничество между доставчиците на услуги (което възпрепятства ангажирането на занаятчиите на туристическия пазар)**

В днешно време посетителите не могат да бъдат изненадани само от комфортно настаняване и еднообразни предложения. Творческият подход и включването на творчески елементи са възможни само чрез сътрудничество на различни доставчици и създаване на интегриран туристически продукт.

→ **Недостатъчна интерпретация и маркетинг на туристическия продукт в областта на ТПКИН**

Туристите често се интересуват повече от конкретни истории и легенди, отколкото от факти. За да осъществи емоционален контакт, туристът се нуждае от история, разказана на живо. Препоръчително е да се популяризират местни събития, като етно фестивали, общностни фестивали и т.н. страната.

Представянето на уникални преживявания, основани на грузинските традиции, изисква по-гъвкав подход и иновативни платформи, като портала Airbnb.com за трансформационния опит при пътуване. Съществуващите в Грузия онлайн платформи изискват активиране на доставчици, съответни знания/умения в дигиталния маркетинг и администриране на социални мрежи, висококачествена комуникация с потенциални клиенти.

Възможности

→ **Благоприятно местоположение в Кавказкия регион**

Грузия е конкурентоспособна страна по отношение на привличането на международни и регионални туристи. Маршрутите и в трите кавказки страни са представени на международни пазари от грузинските туроператори.

→ Подкрепа от Съвета на Европа и други международни организации

През 2021 г. град Кутаиси ще бъде домакин на 10-ия Консултативен форум на културните маршрути на Съвета на Европа (на 29 септември - 2 октомври).

→ Разработване на международни тематични маршрути

По отношение на създаването на тематичен туристически продукт, Грузия има потенциал за развитие на теми, свързани с Пътя на коприната и Европейските културни маршрути. Програмата за обновяване на Пътя на коприната (като търговски маршрут) се подкрепя от Световната туристическа организация на ООН и нейната цел е да популяризира нематериалното културно наследство чрез туризма³.

Популяризирането на Пътя на керамиката в Грузия също е интересно и ще допринесе за производството на място (Associazione Strada Europea della Ceramica, 2018)⁴.

→ Регламентиране и защита на авторските права

Традиционните продукти се нуждаят от защита от страна на държавата, която трябва да разработи регулации за поддържане на идентичността на продуктите, тяхното етикетирание и марка. Друг механизъм за популяризиране и опазване на традиционните продукти е защитата на авторските права, която предоставя помощ на общностите, притежаващи тези права, и създава предпоставка за защита на техните продукти. Също така е важно да се разбере цялата система и елементи, участващи във веригата на добавяне на стойност в този процес.

Заплахи

- Нестабилна политическа ситуация в региона
- Постпандемичен период, предизвикан от COVID-19

³ Темата за Пътя на коприната се използва успешно от Узбекистан, където ежегодно се провежда Фестивалът на коприната и подправките в Бухара. На фестивала се представя шоу програма, показваща традиционни продукти и обичаи от културата на Узбекистан и съседните страни. Посетителите дегустират сладкиши като халва, присъстват на представления, участват в производството на ръчно изработени предмети. Те също така имат възможност да участват в приготвянето и дегустацията на значимо узбекско ястие - Плов.

⁴ Европейският път на керамиката (културният маршрут, признат от Съвета на Европа през 2012 г.) предвижда предоставяне на стойността на културното наследство, свързано с производството на керамика и неговата стара традиция, създава устойчиво и конкурентно туристическо предложение, не само образци и колекции, но и цялата култура на живот, запазена от тази индустрия в продължение на много години.

Според експерти и специалистите в сектора се появяват нови възможности на фона на предизвикателствата на туристическия пазар. В тази връзка са идентифицирани три проблема:

- превръщане на образователния аспект на преживенческия туризъм в онлайн практика за дистанционно споделяне на специфичен опит;
- създаване на потенциал за развитие на вътрешния туризъм;
- поставяне на краткосрочни цели и извършване на промени в съществуващата туристическа стратегия.

Възможни политически решения

За анализ на всички горепосочени резултати, по-специално какво може да се направи за използване на силните страни/възможностите и преодоляване на слабостите/заплахите, се използва методът TOWS, който е ефективен при идентифициране на предизвикателства/области на намеса и стратегически цели.

Таблица 1. TOWS

Идентифицирани области		Предизвикателства/области на интервенция
Силни страни и възможности		Възможни мерки
• Богато и разнообразно наследство и култура, запазени социални практики и други традиции • Местни ресурси и таланти, знания • Създаване на звено „Културни маршрути“ • Създаване на ОУД и МГД • Благоприятно местоположение в Кавказкия регион • Организиране на трансгранични и международни тематични маршрути в областта на ТПКИИ • Въвеждане на знаци, обозначаващи традиционността и мястото на произход, разпоредби и защита на авторските права • Консултативен форум, насрочен за 2021 г. • Увеличаване на местното търсене на пътувания до	⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒	• Създаване на конкурентен, автентичен продукт на туристическия пазар • Организиране и интерпретиране на интегрирани тематични туристически маршрути • Създаване на тематични маршрути и свързването им с европейските културни маршрути • Подобряване на практиката на участие в самоуправлението - дейности, базирани на общността • Създаване на комбинирани, трансгранични туристически продукти • Популяризиране на тематични маршрути и интегрирането им в международни и европейски тематични маршрути • Организиране на тематични фестивали и други събития и включването им в международната фестивална програма • Интегриране на насоки и инструкции за определяне на традиционността и интелектуалната собственост в туристическия продукт на ТПКИИ • Участие във форума на Съвета на Европа и други международни събития, популяризиране на експериментални и творчески културни маршрути • Разработване на предложения за местния пазар

региони след пандемията от COVID-19		
Слаби страни и заплахи		Възможни мерки
- По-слабо диверсифициран качествен продукт - Неадекватна / недостатъчна квалификация и познания на персонала - Новост и по-малко информираност за областта - Неадекватна туристическа инфраструктура - Нарастващ тренд на миграция на населението в трудоспособна възраст и загуба на местни знания - Ниска платежоспособност на населението - Слабо сътрудничество на регионално и държавно ниво - Неадекватна основна инфраструктура - Слабо мрежово сътрудничество на местно, национално и международно ниво - Пост-пандемичен период, предизвикан от COVID-19 - Нестабилна среда	⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒ ⇒	- Създаване на целенасочен, качествен туристически продукт, включително разработване на пешеходни и колоездачни турове - Организиране на обучения - Разработване на насоки и интегриране на ръководни принципи за защита на ресурсите и разнообразието в туристическия продукт; организиране на семинари, създаване на центрове за създаване на професионални асоциации, споделяне на знания и практика в ТПКИН - Подобряване на инфраструктурата, необходима за създаване на продукти в областта на ТПКИН, включително улесняване създаването на ателиета за сувенири и наследствени занаяти. - Ангажиране на младите хора в туристическите дейности и запазване на местните знания - Създаване на алтернативни оферти за местния пазар - Подобряване на многосекторното сътрудничество - Подкрепа на проекти в местните общности за подобряване на туристическите условия и осигуряване на удобства - Предлагане на туристическия продукт, основан на творчеството, на иновативни платформи; подобряване на уменията/знанията на производителите в дигиталния маркетинг и администрацията на социалните мрежи - Улесняване на прехода към онлайн практики за дистанционно споделяне на специфичен опит

Стратегическа визия, цели и план за действие

До 2030 г. Грузия ще бъде конкурентна дестинация за **туризъм, основан на преживяванията**, с фокус върху **културата и културно-историческото наследство в региона на Кавказ**, на базата на богата си жива култура и **висококачествени услуги**. Страната създава условия за участие на туристите в практиката на **създаване и възприемане на автентични преживявания** и за увеличаване на социалните и икономическите ползи за местните общности. В същото време тя осигурява **опазване на културното наследство, повишаване на осведомеността** на туристите и местното население и увеличаване на **приходите от туризъм** в страната.

Стратегически цели



Цели на стратегията:

- ➔ Автентични, конкурентни туристически продукти и услуги в областта на ТПКИН се разработват на базата на разнообразната и богата жива култура в страната
- ➔ Наследството и живата култура се запазват в дългосрочен план.
- ➔ Маркетингът и комуникациите отговарят на изискванията на целевия пазар и представят страната на международния пазар за творчески и преживенчески туризъм.
- ➔ Туристическите продукти и услуги в областта на ТПКИН са разработени на базата на разнообразната и богата жива култура в страната.
- ➔ Управлението на ТПКИН съответства на подходи за многосекторно и съвместно участие, където се предвижда ангажирането на местната общност и сътрудничеството на различни нива.

Таблица 2. План за действие за развитие на ТПКИН

Стратегическо действие	Цел(и) на стратегическото действие	Възможни резултат(и) от стратегическото действие	Възможни отговорни заинтересовани страни
1. Разработване на автентични, конкурентни туристически продукти и услуги в областта на ТПКИН въз основа на разнообразната и богата жива култура на страната	1.1 Създаване на висококачествен продукт в областта на ТПКИН, в който са интегрирани местните ресурси и елементи на живата култура	1.1.1. Съставяне на опис на ресурсите на материалната и нематериалната култура на територията на общините	ГНАТ, Служба за културни маршрути, Национална агенция за опазване на културното наследство на Грузия, Национален музей, местни общини, ОУД, МГД, организации, членуващи в Съюза по туризъм, университетски изследователски центрове, ЕС, ААМР, програма за икономическа сигурност
		1.1.2. Разработване и обозначаване на образователни тематични маршрути в туристическите зони;	
		1.1.3. Създадени са и функционират туристически (трансгранични) програми, свързващи региони, включително Европа със страните от ЧБ;	
		1.1.4. Избрана и представена импровизация на поне една народна игра / ритуал или фолклорно събитие;	
		1.1.5. Намаляване на сезонността - създаване на зимни оферти и кратки туристически програми по места;	
	1.2. Създаване и управление на туристическа	1.2.1. Въвеждане на ръководни принципи за разработване, организиране и управление на нови маршрути за ТПКИН	ГНАТ, Служба за културни маршрути,

	инфраструктура, съобразена с културните ценности	въз основа на споразумение между заинтересованите страни, включително с ОУД;	Национална агенция за опазване на културното наследство на Грузия, Национален музей, местни общини, ОУД, МГД, организации, членуващи в Съюза по туризъм, организации, които организират събития
		1.2.2. Изпълнение на иновативни и инфраструктурни програми/дейности въз основа на взаимни споразумения с посредници (ОУД, туроператори, бизнес асоциации и др.);	
		1.2.3. Подобряване на продуктите/услугите в областта на ТПКИН чрез създаване на необходимия опис от пространства/места за приемане на посетители и демонстрация на продукти;	
	1.3 Увеличаване на възможностите на местно ниво и в региона с цел да се създават иновативни и печеливши офери	1.3.1. Разработване на необходимите академични материали и провеждане на курсове за придобиване на практически умения за разработване, интерпретиране и управление на продукти в областта на ТПКИН;	ГНАТ, местни общини, ОУД, МГД, членове на Съюза по туризъм, организации, които упавляват събития, airbnb.com, Expogo.ge
		1.3.2. Подобряване на уменията на производителите по отношение на приемането на посетители, стандартите за качество на продуктите и услугите, безопасността и управлението на храните, маркетинга и администрацията на социалните мрежи;	
		1.3.3. Увеличаване на традиционното производство на място (ръчно изработени предмети, продукти, местни фолклорни структури)	
2. Устойчиво използване и опазване на материални и нематериални културни ресурси	2.1 Повишаване на осведомеността относно наследството и културните ресурси	2.1.1. Разработени дефиниции на ТПКИН; проведени проучвания, демонстрирани резултати на семинари, работни срещи и форуми;	Местни общини, ОУД, МГД, членове на Съюза по туризъм, ЕС, Програма на ААМР за икономическа сигурност
		2.1.2. Създадена и функционираща модерна платформа и хъбове за подобряване на културната идентичност, ефективност на споделянето на знания и трансфер на информация от поколение на поколение, както и професионални контакти;	
		2.1.3. Повишаване на мотивацията на младите хора да се ангажират с дейности в областта на ТПКИН чрез въвличане в организирането на събития;	
	2.2 Предотвратяването на загуба на културни ресурси	2.2.1. Интегриране на ръководните принципи за традиционност и собственост в продуктите в областта на ТПКИН и създаване на съответна марка за качество;	
3. Подобряване на видимостта на продукта в областта	3.1. Разработване и прилагане на ефективни целеви организационни и	3.1.1. Поставяне на качествени и конкурентни продукти/предложения на иновативни платформи; приложения и онлайн платформи се използват за	Местни общини, ОУД, МГД, Креативна Грузия, членове на Съюза

ТПКИН, на достъпа до туристическия пазар и на популяризирането на ТПКИН на страната на международния пазар	маркетингови мерки	продажба на продукти в областта на ТПКИН и разпространение на практическа информация;	по туризъм, ЕС, Програма на ААМР за икономическа сигурност
		3.1.2. Програмите за ТПКИН се разработват и организират, так където са ангажирани творчески домакини от Грузия;	
		3.1.3. Подготвяне на рекламни материали за ОУД/МГД и за разпространение на събития;	
		3.1.4. Организиране и въвеждане на рекламни събития на продукти на ТПКИН (например награда за творчески домакин), които да бъдат представени в рамките на различни събития, включително награда за туризъм;	
	3.2 Подобряване на мрежовото сътрудничество на местно, национално и международно ниво	3.2.1. Увеличаване на ангажираността и популярността на занаятчиите на туристическия пазар;	
		3.2.2. Въвеждане на система за ваучери (например безплатен билет до музея с престой в хотел), за да се увеличи продължителността на посещенията в обектите и местното сътрудничество;	
		3.2.3. Въведена е практиката на редовните фестивали и те са включени в международни мрежи като част от туристическите програми;	
4. Ефективно управление на сектора - подобряване на многосекторното сътрудничество, ефективни системи за ТПКИН и подходи за съвместно участие.	4.1. Подобряване на практиката на съвместно участие на самоуправление - дейности, базирани на общността	4.1.1. Проектите на общностите са изпълнявани с цел стабилност, многообразие и сътрудничество на местно ниво;	Креативна Грузия, Служба за културни маршрути ГНАТ, местни общини, ОУД, членове на Съюза по туризъм, ЕС, Програма на ААМР за икономическа сигурност
	4.2. Координация на консултативен съвет / платформа	4.2.2. Мониторингът на плана за действие се осъществява с интердисциплинарно и многосекторно сътрудничество;	

Заклучения

Изпълнението на плана за действие за постигане на общата цел за устойчиво развитие в Грузия изисква сътрудничество на институции и лица. Въпреки този необходим съвместен опит, основната отговорност за туристическия сектор е на грузинската национална администрация по туризъм и следователно тя осигурява съгласуваност на дейностите. В същото време с цел ефективно прилагане на стратегията е желателно тясно сътрудничество със Службата за културни маршрути и отдел „Творческа Грузия“ към Министерството на културата.

За изпълнението на стратегията е важно също така да се разработи интегриран подход, който да гарантира ангажираност на заинтересованите страни в процеса на вземане на решения (особено при използване на подход „отдолу отгоре“). За тази цел грузинската национална администрация по туризъм ще си сътрудничи с местната власт, организациите за управление на дестинациите (ОУД), гражданския сектор, местните групи за действие (МГД), местните сдружения на активни граждани и други заинтересовани страни.

За оценка на стратегията трябва да бъдат идентифицирани измерими показатели за оценка на въздействието. За мониторинг на изпълнението на поставените цели се препоръчва създаването на Консултативен съвет с цел постоянен, едновременно контрол на всеки етап на изпълнение от участващите заинтересовани страни. Консултативният съвет може да провежда заседания два пъти годишно, физически или виртуално.

РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ГЪРЦИЯ

Регионалният план за действие (РПД) служи като основополагащ документ, който идентифицира практики и процеси за усъвършенстване на услугите, свързани с туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в двете гръцки области, които попадат в Черноморския басейн - Централна Македония и Източна Македония и Тракия (наричани още регион ЧБ ГР). Той се фокусира върху набор от препоръки, които да бъдат приложени от основните заинтересовани страни от частния и публичния сектор в туризма, за да се насърчат възможностите, предоставени от преживенческият туризъм.

Текущо състояние: силни, слаби страни, възможности и заплахи

Целият регион ЧБ ГР разполага с богат и разнообразен запас както от материално, така и от нематериално наследство от праисторическата епоха до съвременните години. И двете административни области на региона ЧБ ГР - Централна Македония и Източна Македония и Тракия - имат вече добре развит туристически профил.

Що се отнася до материалните културни ресурси, регионът ЧБ ГР включва повечето територии на древна Македония и е дом на 4 от 18-те обекта на ЮНЕСКО за световно наследство в Гърция, както на важни древни градове. Солун, столицата на региона, е важен притегателен център със специфичен потенциал за растеж в областта на преживенческият туризъм. Други по-малки градове, като Вероя със значимите си паметници от византийската епоха и Ксанти с отличителната си архитектура, също имат потенциал за туристически растеж. Основните природни ресурси, като планината Олимп, най-високата в Гърция и известна в цял свят като дом на гръцките богове, и планината Атон, третият обект на наследството на ЮНЕСКО, също са специфични места за преживенчески туризъм.

Що се отнася до нематериалните ресурси, регионът ЧБ ГР разполага с много богато разнообразие от обичаи и традиции, които изграждат забележителна и разнообразна местна култура. Някои известни ритуали също оцеляват в оригиналния си вид в определени села и наподобяват на запазени такива в България. Добре известната е местната кухня на различни населени места, като потенциалът за растеж на гастрономическите дестинации може допълнително да допринесе за трансформация на туристическите преживявания.

Както показва проучването на потребителските нагласи, по-голямата част от посетителите пътуват предимно, за да открият нови територии и да изследват културата на живот на дадено място, а също така има значителен интерес към посещението на културни и исторически забележителности. Пътуващите изглежда са склонни да плащат повече за смислени и обогатяващи туристически преживявания и да жертват своя комфорт или удобство, за да придобият запомнящи се и обогатяващи преживявания.

Изследванията разкриват липсата на ясна дефиниция на това какво представлява преживенческият туризъм, който или се използва като „общ термин“ или не е напълно разбран. Освен това се наблюдава голямо разминаване между съществуващата и конвенционалната категоризация на туристическите предприятия и преживявания, тъй като някои от съществуващите бизнеси в преживенческият сектор не могат да бъдат класифицирани в съществуващите туристически категории. Това може да се преведе като необходимост от преразглеждане на следващия туристически модел, контекст и дефиниция на съдържанието чрез модернизиране на законодателството, свързано с туризма и неговите алтернативни форми.

Преразглеждането на законодателната рамка за стимулиране развитието на туризъм, основан на преживяванията, се очертава като решаваща необходимост. Важен фактор, който би допринесъл за развитието на преживенческият туризъм, е сътрудничеството между туристическите компании и местните производители с цел подпомагане на местната общност и трансграничното сътрудничество. Цифровите технологии дават възможност за нови области за туризъм, основан на преживяванията, позволяват диференциация на туристическия продукт и обогатяват опита на посетителите с помощта на виртуални инструменти. Пандемията от COVID-19, въпреки че обикновено се разглежда като проблем, може също да се превърне във възможност за развитие на преживенчески туризъм.

Необходима е интегрирана политика за насърчаване и прилагане на стратегии за културен туризъм с опит на всички нива. Неадекватното и недостатъчно законодателство в областта на туризма в комбинация с липсата на стратегическо планиране и ясна дефиниция на съдържанието пречат за развитието на туристически дейности и бизнес, основани на преживяванията. Това отчасти се дължи на факта, че масовият туризъм все още е доминиращ в туристическия сектор в цяла Гърция, включително двата региона на ЧМ-ГР. Националното правителство трябва да разработи интегриран план за действие за алтернативни форми на туризъм, включително преживенчески туризъм.

Областните управи и на двете области в региона ЧМ-ГР не планират стратегически културната и транспортната инфраструктура, което на свой ред води до функционални проблеми и проблеми, свързани с достъпността. Необходима е достатъчна оперативна съвместимост между различните видове транспорт и връзка между периферните географски области с централните. Дългосрочната стратегическа рамка и планиране, които определят отговорностите, управленските и маркетинговите практики, сътрудничеството между публичния и частния сектор, са от решаващо значение за развитието на туризма, основан на преживяванията. Важен е и диверсифицираният подход и управление на географските райони в зависимост от техните отличителни особености и специфичните им характеристики. Той може да бъде управляван от алтернативни оперативни органи, като организации за управление на дестинациите (ОУД) с дълбоки познания за предимствата и специалните характеристики на всяко едно място. По този начин райони и дестинации, които може да не се считат за толкова интересни, биха развили своите сравнителни предимства и биха създали висококачествен продукт, основан на опита.

Липсата на сътрудничество в областта на преживенческия туризъм на всички нива (национално, регионално и местно) се отчита като решаващ проблем. Висококачествените продукти и услуги, основани на преживяванията, изискват ефективно сътрудничество между всички заинтересовани страни, участващи в туризма. Следователно е необходимо да се инвестират много усилия и да се мобилизират няколко публични и частни играчи, за да се постигне ефективно сътрудничество и солидарност между основните участници в сектора и да се изгради атрактивен, висококачествен туристически продукт, основан на преживяванията.

Туристическите бизнеси и продукти, основани на преживяванията, трябва да бъдат устойчиви. Това означава, че туристическият продукт изисква постоянна обратна връзка и адаптиране към непредвидени или спешни условия, като пандемията от COVID-19, за да стане устойчив и да се справи с всички предизвикателства. Творчеството е необходима съставка, за да се подобри туристическото преживяване и да се осигури уникална атмосфера в туристическите дестинации. Това означава, че от решаващо значение е да се подобри иновативното поведение на туристическите компании чрез прилагане на творчески идеи или включване на нови технологии в дейностите, основани на преживяванията. И накрая, за да се намали рискът от лоша слава на бизнеса поради ниско качество, е необходимо да се наложи контрол на качеството или сертифициране на качеството на предлагания продукт в туристическите предприятия.

Таблицата по-долу представя SWOT анализ, фокусиран върху силните и слабите страни на вътрешната среда (ресурси, потребители и местно население, туристически продукти и предприятия, политика и управление) и върху възможностите и заплахите от външната среда.

Силни страни	Слаби страни
Ресурси: Материално и нематериално наследство • Дълга история/ много исторически паметници / Световно наследство • Солун (столица на региона): ресурси на наследство с висока стойност/ добре развит градски туризъм • Други важни градове със забележителна архитектура и паметници • Разнообразие от обичаи и традиции • Културен профил на населението • Добре позната кухня, мозайка от вкусове, гастрономическа дестинация • Богати природни ресурси с връзки към наследството (планината Олимп, Атон) Потребители и местно население • Активно участие на туристите • Местната общност, позитивно настроена към дейности, основани на опита и преживяванията • Преживенчески туристически потоци, канализирани не само в исторически забележителности или основни исторически места, но и в точки със скрита история Продукт/ предприятия • Добре развит туристически профил / идентичност (морски туризъм, екотуризъм, агротуризм, вино, спорт, култура, гастрономия, религиозно поклонение, термални - терапевтични процедури) • Антропоцентричен подход • Интегриране на многомерни параметри • Дестинацията като цялостно и интегрирано преживяване • Висококачествен продукт • Добре разработена дигитална маркетингова стратегия • Добре развити преживенчески дейности: културни (алтернативни обиколки с екскурзовод, тематични разходки, винени пътеки), земеделски (производство на вино и пчеларство, дестилерия на етерични масла, лов на гъби и билки), приключенски (кану-кааяк, рафтинг, планинско колхозене) • Награди за иновативни дейности, основани на опита	Политика/ управление • Липса на законодателно - правна рамка • Липса на дългосрочна стратегическа рамка и планиране • Липса на сътрудничество (национално, регионално, местно ниво) • Неуспешно управление на културни и транспортни инфраструктури/ Функционална културна инфраструктура и транспортни проблеми • Недостатъчен туристически модел и контекст Продукт/ предприятия • Липса на финансиране • Липса на обучен персонал на местно ниво • Различна ценова политика в туристическия бизнес, основан на преживяванията, и туристическите агенции • Липса на сътрудничество между публичния и частния сектор • Сезонна и географска концентрации на туристи • Натиск върху крайбрежните ресурси поради масовия туризъм • Липса на участие на ресторантьорството в туристическия сектор, основан на опита • Различна философия на заинтересованите страни • Малко фирми, свързани с туризма, са развили преживенчески дейности • Ограничено разбиране на дефиницията и измеренията на преживенческия туризъм

Възможности	Заплахи
• COVID-19 (научените уроци) • Трансгранично сътрудничество • Определяне на културни ресурси в съвместните европейски туристически политики и инструменти за финансиране • Нова специална рамка за териториално планиране и устойчиво развитие • Нови цифрови технологии • Приемане на екологични политики и стратегии в туризма • Сътрудничество между туристически компании и местни производители • Внедряване на иновативни технологични практики	• COVID-19 (ефект върху пътуването) • Глобални кризи (икономически) • Доминиране на масовия туризъм • Конкурентни туристически пазари • Постоянна промяна на потребностите и тенденциите на туристическото търсене • Прекомерна експлоатация на природни и културни ресурси

Стратегически приоритети, цели и действия

Регионалният план за действие за насърчаване туризъм, основан на преживяванията, с фокус върху на културата и културно-историческото наследство в региона на ЧМ-ГР е структуриран по 4 стратегически приоритета (П):

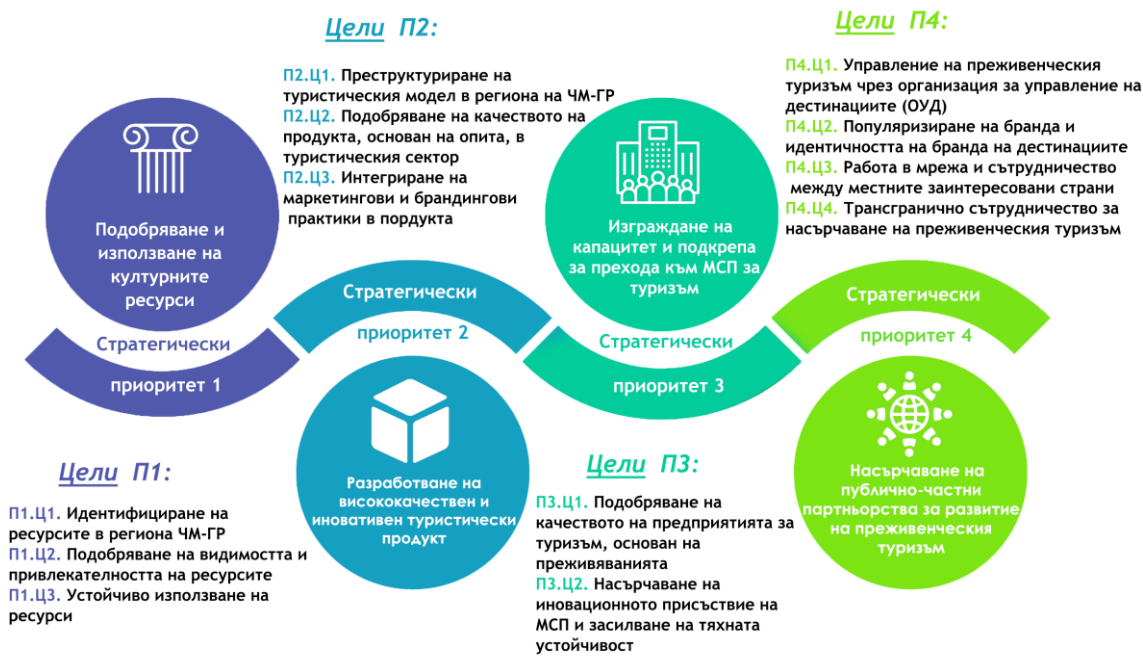
П.1. Подобряване и използване на културните ресурси

П.2. Разработване на висококачествен и иновативен туристически продукт, основан на преживяванията

П.3. Изграждане на капацитет и подкрепа за прехода към МСП за туризъм, основан на преживяванията

П.4. Насърчаване на публично-частни партньорства за развитие на преживенчески туризъм

Всеки стратегически приоритет въплъщава специфични цели (както е показано на фигурата по-долу), които се реализират чрез действия от стратегическо естество.



Стратегически приоритет П.1. Подобряване и използване на културните ресурси

Регионът ЧМ-ГР е добре известен със своите материални и нематериални ресурси и може да се превърне в ценена дестинация за преживенчески туризъм. Местната култура предоставя обзор на различни практики, повлияни от гръцката и по-широката балканска и средиземноморска култура, включително някои, идващи от древното, византийско или османско минало. Регионът ЧМ-ГР съчетава интересна история и голям брой различни исторически паметници, тъй като е населен от хора с дълбока културна идентичност. Предвид богатите природни ресурси, регионът би могъл да играе важна роля в развитието на преживенческия туризъм както в страната, така и в по-широката зона на Черноморския басейн. Идентифицирани са три основни цели, които биха могли да служат за подобряване на използването на ресурсите на региона ЧМ-ГР - културни (както материални, така и нематериални) и природни, - докато са изброени редица възможни действия и съответни резултати.

Цел П1.Ц1. Идентифициране на ресурсите в региона ЧМ-ГР

Подобряването на идентифициране на ресурсите на региона трябва да бъде основната цел, върху която могат да се разработят предложения за преживенчески туризъм. Важно е да се отбележи, че ресурсите, които не се използват, не могат да бъдат опазени. Друга подцел на тази цел би била обработката на материални и нематериални ресурси в пространство, което да позволи предлагането на местни и популяризирани продукти чрез комбинацията от ресурси, което на свой ред ще позволи мобилизирането на културните, природните и екологичните ресурси като цяло.

Дейности	Възможни резултати
Картографиране и категоризиране на наличните ресурси (материални / нематериални, културни / природни, градски / селски и др.)	– Идентифициране на наличността и вида на ресурсите/ защитата на ресурсите – Развиване на връзки с регионални/ местни икономики и местни общности – Мобилизиране на местни ресурси за устойчиво регионално и местно развитие
Илюстрация (визуализиране) на пространствени идентичности (пространствена концентрация на ресурси, възможни маршрути, видове ресурси, които изграждат характера и облика на дадено място)	
Интегриране на различни видове ресурси в стратегии за туризъм, основан на опита	

Цел П1.Ц2. Подобряване на видимостта и привлекателността на ресурсите

Подобряването на видимостта и привлекателността на ресурсите е основен елемент при създаването на профил на дестинацията, който би насърчил посетителите да избират конкретния регион.

Дейности	Възможни резултати
Достъпност и транспортна инфраструктура на туристическите дестинации	– Подобряване на качеството и привлекателността на ресурсите и продуктите, основани на преживяванията/ разширяване на тяхната достъпност за потребители със специални нужди – Подобряване на видимостта на ресурсите/ повишаване на опитното туристическо търсене – Подобрене видимостта и достъпа до местни културни дейности, използвайки съществуващото туристическо търсене
Възстановяване / поддръжка / защита на необходимите ресурси	
Създаване на онлайн платформа за информиране на посетителите с разпределение на ресурси от многотематична гледна точка, използвайки иновативни методи	
Популяризиране и използване на археологическите обекти и музеите и създаване на интегрирани археологически маршрути	
Свързване на съществуващите туристически продукти с опита на местните културни дейности	

Цел П1.Ц3. Устойчиво използване на ресурси

Устойчивото използване на ресурсите е от съществено значение както за настоящото, така и за бъдещото опазване на ресурсите на регионите. От изключителна

важност е съхраняването на нематериалните ресурси, тъй като поради спецификата им тези ресурси ще трябва да бъдат използвани (изпълнявани), за да бъдат запазени. По този начин, противно на основното убеждение, преживявеният туризъм може да помогне много за тяхното запазване, вместо за тяхното потребление. Всичко това трябва да бъде обект на устойчиво развитие, така че местните условия, общности и обичаи да се уважават и броят на туристите/ посетителите да не надвишава капацитета на местата и местните общности да посрещат гости.

Дейности

Възможни резултати

Подобряване на потенциала на малки / местни / семейни фирми	– Разпространяване на растежа в подкрепа на местната икономика и общество – Опазване на устойчивото използване на околната среда – Защитете местната култура, знания и практики – Разпределете туристическото предлагане през цялата година, справяне със сезонността и защита на устойчивото развитие. – Осигуряване на устойчиво използване на ресурсите
Насърчаване на използването на местни продукти, произведени от устойчиви природни ресурси	
Подкрепа и развитие на иновативното използване на местни ресурси/ продукти, основани на местни знания и практики	
Разработване на предложения за целогодишни посещения	
Разработване на система от ключови показатели за ефективност (КПЕ) за наблюдение на устойчивото управление на ресурсите	

Стратегически приоритет П.2. Разработване на висококачествен и иновативен туристически продукт, основан на преживяванията

Днешните предизвикателства в туризма са все по-често свързани с високото качество, устойчивост и иновации, които се превръщат в ключови фактори за развитието на уникални туристически преживявания. Туристическият продукт, основан на преживяванията, в региона ЧМ-ГР е динамична комбинация от различни сложни елементи. В същото време иновацията на туристическата услуга или продукт по дефиниция е многоизмерна. Иновациите на туристическите продукти са основно процес, който включва два компонента:

- нетехнологичен компонент, определен от материалните и нематериалните човешки ресурси, организационната структура и факторите, които могат да добавят стойност към обслужването на клиентите (маркетинг и др.);
- технологичен компонент, който зависи от технологиите, особено от информационните и комуникационните технологии (ИКТ).

Цел П2.Ц1. Преструктуриране на туристическия модела в региона на ЧМ-ГР

Отговорът на традиционния подход за развитие на туризма по модела „слънце и море“ е концепцията за дестинация като интегрирано преживяване чрез устойчивост и иновации, с нови форми и услуги извън преобладаващите и със стратегия за подобряване

на качеството на съществуващите туристически продукти. Въпреки че привидно масовият туризъм продължава да е от безспорно голямо значение за развитието на туристическата индустрия в Гърция, настоящото туристическо търсене и модел претърпява голяма трансформация, като опитът/преживяването се превръща в съществена част от пътуването, чрез интегриране на многоизмерни параметри като околната среда, култура, гастрономия и цялостна устойчивост. Когато интегрират аспекти като култура и местни традиции с природни ресурси и спорт, туристите се чувстват потопени в местния начин на живот, изживяват и възприемат положителен образ на посетената дестинация. Диверсификацията на туристическия продукт е от съществено значение и се постига чрез насърчаване на взаимодействието между различни видове туризъм като културен, гастрономически, спортен, религиозен туризъм, агротуризм, селски туризъм и др. Във всички случаи активирането и участието на всички членове на местната общност е от решаващо значение. Освен това един от най-добрите начини за създаване на интегрирани туристически пакети, с акцент върху специфични форми на туризъм, е чрез насърчаване на клъстери или мрежи. Мрежите могат да бъдат географски или тематично базирани и да подкрепят устойчивостта на туристическия продукт.

Дейности

Възможни резултати

Насърчавайте интегрирането на различни видове туризъм в туристическите стратегии	– Създаване на многоизмерни туристически преживявания – Подобряване на гамата от туристически продукти и услуги с опит – Сметчане на сезонността на туризма
Връзка между съществуващите туристически продукти и опита на местните производствени дейности, главно в първичния сектор	
Създаване и експлоатация на туристически мрежи (клъстери)	

Цел П2.Ц2. Подобряване на качеството на продукта, основан на опита, в туристическия сектор

Предоставянето на приятелски, висококачествен и разнообразен туристически продукт и опит е съществена част от създаването на дълбоко, приятно и запомнящо се преживяване, което в крайна сметка засяга удовлетвореността на посетителите и насърчава повторните посещения. По дефиниция туризмът предполага придвижване на хора в и около регионите ЧМ-ГР. Пътуването - с железопътен транспорт, самолет, ферибот, автобус, велосипед или друго превозно средство - може да бъде акцент в преживяванията на туристите (и на жителите). Ето защо, подобренията в инфраструктурата, насочени към местните жители и пътуващите, позволяват на пътуващите да посещават по-малко забележителни области и да използват алтернативни видове транспорт. За да отговори на нарастващото търсене от страна на местни и чуждестранни пътници, транспортната инфраструктура трябва да бъде надеждна, безопасна и ефективна. Иновативните

информационни платформи и системи от показатели за устойчивост в туристическия продукт са от решаващо значение за подобряване както на удовлетвореността на клиентите, така и на качеството на услугите в дългосрочен план. От гледна точка на устойчивостта е важно да се повишат качеството и капацитетът на туристическия продукт чрез модернизиране на туристическите процедури и ангажиране в схеми за сертифициране на качеството.

Дейности	Възможни резултати
Подобряване на достъпността и инфраструктурата с редовен и безопасен транспорт	– Подобряване на качеството на продукта, основан на преживяванията – Сметчане на сезонността на туризма
Създаване на платформа за информация за посетителите, която предоставя висококачествена информация и използва иновативни методи	
Модернизиране на процедурите и спецификациите за сертифициране на туристически услуги	
Разработване на система от показатели за устойчиво управление на продукта, основан на преживяванията	

Цел П2.Ц3. Интегриране на маркетингови и брандингови практики в продукта, основан на преживяванията

Важно е да се създаде последователна идентичност на преживяванията и да се повиши осведомеността за потенциала на региона ЧМ-ГР да създава туристически преживявания. Необходими са координирани усилия за маркетинг и брандиране, за да се гарантира поддържането и разширяването на конкурентните предимства по начин, който да отличава региона ЧМ-ГР от другите национални и международни дестинации. Целта на брандирането и маркетинга е не само да се съсредоточи върху продукта, но и върху това, което опитът/преживяването представлява за потребителя.

Дейности	Възможни резултати
Внедряване истинска марка, основана на преживяванията в региона ЧМ-ГР	– Създаване на силна идентичност на преживяванията – Разграничаване на региона ЧМ-ГР от други национални и международни дестинации
Подобряване на маркетинговото присъствие през цифровите канали	

Стратегически приоритет П.3. Изграждане на капацитет и подкрепа за прехода към МСП за туризъм, основан на преживяванията

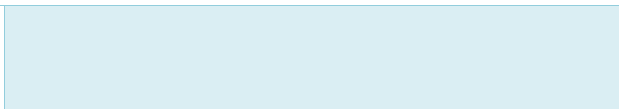
Въпреки нарастващото внимание към преживенческия туризъм в международен план, само малък процент от предприятията в региона ЧМ-ГР, свързани с туризма, са развили дейности, основани преживяванията. Следователно този стратегически приоритет има за цел значително да увеличи броя на МСП, ангажирани с устойчиви бизнес практики, свързани с преживенческия туризъм, чрез насърчаване на координирани иновативни инициативи.

Цел ПЗ.Ц1. Подобряване на качеството на предприятията за туризъм, основан на преживяванията

Важни фактори за подобряване на качеството на предприятията за туризъм, основан на преживяванията, и стимулиране на повторните посещения са комбинация от разнообразни дейности, предлагани в широк спектър от условия, приятелска и професионална работна сила и мрежи между местни и национални партньори. Всички тези елементи помагат на бизнеса да достави висококачествен туристически продукт, основан на опита/преживяванията, и да стане по-устойчив и конкурентоспособен в световен мащаб. Мрежата за сътрудничество между различните малки туристически предприятия би подобрила тяхната устойчивост чрез хоризонтална интеграция в координирана, сплотена и печеливша туристическа индустрия. Потенциалните стандарти за качество и устойчивост помагат на компаниите да растат, да се увеличават и да бъдат конкурентоспособни, жизнеспособни и устойчиви. Насърчаването на туристическите предприятия да се съсредоточат върху определени ключови групи като възрастни хора, хора с намалена подвижност и семейства с ниски доходи разширява достъпа до туризъм и адресира сезонни проблеми. Приятелското, висококачествено обслужване и приятните лични взаимодействия са от съществено значение за успеха на туристическия бизнес или дестинация.

Дейности	Възможни резултати
Развитие на мрежи между местни земеделски производители и хотели и ресторанти за използване на качествени местно произведени продукти	– Увеличаване на ползите от хоризонталната интеграция на туристическите предприятия и сътрудничеството в туристическия бизнес – Подобряване на качеството на предприятията, за да се стимулират повторните посещения – Осигуряване на силна, жизнеспособна, ефективна и добре образована работна сила в туризма – Подобряване на достъпността – Решаване на проблемите със сезонността
Определяне на минимални стандарти и насърчаване само на туристически предприятия, които отговарят на минималните стандарти	
Разработване на иновативни програми за обучение, за да се подобрят образованието и уменията на работната сила	
Насърчаване на туристическите бизнеси да станат по-достъпни за специални	

социални групи и хора със специални
нужди за достъп



Цел ПЗ.Ц2. Насърчаване на иновационното присъствие на МСП и засилване на тяхната устойчивост

Подобряването на конкурентоспособността на преживенческия туризъм в региона ЧМ-ГР играе решаваща роля за укрепването на сектора с оглед на динамичен и устойчив растеж. Насърчаването на иновациите и укрепването на измеренията за устойчивост на малките и средните туристически предприятия е от голямо значение. Иновациите и новите информационни технологии се превърнаха в определящи фактори за конкурентоспособността на туристическата индустрия и за засилване на обмена с други сектори, свързани с нея. Разширяването на използването на нови технологии и нови медии в туристическия бизнес с цел предоставяне на персонализирана информация за посетителите и насърчаване на диалога, в комбинация с цифровизацията на туристическите процедури е необходимо, за да има иновативна, гъвкава и всеобхватна туристическа индустрия в региона ЧМ-ГР. За да се осигури екологосъобразен растеж на туристическите предприятия и да се отговори на високите стандарти за управление на околната среда, е важно да се създадат и разработят зелени сертификати за туристическия бизнес, които отговарят на установените стандарти за екологична отговорност в туристическите операции.

Дейности	Възможни резултати
Регистър за модернизация на туристическите предприятия	– Развитие на иновациите в туристическата индустрия – Подобряване на устойчивостта и екологичните показатели на туристическите предприятия
Дигитализация на процедурите за обслужване на туристически предприятия и инвеститори	
Въвеждане на новите технологии и новите медии в преживенческите дейности на МСП	
Създаване и разработване на зелени и иновативни програми за сертифициране и/или награди за туристическия бизнес	
Указания и насоки за това как туристическите предприятия могат да подобрят своите екологични показатели	

Стратегически приоритет П.4. Насърчаване на публично-частни партньорства за развитие на преживенческия туризъм

Необходимостта от осигуряване на устойчиви и иновативни решения за туризма предизвиква формирането на схеми за управление на участието. Партньорствата могат да мобилизират по-ефективното разработване на стратегии за туризъм, основан на преживяванията, тъй като те действат като платформи, на които всеки участник е ангажиран в координиран процес с много заинтересовани страни и рамка за споделяне на разходите и ползите от прилагането на стратегията.

Цел П4.Ц1. Управление на опитния туризъм чрез организация за управление на дестинациите (ОУД)

Създаването на организации за управление на дестинациите (ОУД) като публично-частни партньорства би могло да бъде основна гаранция, че се вземат правилните решения по отношение на разработването, управлението и прилагането на стратегии за развитие на туризъм, основан на преживяванията. За тази цел биха могли да бъдат създадени регионално базирани ОУД с участието на основните заинтересовани страни по места, които да включват доставчици на услуги (представители на туроператори, работещи в сферата на културата, хотели, хранителната индустрия, и др.) и доставчици на съдържание (представители на културни органи, като музеи, сайтове и местни културни сдружения). Регионално базираните ОУД ще работят като платформа за сътрудничество на местните заинтересовани страни при трансформирането им в партньори в туристическа стратегия. В тези организации регионалното правителство трябва да играе координираща роля, свързвайки регионалните и местните стратегии с националните.

Дейности	Възможни резултати
Създаване на ОУД като публично-частни партньорства на регионално ниво	– Мобилизиране на местния институционален капитал / увеличаване на сътрудничеството за управление на режимическия туризъм – Споделяне на разходите и ползите от прилагането на стратегии за развитие на туризъм, основан на преживяванията
Насърчаване на други публично-частни партньорства като хоризонтални платформи за преживенчески туризъм	

Цел П4.Ц2. Популяризиране на бранда и идентичността на бранда на дестинациите

Брандирането може да се разглежда като непрекъснат и може би като безкраен процес на опит за постигане на колективна идея, която автентично да представлява интересите на хората, които я реализират. Тя трябва да се основава на идеята за създаване на обединяваща идентичност, която представлява индивидуалните интереси и насърчава дейностите на всеки член.

Дейности	Възможни резултати
----------	--------------------

Създаване на идентичност на бранд за дестинациите в региона и бранд за туризъм, основан на преживяванията в региона ЧМ-ГР	– Подобряване видимостта на дестинацията и възможностите за туристически преживявания – Координирани маркетингови усилия, за да се гарантира поддържането и разширяването на конкурентните предимства
Използване на технологии за пазарна реализация/ популяризиране на бранда на региона ЧМ-ГР	
Създаване на уеб-платформа като маркетингов инструмент за крайни потребители/ посетители с информация за продуктите, ресурсите, включително карти	

Цел П4.Ц3. Работа в мрежа и сътрудничество между местните заинтересовани страни

Широките и трайни иновации с потенциал за развиване на силни ниши в туристическата индустрия изискват участието на различни заинтересовани страни, които с течение на времето могат да допринесат съществено за новите туристически продукти. Местното сътрудничество е от съществено значение за създаване на достатъчна критична маса, докато глобалното сътрудничество допринася за а) получаване на достъп до допълнителни знания и ресурси; б) достъп и проникване на международните пазари; в) предлагане на туристически продукт, привлекателен за посетителите. Освен това следва да се насърчават нови страни да участват в иновационни проекти. Това ще въведе нови идеи, различни мирогледи, допълнителни знания и ресурси и по този начин ще увеличи шанса за създаване на изключително нови решения. Целта е да се разширят учебните и иновационни процеси отвъд тясно дефинираните в туристическата индустрия и да се използват други съответни компетенции, например в областта на ИТ, новите медии, културата и изкуствата, археологията, морската биология, медицината и др.

Дейности	Възможни резултати
Създаване и експлоатация на местни туристически мрежи (клъстери)	– Създаване на местна екосистема в областта на преживенческия туризъм – Подобряване на иновативността на местната екосистема – Подобряване на видимостта на дестинациите
Насърчава на нови „играчи“ и компетенции да участват в иновационни проекти.	
Създаване на съвместна марка за популяризиране на специфични тематични маршрути (напр. винени	

маршрути, черешови маршрути, гастронамически маршрути и др.)	
--	--

Цел П4.Ц4. Трансгранично сътрудничество за насърчаване на преживенческият туризъм

Трансграничното сътрудничество между частния и публичния сектор, между бизнеса и научните изследвания, както и участието на гражданското общество насърчава иновациите в туризма като цяло, в определен регион, или във връзка с конкретна тематична област. Това ще допринесе значително за въздействието и устойчивостта на интервенциите.

Дейности	Възможни резултати
Разработване на двустранни споразумения, които ще създадат необходимите полезни взаимодействия за съвместното развитие на трансграничните региони.	– Създаване на необходимата платформа, която да позволи развитието на икономически отношения, потока от туристи през границите и предлагането на съвместни туристически продукти.
Провеждане на редовни събития за изграждане на мрежи между заинтересованите страни	– Подобряване на трансгранични взаимодействия между заинтересованите страни и създаване на платформа за редовни взаимодействия

Възможни финансови ресурси и заинтересовани страни

Финансови ресурси

Двата основни ресурса за финансиране на действия, включени в настоящия Регионален план за действие, са а) новото Партньорско споразумение за рамката за развитие 2021-2027 и Регионалните оперативни програми (РОП) 2021-27 и б) Планът за възстановяване и устойчивост на Република Гърция. Партньорското споразумение за рамката за развитие представлява основният стратегически план за растеж на Гърция с приноса на значителни ресурси, предоставени от европейските структурни и инвестиционни фондове. Понастоящем Споразумението за партньорство не е финализирано. РОП са основните финансови програми за действия и интервенции на регионално и местно ниво. РОП на двете области, които разглеждаме, Централна Македония и Източна Македония и Тракия, са подложени на обсъждане и техните политически възможности все още не са публикувани. Гръцкият план за възстановяване и устойчивост се състои от четири стълба: зелен преход; цифрова трансформация; заетост, умения и социално сближаване; частни инвестиции и икономическа и институционална трансформация. Вариантите на политиката и действията, свързани с настоящия регионален план за действие, са описани по-долу.

Партньорско споразумение за рамката за развитие, 2021-2027

Политически цели	Политически възможности
ПЦ 1 „По-интелигентна Европа чрез насърчаване на иновативна и интелигентна икономическа трансформация“	- Подкрепа за развитието/ възприемането на нетехнологични иновации (например в туризма и културата), създаване на механизми за подкрепа на иновативното предприемачество (Агенция за иновации) - Подкрепа на туристическия сектор в новите условия, създадени от цифровите технологии, - Насърчаване на партньорството между МСП (например клъстери) и/или по-големи компании за улесняване на достъпа до световните пазари и веригите за създаване на стойност (интернационализация)
ПЦ 5 „Европа по-близка до своите граждани чрез насърчаване на устойчивото и интегрирано развитие на градските, селските и крайбрежните райони и чрез подкрепа на местни инициативи“	- Интегрирани стратегии за устойчиво градско развитие - Интегрирани стратегии за развитие на крайбрежни, селски, островни, планински райони: а) интервенции, които насърчават устойчивото развитие, достъпността и популяризирането на културното наследство; б) намеса в райони, показващи пространствена и тематична приемственост, с възможност за използване на местни характеристики, като културна и туристическа дейност - Интегрирани пространствени стратегии ще бъдат приложени чрез използване на пространствените инструменти Интегрирана териториална инвестиция (ИТИ) и Местно развитие с местни инициативни общности (ТАРТОК).

План за възстановяване и устойчивост на Република Гърция

Оси	Действия
Ос 1.4 „Устойчиво използване на ресурсите, устойчивост на изменението на климата и опазване на биологичното“	- Насърчаване на просперитета/ благосъстоянието и устойчивостта на гръцката икономика и общество - Подобряване на инфраструктурата, свързана със защитата на околната среда и биологичното разнообразие - Очаква се предложените инвестиции да създадат значителен брой нови работни места и да насърчат

разнообразие“ (Стълб 1)	устойчивото развитие в селските райони чрез, наред с другото, насърчаване на екотуризма
Ос 2.2 „Цифрова трансформация на държавата“ и Ос 2.3 „Цифрова трансформация на бизнеса“	- Дигитализация на ключови сектори като туризма и културата - Увеличаване въвеждането на цифрови технологии в компаниите, намалявайки дигиталната разлика между гръцките и европейските МСП
Ос 4.6 „Модернизация и подобряване на устойчивостта на основните икономически сектори на страната“ (Стълб 4)	- Подобряване на конкурентоспособността, производителността и устойчивостта на ключови икономически сектори, в които Гърция има конкурентно предимство и които са непропорционално засегнати от пандемията, като туризъм и култура. - Насърчаване на връзките между културата, туризма и „сребърния“ туризъм - Насърчаване на тематични и алтернативни форми на туризъм, като планински, религиозен и морски туризъм, с цел разнообразяване на гръцкия туризъм, намаляване на сезонността и увеличаване на приходите

Основни заинтересовани страни

Таблицата по-долу предоставя обзор на заинтересованите страни, участващи в по-широките области на туризма и културното наследство. Те са представени във връзка със специалното им референтно ниво (национално, регионално, местно) и статута им на собственост (публичен, частен).

	Публични	Частни
Национално ниво	- Национална организация по туризъм (ЕОТ) - Министерство на туризма - Министерство на културата - Гръцки изследователски център за фолклор, Атинска академия	- Гръцка федерация на хотелиерите - Гръцка хотелска камара/ Изследователски институт за туризъм - Гръцка конфедерация на туризма (SETE) - НПО, активни в областта на опазването на културното наследство и опазването на околната среда - Асоциация „Агротуризъм на Гърция“

		Асоциация на туристическите и туристически агенции на Гърция
Регионално ниво	- Регион Централна Македония, Дирекция за туризъм - Регион Източна Македония и Тракия, Дирекция за туризъм - Фолклорен и етнологичен музей на Македония - Тракия - Местни съвети за опазване на антики (ефорати) - Туристически бюра на регионалните области	Общество за македонски изследвания
Местно ниво	- Местни общини - Местни ефорати на антики, на византийски антики и на съвременни и модерни паметници - Местни археологически и други тематични музеи (вкл. градски музеи, етнографски, фолклорни музеи и др.) - Органи за управление на защитени територии - Туристически бюра към местните власти - Местни центрове за култура - Местни университети и други доставчици на образование - Местни туристически бюра	- Местни културни асоциации - Частни предприятия, работещи в сферата на туризма, свързани с: - настаняване - преживявания - велосипедни обиколки - тематични турове и туроператори като цяло - ресторанти/ гастрономия - Местни неправителствени организации, действащи в областта на опазването на културното наследство и опазването на околната среда - Местни организации за подкрепа на бизнеса - Местни органи за организиране на фестивали

РЕГИОНАЛЕН ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ: ЧЕРНОМОРСКИ БАСЕЙН

Туризм, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион

Регионът на ЧМБ е известен със своето забележително културно и историческо наследство, което се съчетава с етническо многообразие и уникални общности с техните отличителни обреди, традиции и облик (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020). Това богатство, съчетано с красивите пейзажи и мекото, приятно време, предлага многобройни възможности за туристически дейности и превръща региона в една от най-добрите туристически дестинации в света.

Както показва Докладът за оценка на нуждите, туризмът и гостоприемството са ключови сектори за повечето страни от ЧМБ, допринасящи за техния икономически просперитет и заетост. Туристическата индустрия в 12-те страни, които се числят към ЧМБ (включително Армения, Азербайджан, България, Грузия, Молдова, Румъния, Руска федерация, Украйна, Албания, Гърция, Сърбия и Турция), възлиза на 78,39 милиона щатски долара през 2019 г. или 13,6% от приходите на Европа (СТО, 2020) и регистрира стабилен растеж през последните години (СТО, 2018). За съжаление, 2020 г. постави много предизвикателства пред региона. Броят на пристигащите се срина драстично (със спад от 70% за Европа и 74% в световен мащаб) и секторът все още търпи трудностите при ограниченията за пътуване и ограничената мобилност (СТО, 2021). Естествено, една от основните задачи пред региона на ЧМБ ще бъде въвеждане на мерки за възстановяване след пандемията от COVID-19. Други важни цели в дневния ред на вземащите решения са стремежът към устойчивост и регионално развитие.

Туризмът, основан на преживяванията, като иновативна, приобщаваща и екологична концепция естествено се привежда в съответствие със стратегическите пътища на туристическите политики в ЧМБ. Той предоставя възможност за разработване на нови видове предлагане и препозициониране на региона на туристическия пазар. Преживенческият туризм провокира международните посетители да преоткрият нови ресурси и културни съкровища, които са малко известни в световен мащаб. Той има потенциала да донесе редица ползи и за туристите, и приемащите общности, като по този начин гарантира икономическата, социалната и екологичната устойчивост на региона.

Туризмът, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство (ТПКИН) е в начален етап на концептуализация и въвеждане в региона на ЧМБ и в световен мащаб. Следователно той не е зададен като отличителна тематична посока в процеса на разработване на политиките на ЕС или в програмите на националните органи. Развитието на сектора е допълнително усложнено от липсата на последователна и синхронизирана туристическа политика на европейско ниво, тъй като всяка държава от ЧМБ има свои правила и разпоредби. Съществуват обаче различни стимулиращи инструменти по отношение на опазването, защитата и популяризирането на културното материално и нематериално наследство, които са на разположение на операторите. Освен това ЕС и националните програми за развитие приветстват иновациите в бизнеса и услугите и отпускат значително финансиране, което може да се използва и за нуждите на ТПКИН.

SWOT анализ на туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион analysis

Силни страни

Преживенческият туризъм в региона на ЧМБ има висок потенциал за развитие поради следните фактори:

- ЧМБ е основна дестинация за почивка със силна позиция на бранда на туристическия пазар и е подходящ за посещения и дейности през цялата година;
- изобилие от исторически и археологически обекти и артефакти, огромни и разнообразни културни ресурси; Многоцветно нематериално етническо наследство като фолклор, кухня, обреди и традиции и т.н.
- значителен дял от основните съкровища на световното наследство са разположени в този регион (ЮНЕСКО, 1992-2021 г.); Страните от ЧМБ пазят 75 защитени обекта на световното културно наследство на ЮНЕСКО, 19 от които са на територията на СОП „Черноморски басейн“.
- неизползвано подводно археологическо наследство (HERAS, 2014) (156 подводни обекта) (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020, 2020); Потенциал за изграждане на подводни музеи като този в Енез (Турция) (TESIM, 2018).
- туристически маршрути с фокус върху културното наследство, вече са разработени в повечето страни от ЧМБ (Азербайджан, Армения, България, Грузия, Румъния и Турция) (Aliyeva & Rzayeva, 2020);
- богат културен календар; Повечето държави организират водещи фестивали и културни събития (пример: DescOpera в (AAMP, 2018)).
- отлично съотношение между цена и качество на услугите; висока ценова конкурентоспособност;
- туризмът е важен сектор за икономиките на повечето страни от BSB; Черноморският регион има традиции в гостоприемството и услугите.
- благоприятни климатични условия (меко време с ниски температурни амплитуди), ниска вероятност на природни бедствия;
- променлив релеф и красиви гледки, допринасящи за богатия и разнообразен туристически продукт и възможността за комбиниране на различни развлекателни дейности;
- стратегическото географско положение на региона на ЧМБ на кръстопътя на два континента и по основните транспортни пътища; Непосредствена близост и удобен достъп от повечето генериращи пазари.
- районът е специализиран в туристическото предлагане. С времето е изградена значителна туристическа надстройка (хотели, ресторанти, туристически информационни центрове, галерии, музеи и други атракции); Повечето страни имат добре развити въздушен транспорт и железопътни системи.
- летище Истанбул е успешно позиционирано като глобален транспортен център, който предлага полети до почти всяка световна дестинация;

- туризмът като сектор е силно подкрепян от държавата в повечето страни от ЧМБ (Akova & Baynazoğlu, 2012); Има много възможности за финансиране на предприемачеството в преживенческият туризъм, включително фондове на ЕС и програми за развитие на туризма, инициирани от националните туристически власти.
- туризмът, основан на специален интерес (включително културен туризъм) е в приоритетите на туристическите политики на страните от ЧМБ (примери: Молдова (Екологичен консултативен център Cahul, 2012), България, Румъния, Азербайджан (Anon., 2016));
- задоволително ниво на технологичен напредък, включително на свързаност към интернет и онлайн търговия в повечето страни от BSB (Adrian, 2017);
- благоприятен пазар на труда и добри перспективи за висока заетост в сектора; Например Турция отчита висок процент на младежкото население, което се насочва за работа в сектора (Ozdemir & Demirel, 2018).

Слаби страни

Някои от основните предизвикателства пред развитието ЧМБ като регион за преживенчески туризъм са следните:

- липса на общо разбиране на понятието „преживенчески“ или „основан на преживяванията и опита туризъм, основан на наследство и култура“;
- липса или недостиг на планиране за туризма и на разработване на стратегически пътни карти за бъдещо развитие на ТПКИН;
- липса на ефективна маркетингова политика (в случая с Молдова, Румъния, България, Азербайджан и Украйна);
- силен акцент върху рекреативния морски туризъм (примери: Турция и България), който възпрепятства развитието на алтернативни форми на туризъм (включително ТПКИН);
- регионът може да предизвика неблагоприятен имидж на евтина и нискокачествена туристическа дестинация; Някои от страните още бремто на посткомунистически (Украйна, България, Молдова) или следвоенни проблеми, (Украйна, Сърбия, Армения) или пораждат опасения за здравето поради възможното високо ниво на радиоактивност (Украйна) (Карабаза и др. , 2020).
- висок дял на ненаблюдаваната икономика в секторите на туризма и хотелиерството;
- обезпокояваща корупция сред органите за вземане на решения (Ozdemir & Demirel, 2018), които компрометират качеството на предложенията в сектора;
- недобре развит сектор на услугите в случая с държави като Молдова, Украйна, Албания, Румъния (Muresan & Popa, 2019);
- недостиг на квалифицирани служители в сферата на гостоприемството (проблемът е постоянен в случая с Румъния и България);
- инфраструктурни недостатъци; Липса на висококачествени пътища до някои от по-малко известните туристически обекти (България, Румъния, Молдова, Украйна).

- някои страни, като Румъния и Молдова, отчитат ниски инвестиции в туристическия сектор (Adrian, 2017);
- недостатъчен институционален капацитет, отсъствие на държавни и обществени структури, включително местни, регионални или национални власти в областта на ТПКИН;
- липса на ефективно взаимодействие между доставчиците на услуги, властите, местните общности и други заинтересовани страни за съвместни действия за успешно развитие на ТПКИН;
- ниско ниво на дигитализация на културните ресурси и наследството;
- обучението по ТПКИН изисква мултидисциплинарен подход, съчетан с компетенции в услугите, което може да е проблем в повечето страни от ЧМБ; Освен това, съществуващото обучение по гостоприемство и туризъм няма практическа насоченост (в случаите на България, Румъния, Армения).
- сезонност на туристическото предлагане в повечето страни от ЧМБ;
- неефективен трансфер на знания към бизнес иновации и практически решения;
- визови ограничения, които ограничават растежа на вътрешнорегионалното търсене (най-вече валидно за страните извън ЕС);
- високо ниво на зависимост от големите международни туроператори, които потискат местния бизнес и водят до изтичане на финансови потоци извън региона (приходите от туризъм не са в полза на местните икономики);
- липса на надеждна и актуална информация и статистически данни за ТПКИН и за сектора на туризма като цяло.

Възможности

- трансгранично сътрудничество между страните от ЧМБ за създаване на общи туристически маршрути и продукти на културното наследство;
- обща регионална стратегия за бранд и съвместни маркетингови усилия; Възможност за създаване на регионален алианс за ТПКИН и за популяризиране на ЧМБ като отличителна и разпознаваема дестинация,
- повишаване на обществения интерес и улеснен достъп до онлайн ресурси и хранилища за културно наследство;
- нови тенденции в туризма, насочени към обогатяване, създаване на уникални и значими преживявания, засилено взаимодействие с местните общности и устойчиво потребление;
- повишено вътререгионално търсене в резултат на намаляване на международните пътувания, провокирани от пандемията от COVID-19;
- растеж на споделената икономика, позволяваща на по-малките частни доставчици на настаняване и други услуги да навлязат на пазара;
- регионални и международни инвестиции в свързани с бизнес дейности в областта на ТПКИН;
- технологичният напредък отстъпва място за създаването на нови интерактивни, виртуални и цифрови продукти, повишена ефективност на онлайн маркетинга и продажбите;

- нараства популярността на социалното предприемачество и инициативите, ангажиращи общността, включително тези, свързани с ТПКИН;
- съществуваща голяма диаспора в чужбина със силни връзки с родната страна (Армения, Гърция, България, Турция). Мотивация за посещение могат да бъдат посещенията на приятели и роднини, „връщането към корените“ и носталгията;
- потенциално разширяване на Европейския съюз, включително със страни като Турция, Сърбия и Албания (Европейска комисия, 2021 г.), водещо до облекчаване на визовите ограничения и по-голяма мобилност при пътуване;
- възможно присъединяване към международна организация, която да подпомага развитието на ТПКИН.

Заплахи

- пандемията от COVID-19 като глобална заплаха за здравето и безопасността на приемащата популация и посетителите на региона;
- Ограничаване на международната мобилност като последица от пандемията на COVID-19, твърди ограничения за пътуване и налагане на допълнителни непредвидени изисквания при посещение в дадени страни и региони, като задължително PCR тестване, карантини и ваксинация;
- предстоящи глобални икономически кризи;
- безпрецедентно намаляване на търсенето в световен мащаб (със 74% средно за света през 2020 г. (СТО, 2021)), водещо до безработица в сектора, ниска заетост, ниски доходи, възможни фалити и загуба на популярност на туристическата индустрия като избор на кариера от страна на младите хора;
- липса на идентифициране на ТПКИН като тематична цел в стратегическите документи на европейско ниво;
- климатични промени, свързани с по-чести природни бедствия и лошо време;
- замърсяване на околната среда, глобално затопляне, замърсяване на водите и водите, застрашаващи изчезването на флората и фауната на ЧМБ;
- политическа и икономическа нестабилност, включително наличието на регионални конфликти и напрежение;
- силна конкуренция от страна на близките средиземноморски държави и други страни от Южна Европа и Северна Африка;
- развитието на туризма застрашава естествените местообитания в чувствителните екологични зони; Този проблем съществува в повечето страни от ЧМБ, включително Турция, България, Румъния и Гърция.
- промени във възприятията, предпочитанията, нуждите, вкусовете и поведението на посетителите, които могат да бъдат трудни за предвиждане;
- миграция на квалифицирана работна сила към западните страни от ЕС;
- възможността от терористични атаки и уязвимост на туристическия сектор;
- данъчно облагане на туристическите продукти и услуги (като ДДС, данък върху продажбите, данъци за настаняване, акциз върху алкохол и др.), което може да навреди на ценовата конкурентоспособност на регионалното туристическо предлагане;

- комерсиализация и загуба на автентичност на културните и етническите ресурси. Наследството се възприема като стока за продажба и е променено в съответствие с нуждите и очакванията на туристите; В най-лошия сценарий може да настъпи загуба на национална културна идентичност.
- местните общности могат да бъдат враждебно настроени към посетителите. Сблъсъкът на култури може да възникне в случаите на значими различия в светогледа между приемащото население и туристите.

Възможни стратегически действия за развитие и растеж туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион

Анализът, представен в Доклада за оценка на нуждите и обобщен в SWOT анализа по-горе, идентифицира основните съвместни предизвикателства и проблеми на Черноморския басейн, от политическа, икономическа, социална, законодателна, технологична и екологична гледна точка, както и настоящите тенденции и приоритети за страните на BSB (ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020, 2020) като:

- ✓ следкризисното възстановяване,
- ✓ фокус върху устойчивостта,
- ✓ синя икономика,
- ✓ интелигентни иновации и дигитализация
- ✓ глобални климатични промени.

Вземайки предвид по-широката стратегическа рамка и съответния политически контекст, заложен е:

- ✓ Европа 2020: Европейска стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж
- ✓ Стратегията за европейско териториално сътрудничество и ролята на трансграничното сътрудничество
- ✓ Инициативите за източно партньорство
- ✓ Стратегията за син растеж
- ✓ Черноморско икономическо сътрудничество
- ✓ Стратегия на ЕС за Дунавския регион

е изготвен План за действие за развитие на туризма, основан на преживяванията, с фокус върху културата и културно-историческото наследство в Черноморския регион, описан по-долу.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Пътна карта с индикативни политически действия и интервенции, насочени към насърчаване на устойчив растеж на ТПКИН в региона на ЧМБ.

No	Стратегическо действие	Цел(и) на стратегическото действие	Възможни резултат(и) от стратегическото действие	Възможни отговорни заинтересовани страни
На регионално ниво				
1.	Съвместни усилия за устойчиво развитие на ТПКИН	➤ Разработване на регионална политика за ТПКИН ➤ Подобряване на свързаността и регионалното сътрудничество ➤ Подобряване на предлагането и предлагането на НСВЕТ продукти ➤ Повишаване на конкурентоспособността на региона на световния туристически пазар	➤ Проектиране и прилагане на стратегия за ТПКИН ➤ Идентифициране на заинтересованите страни, тяхното участие, както и план за действия и график ➤ Разпространение на добри практики сред страните от ЧМБ, трансфер на знания и иновации ➤ Дизайн на трансгранични културни тематични маршрути, примери: вино, кулинария, древни цивилизации, стара крепости и др. ➤ Освобождаване от данъци и други инструменти за облекчаване, за да се осигури ценовата конкурентоспособност на регионалните продукти в областта на ТПКИН ➤ Съставяне на дигитално хранилище на регионални културни ресурси, включително нематериални активи като рецепти, фолклор, изкуства, занаяти и др. ➤ Съвместно управление на културното наследство с регионално и международно значение	Правителства и национални власти Регионални и национални сдружения Културни институции Доставчици на услуги Образователни и изследователски центрове



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Трансгранични съвместни предприятия, включително социални инициативи и spin-offs ➤ Разработване на иновативни съвместни продукти и услуги за насърчаване на взаимодействието между ТПКИИ и други крайбрежни и морски дейности (подводна археология, аквакултури и песа туризъм, СПА, спорт и отдих и др.) ➤ Събития за създаване на мрежи и съвместни дейности за свързване на бизнеси от различни страни ➤ Планиране и организиране на регионална търговска изложба на ТПКИИ.	
2.	Съвместно популяризиране на ЧМБ като дестинация за ТПКИИ	➤ Повишаване на осведомеността за културните ресурси и наследството в региона на ЧМБ ➤ Подобен имидж на регионалния бранд ➤ Растеж на приходите и броя на пристигащите ➤ Насърчаване на трансграничното сътрудничество	➤ Създаване на алианс или регионална мрежа за съвместни маркетингови усилия на регионално ниво ➤ Проектиране и прилагане на регионална стратегия за брандиране на ТПКИИ ➤ Национална и международна информационна и промоционална кампания чрез различни медии, включително онлайн канали, социални медии, средства за масова информация, академични списания, ➤ Участие в международни туристически представления и изложения ➤ Проектиране и организиране на поредица от събития, семинари и събития във всички страни от ЧМБ за промоция на ТПКИИ ➤ Насърчаване на вътрешнорегионалния туризъм чрез специални промоционални кампании, насочени към представяне на културните атракции и предложения на в страните-партньори от ТПКИИ	Национални органи / министерства в туризма и културата Национални продуктови асоциации в областта на ТПКИИ Бизнес оператори



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Дизайн и поддръжка на уеб сайт, посветен на ТПКИН в Черноморския регион	Изследователски институции Рекламни агенции
3.	Съвместни изследователски, образователни и обучителни инициативи в областта на ТПКИН	➤ Насърчаване на научните изследвания и регионалните изследвания на културното наследство на ЧМБ ➤ Подобряване на квалификацията в областта на ТПКИН ➤ Трансфер на знания и разпространение на добри практики ➤ Подобен пазар на труда с подобрена пригодност за заетост, експертиза, меки умения и компетенции, свързани с ТПКИН ➤ Межкултурен обмен между страните от ЧМБ ➤ Подобрена грамотност по чужди езици, включително националните езици на страните от ЧМБ ➤ Предоставяне на възможност за придобиване на международен трудов опит	➤ Сътрудничество между изследователски и академични институции в страните от ЧМБ за съвместни проекти и изследвания на културно, етнографско и кулинарно наследство, изкуство и практики ➤ Създаване на съвместна изследователска инфраструктура. Създаване на трансгранична жива лаборатория и технологични центрове в подкрепа на НИРД, свързани с ТПКИН ➤ Поредица от семинари и събития в страните от ЧМБ за дискусии, разпространение на знания и трансфер на добри практики, свързани с дейности и продукти в областта на ТПКИН с участието на международни гост-лектори и практики. ➤ Инициативи за образователен обмен и стажове между страните от ЧМБ в областта на ТПКИН ➤ Езикови курсове и езикови ваканции с възможност за практикуване в среда, където даден език е национален/роден ➤ Обмен на кулинарни практики, фолклор, изкуства и занаяти между страните от ЧМБ чрез специално разработени уеб базирани платформи, организирани курсове за обучение и краткосрочни учебни пътувания. ➤ Организиране на регионална конференция за научни изследвания в областта на ТПКИН	Академични и изследователски институции Правителства, национални и местни власти Центрове за професионално обучение Агенции за човешки ресурси Бизнес оператори

			➤ Създаване на професионална квалификация за експерти по ТПКИН	
На национално ниво				
1.	Стратегическо планиране и национална политика за ТПКИН	➤ Идентифициране, признаване и приоритизиране на ТПКИН като инструмент за устойчиво развитие ➤ Осигуряване на участието на заинтересованите страни, действия, които трябва да бъдат предприети и обхват на отговорностите ➤ Ангажиране на съответните институции и държавни органи в планирането на политиката и развитието на ТПКИН ➤ Хармонизиране на националната регулаторна рамка с международните норми	➤ Проектиране и разработване на стратегии, планове за действие, съответни регламенти и законодателни инструменти за прилагане на свързаните с ТПКИН политики ➤ Спецификация на заинтересованите страни, техните отговорности и участие в развитието на ТПКИН ➤ Включване и идентифициране на ТПКИН в съответното законодателство (пример: в Закона за туризма) ➤ Хармонизиране на националното законодателство с нормите и разпоредбите на ЕС	Национални правителства Туристически съвети или консултативни съвети с представители на всички съответни заинтересовани страни
2.	Подпомагане развитието на ТПКИН чрез създаване на благоприятна	➤ Насърчаване на бизнес активността в областта на ТПКИН ➤ Насърчаване на участието на общността в създаването на туристически продукт, основан на преживяванията	➤ Финансиране, техническа поддръжка и консултации за стартиращи фирми ➤ Осигуряване на наличност на средства като безвъзмездни средства, награди, заеми и други финансови инструменти. Стимулиране на инвестициите в ТПКИН	Национални правителства / Съответни органи



Project funded by
EUROPEAN UNION



	бизнес и социална среда	➤ Инфраструктурни и институционални разпоредби за развитие на ТПКИН ➤ Стимулиране на НИРД, иновации и интелигентни решения, свързани с ТПКИН ➤ Повишаване на заетостта и квалификацията на служителите на ТПКИН	➤ Данъчни облекчения за продукти и услуги в областта на ТПКИН ➤ Насърчаване на иновациите ➤ Развитие на институционалния капацитет (туристически информационни центрове, местни власти, продуктови асоциации и др.) ➤ Установяване на партньорства със съответните международни организации ➤ По-строг мониторинг и контрол на бизнес дейностите като средство срещу „сенчестата“, ненаблюдавана икономика ➤ Обучение и информация за практикуващи ТПКИН ➤ Кампания за повишаване на осведомеността за популяризиране на ТПКИН сред местните общности и мотивиране на доброволческо участие в културен обмен и лично взаимодействие с посетителите	Доставчици на услуги Продуктови асоциации
3	Към силно предлагане на ТПКИН	➤ Осигуряване на растеж и икономическа устойчивост на ТПКИН ➤ Повишаване на конкурентоспособността на ТПКИН ➤ Защита и опазване на културното наследство	➤ Подобро продуктово портфолио, включващо редица пакети, фокусирани върху преживяванията ➤ Осигуряване на висококачествени услуги ➤ Осигуряване на мониторинг и контрол ➤ Изграждане на необходимата туристическа инфра-- и суперструктура като заведения за настаняване и заведения за хранене, музеи, галерии, театри, центрове за изкуство и култура и др. ➤ Създаване на повече целенасочени културни атракции и събития ➤ Насърчаване на продуктите иновации и трансфер на добри практики ➤ Дигитализация на ТПКИН продуктите и създаване на онлайн предлагане на виртуални преживявания	Национални органи / Министерство на туризма / Министерство на културата Туристически асоциации / други



Project funded by
EUROPEAN UNION



			➤ Насърчаване на сертифицирането и етикетирането с цел осигуряване на качеството ➤ Подобряване на сътрудничеството и синергията между доставчиците на ТПКИИ, под-доставчиците, институциите и местните общности. ➤ Валоризация на материалните и нематериалните активи, основани на културата и наследството ➤ Организиране на културни събития	организации с нестопанска цел Фирми и доставчици на услуги Местни общности
4	Насърчаване на ТПКИИ	➤ Повишаване нивото на информираност за ТПКИИ ➤ Подобряване на международния имидж на страните от ЧМБ като дестинации за ТПКИИ ➤ Промоция на вътрешен ТПКИИ ➤ Маркетинг и управление на дестинациите за ТПКИИ	➤ Създаване на национална асоциация за продукти, в областта на ТПКИИ. Членовете представляват различни заинтересовани страни, които участват в производството, популяризирането, разпространението или управлението на продуктите на ТПКИИ. ➤ Рекламна и промоционална национална кампания с фокус върху ТПКИИ, насочена към международни и вътрешни пазари ➤ Посетителски контрол върху обектите на ТПКИИ , осигурявайки тяхното устойчиво използване и опазване ➤ Разпространение на пакети в областта на ТПКИИ чрез онлайн директни продажби и чрез посредници (местни и международни)	Национални правителства и власти / Министерство на туризма Местни власти Национални асоциации за ТПКИИ

Заклучения

ТПКИН има огромен потенциал за развитие в бъдещето и трябва да се разглежда като приоритетен сектор за региона на ЧМБ. Той осигурява устойчиво развитие на туризма, икономически растеж и включване на общността. Страните от ЧМБ трябва да обединят усилията си за насърчаване на ТПКИН на регионално ниво и да приемат координирана политика за неговото развитие. Някои от ключовите области със стратегическо значение включват:

- ✓ популяризиране на региона на ЧМБ като обща дестинация за културен туризъм, основан на преживяванията и опита;
- ✓ създаване на силно предлагане на ТПКИН, включително трансгранични тематични маршрути и културни продукти;
- ✓ повишаване на конкурентоспособността на сектора чрез осигуряване на отлично съотношение между цена и качество;
- ✓ защита, съхранение и валоризация на културните ценности и наследството;
- ✓ осигуряване на финансови стимули, техническа помощ и подкрепа за предприемачески социални и бизнес инициативи;
- ✓ насърчаване на интелигентни технологични решения, уеб-базирано приложение и дигитализация на предлагането, продажбите и промоцията на ТПКИН;
- ✓ насърчаване на трансграничното сътрудничество, включително съвместни бизнес предприятия, научноизследователска, развойна, образователна и обучителна дейност.

ЛИТЕРАТУРА

- Adrian, Ș. C. (2017). SWOT Analysis of the Romanian Tourism Market Component of the Marketing Plan. *“Ovidius” University Annals, Economic Sciences Series, XVII(2)*.
- Akova, O., & Baynazoğlu, M. (2012). Congress Tourism in Turkey: SWOT Analysis and Related Strategies. *International Conference on Eurasian Economies*. Retrieved from <https://www.avekon.org/papers/513.pdf>
- Aliyeva, L., & Rzayeva, S. M. (2020). The Main Directions of the Development of Tourism in the Economy of Azerbaijan. *55th International Scientific Conference on Economic and Social Development*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/347964100_THE_MAIN_DIRECTIONS_OF_THE_DEVELOPMENT_OF_TOURISM_IN_THE_ECONOMY_OF_AZERBAIJAN
- Associazione Strada Europea della Ceramica. (2018). *European Route of Ceramics*. Retrieved 2021, from <https://www.europeanrouteofceramics.eu/>
- BSC. (2019). Retrieved January 15, 2021, from The Commission on the Protection of the Black Sea Against Pollution, Permanent Secretariat: http://www.blacksea-commission.org/_socio-economy.asp, retrieved on 15.01.2021
- Cultural Routes of Georgia. (2017). *Cultural Routes of Georgia*. Retrieved 2021, from <http://culturalroutes.gov.ge/Contact.aspx>
- Dickinson, P. (2020). Retrieved January 15, 2021, from Atlantis Council: <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/ukrainian-resorts-see-30-growth-as-coronavirus-crisis-boosts-domestic-tourism/>
- Dulgher, M. (2019). *Inbound tourism in the Republic of Moldova, facts and figures*. The Moldova Foundation. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.moldova.org/en/inbound-tourism-in-the-republic-of-moldova-facts-and-figures>
- Ecological Counseling Center Cahul. (2012). Assessment of National Tourism Development Strategy - Republic of Moldova. Retrieved from http://www.ceeweb.org/wp-content/uploads/2013/02/Final_NTDS-Assessment_Moldova.pdf
- ENI CBC Black Sea Basin Programme 2014-2020. (2020). Territorial Analysis Interreg NEXT Black Sea Basin Programme. Retrieved from <https://blacksea-cbc.net/wp-content/uploads/2021/01/Territorial-analysis-Interreg-NEXT-Black-Sea-Basin-Programme.pdf>
- European Commission. (2021). *European Neighbourhood Policy And Enlargement Negotiations*. Retrieved from https://ec.europa.eu/neighbourhood-enlargement/countries/check-current-status_en
- European Neighbourhood Instrument Cross-Border Cooperation. (2015). Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020. Retrieved from <https://blacksea-cbc.net/black-sea-basin-2014-2020/reference-documents>
- European Travel Commission. (2020, November). EUROPEAN TOURISM: TRENDS & PROSPECTS, Quarterly report (Q3/2020) . Retrieved from <https://etc-corporate.org/uploads/2020/11/ETC-Quarterly-Report-Q3-2020-Final-Public.pdf>
- France 24. (2020, December 6). Retrieved January 12, 2021, from France 24: <https://www.france24.com/en/live-news/20201206-pandemic-hits-tiny-moldova-s-hopes-for-wine-tourism-boom>
- GACC. (2012). The Heritage crafts in Georgia, Comprehensive Research and Development Strategy of the Sector .



- Government of the Republic of Moldova. (n.d.). Retrieved January 12, 2021, from Republic Of Moldova, Official Website: <https://moldova.md/en/content/culture>
- HERAS. (2014). Submarine Archeological Heritage of the Western Black Sea Shelf,. Retrieved from <https://www.msp-platform.eu/projects/submarine-archaeological-heritage-western-black-sea-shelf>
- Ivanov, S., & Dimitrova, M. (2013). Managing Tourism in Bulgaria, between Mission Impossible and New Hope. In *European Tourism Planning and Organisation System*. Channel View Publications.
- Karabaza, I., Kozhukhova, T., & Ivanova, N. (2020). Development of Tourism in Ukraine: Trends and Factors that Create the Negative Image . *Scientific Conference on Economics and Entrepreneurship Proceedings*, 38-43.
- Khartishvili, L. (2020). The concept of Experiential Tourism in Georgia. GACC.
- Knoema. (2020). <https://knoema.com>. Retrieved January 12, 2021, from <https://knoema.com/atlas/Ukraine/topics/Tourism>
- Korsun, P. (2017). *Special Ukraine Tours*. Retrieved January 15, 2021, from <https://ukraine-kiev-tour.com/2017/strategy-tourism-resorts-2017-2026.html>
- Ministry of Tourism and Culture, Republic of Turkey. (2020). Retrieved January 16, 2021, from <https://www.ktb.gov.tr>.
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2014-2020). *Bulgaria: A Discovery to Share*. Retrieved 2021, from <https://bulgariatravel.org>
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2014-2020). *Register of the Tourist Festivals and Events*. Retrieved 2021, from <http://rta.tourism.government.bg/>
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2015). National Strategy for Sustainable Tourism Development of the Republic of Bulgaria, 2014-2030.
- Ministry of Tourism of the Republic of Bulgaria. (2021). Retrieved from <https://www.tourism.government.bg/>
- Muresan, M., & Popa, R. (2019). Tourism Industry Evolution in Case of Bulgaria and Romania. *Studia Universitatis Babeş-Bolyai Negotia*, 64, pp. 51-78. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/341033428_Tourism_Industry_Evolution_in_Case_of_Bulgaria_and_Romania
- National Statistics Office of Georgia. (2021). *Geostat Official Website*. Retrieved from <https://www.geostat.ge/en/modules/categories/23/gross-domestic-product-gdp>
- OECD. (2020). *OECD Tourism Trends and Policies 2020, Turkey*. Retrieved from <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/f3b16239-en/index.html?itemId=/content/component/f3b16239-en#:~:text=Tourism%20is%20one%20of%20Turkey's,income%20represented%203.8%25%20of%20GDP.&text=Domestic%20tourism%20is%20growing%20in,million%20trips%20recorded%20>
- Okumus, F., Avci , U., Kılınç, I., & Walls, A. (2012). Cultural Tourism in Turkey: A Missed Opportunity. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 21(6), 638-658.
- Ozdemir, Y., & Demirel, T. (2018). Prioritization of Tourism Strategies in Turkey Using a SWOT-AHP Analysis. *International Journal of Business and Industrial Marketing*, 3(2), pp. 34-45. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/339435083_Prioritization_of_Tourism_Strategies_in_Turkey_Using_a_SWOT-AHP_Analysis



- Parliament of the Republic of Georgia. (2014). Retrieved from <http://www.parliament.ge/en/gavigot-meti-evrokavshirtan-asocirebis-shetanxmebis-shesaxeb/associationagreement1>
- Postelnicu, C., & Dabija, D.-C. (2016). Challenges And Development Prospects For Tourism In Romania. *EcoForum*, 5(1), 1-10. "Stefan cel Mare" University of Suceava, Romania, Faculty of Economics and Public Administration - Economy, Business Administration and Tourism Department.
- PRO EXTOUTR. (2021). Needs Assessments Report: Setting Strategic Goals for Heritage- and Culture-based Experiential Tourism in the BSB.
- Republic of Georgia. (n.d.). Marketing, Branding and Promotional Strategy. 23.
- Simon, T., Marzilu, M., Andrei, M.-T., Marinescu, R., & Dimitrascu, C. (2011). Aspects of the tourist development on the Romanian black sea coastline. *Proceedings of the 4th WSEAS international conference on Energy and development - environment - biomedicine*, 65-70.
- Statista. (2021). Romania. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.statista.com/forecasts/1153403/tourism-sector-gdp-share-forecast-in-romania>
- Strategic Roadmap for the Development of Specialized Tourism Industry in the Republic of Azerbaijan. (2016). Retrieved from <https://monitoring.az/assets/upload/files/d53a6f3606f2ec987a4084ee6664380e.pdf>
- TESIM. (2018). TESIM ENI CBC. Retrieved from <https://tesim-enicbc.eu/stories/flippers-and-diving-masks-to-enjoy-the-underwater-museum-of-the-black-sea/>
- UNESCO. (1992-2021). World Heritage List. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/list/&order=region>
- UNTWO. (2021). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
- UNWTO. (2018). Tourism in the BSEC Region. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284420186>
- UNWTO. (2020). International Tourism Highlights, 2020 Edition. doi:<https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422456>
- UNWTO. (2021, January). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. doi:<https://www.e-unwto.org/loi/wtobarometereng>
- USAID. (2018). <https://www.usaid.gov>. Retrieved January 12, 2021, from <https://www.usaid.gov/moldova/fact-sheets/fact-sheet-moldova-competitiveness-project-tourism-industry-0>
- WorldData.info. (2019). Retrieved January 12, 2021, from <https://www.worlddata.info>: <https://www.worlddata.info/europe/moldova/tourism.php>, retrieved on 12.01.2021





The editor of the material: Varna University of Management

Address: Bulgaria, 9000 Varna, 13A Oborishte str.

Phone: +359 58 655 620

E-mail: projects_dept@vumk.eu

Website: www.vum.bg

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020

Varna University of Management

March 2021

Joint Operational Programme Black Sea Basin 2014-2020 is co-financed by the European Union through the European Neighbourhood Instrument and by the participating countries: Armenia, Bulgaria, Georgia, Greece, Republic of Moldova, Romania, Turkey and Ukraine. This publication was produced with the financial support of the European Union. Its contents are the sole responsibility of Varna University of Management and the authors, and do not necessarily reflect the views of the European Union.