

ПРОЕКТ!

Утвърждавам: /п/

ЗДРАВКО ДИМИТРОВ

Областен управител на област Пловдив



**Стратегия за интегриран и
устойчив туризъм на област
Пловдив за 2019-2027**

Пловдив, 2019 г.

Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2027 е приета от Областния съвет за развитие на област Пловдив на 26.03.2019 г. с Решение № 1, взето с Протокол № 1/ 26.03.2019 г., и е съгласувана на редовно заседание на Регионалния съвет за развитие на Южен централен район, проведено в гр. Пловдив на 09.04.2019 г.

Съдържание

ВЪВЕДЕНИЕ	3
I. ПРИЛОЖЕН КОНТЕКСТ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ИНТЕГРИРАН И УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ	8
I.1. ПРЕДПОСТАВКИ И ВЪЗМОЖНОСТИ	8
I.2. ПРОДУКТОВА ВЕРИГА ЗА ИНТЕГРИРАН И УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ	16
II. ДЕМОГРАФСКИ И ИКОНОМИЧЕСКИ ПРОФИЛ НА ОБЛАСТ ПЛОВДИВ ...	24
III. АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО ЗА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА ПО ОБЩИНИ В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ (обобщение)	40
IV. ОБЩИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ	77
V. ВИЗИЯ	80
VI. МИСИЯ	80
VII. СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ	81
VIII. КООРДИНАЦИЯ, МОНИТОРИНГ И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА .	86

ВЪВЕДЕНИЕ

Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив е изготвена на основание чл. 10, т. 1 от Закона за туризма и във връзка с реализацията на проекта „Стратегии за интегриран, бавен, зелен и здравословен туризъм“ – INSiGHTS – Integrated Slow, Green and Healthy Tourism Strategies” по Програмата за транснационално сътрудничество „Дунав 2014–2020“ и има за цел да постави на основата на стратегическото планиране за периода 2019–2024 г. устойчивото развитие на интегриран туризъм в област Пловдив, базирано на емпиричния подход, обединяващ икономическите, социалните и екологичните условия и влияния, с изграждане на средносрочна перспектива за изпълнението ѝ.

Чрез комплексна интерпретация на оценените сравнителни предимства, ресурси, нереализирани потенциали и съществуващите проблеми е формулирана стратегическата рамка на документа, който включва: предпоставки и възможности за развитие на интегриран туризъм, стратегически модел за устойчив туризъм, демографски и икономически профил на региона, анализ на състоянието по общини, общи изводи и препоръки, формулиране на визия и мисия за развитие, дефиниране на основни стратегически цели, приоритети и свързани с тях конкретни мерки.

В процеса на разработването на стратегическия документ се отразява тясното сътрудничество с регионалните звена на държавните институции, 18-те общини и заинтересованите страни в областта на туризма на територията на област Пловдив.

Стратегията има характер на отворен документ, който подлежи на актуализиране в зависимост от потребностите за развитие в сферата на туризма и от свързаните с нея изменения в нормативната уредба.

При изготвянето на стратегията са приложени следните основни източници на информация, които определят националната, регионалната и местната политика в областта на развитието на туризма, а именно:

- Закон за туризма (Обн. ДВ. бр.30 от 26 Март 2013г., в сила от 26.03.2013 г.);

- Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. и План за действие към нея за периода 2017-2020 г. с Решение № 65 от 2 февруари 2018 г. на Министерския съвет;
- Концепция за туристическо райониране на България на основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), утвърдена със Заповед №Т-РД-16-103/11.03.2015г. от министъра на туризма;
- Годишна програма за национална туристическа реклама за 2018 и за 2019 година, утвърдени от министъра на туризма на основание чл. 6, т. 3 от Закона за туризма;
- Наредба за организацията на Единната система за туристическа информация, приета с ПМС № 23 от 09.02.2015г., Обн. ДВ. бр.13 от 17 Февруари 2015г.;
- Наредба № 2 ОТ 26 октомври 2015 г. за единните стандарти и за организацията на дейността на Туристическите информационни центрове (ТИЦ) и националната мрежа на Туристическите информационни центрове, в сила от 04.05.2016 г.;
- Наредба № 16-1399 от 11.10.2013 г. за изискванията за местоположението, пригодността и оборудването на помещението за извършване на туроператорска и/или туристическа агентска дейност и за образованието, езиковата квалификация и стажа на персонала, който ще бъде зает в осъществяването на туристическата дейност, издадена от министъра на икономиката и енергетиката, обн. ДВ, бр. 97 от 8.11.2013 г.
- Национална стратегия за намаляване на бедността и насърчаване на социалното включване 2020;
- Националната стратегия за младежта (2012-2020);
- Национална стратегия за учене през целия живот (2014 – 2020);
- Актуализирана Национална стратегия за демографско развитие на населението в Република България (2012 – 2030 г.), РМС;
- Актуализация за 2018 г. на Националната програма за реформи на Република България в изпълнение на Стратегия „Европа 2020“;
- Национална програма за развитие: България 2020;
- Областна стратегия за развитие на област Пловдив 2014 – 2020 г.;

- Областна стратегия за развитие на социалните услуги в област Пловдив 2016 – 2020;
- Стратегия на област Пловдив за интегриране на ромите 2012-2020;
- Областна стратегия за подкрепа за личностното развитие на децата и учениците в област Пловдив 2017 – 2020 г.;
- Областно иновационно развитие на област Пловдив 2017-2020;
- Стратегия за развитие на туризма в община Лъки за периода 2015-2020 г.;
- Програма за развитието на туризма в община Лъки за 2018-2023 г.;
- Стратегия за опазване на културно-историческото наследство и развитието на туризма в община Карлово 2014-2020;
- Общинска програма и Стратегия за развитие на туризма и туристически маркетинг за територията на община „Марица“ 2016-2020;
- Стратегия и план за устойчивото развитие на туризма в Пловдив за периода 2014 – 2020 г.;
- Стратегия за развитие на религиозен и спортен туризъм в община Раковски (2014-2020 г.);
- Стратегия за развитие на туризма в община „Родопи“ (2014 – 2020 г.);
- Стратегия за развитие на туризма в община Хисаря 2017-2020 г.;
- Програма за развитие на туризма в община Асеновград за 2018 г.;
- Програма за развитие на туризма в община Куклен 2018 – 2020 г.;
- Програма за развитие на туризма в община Перушица 2017-2020;
- Програма за развитие на туризма в община Първомай 2017 и 2018 г.;
- Изготвени документи (методология, самооценка, анализ и стратегически модел) по проект „Стратегии за интегриран, бавен, зелен и здравословен туризъм“ – INSiGHTS – Integrated Slow, Green and Healthy Tourism Strategies” по Програмата за транснационално сътрудничество „Дунав 2014–2020“.

Използвана литература:

- Воденска 2005: Мария Воденска. *Основи на туризма*. Матком, 2005.

- Казанджиева, Луканова 2016: Велина Казанджиева, Георгина Луканова. *Предимства на концепцията „бавен туризъм” в контекста на трансформациите в туризма.* - В: Аграрен университет – Пловдив, Научни трудове, т. LX, кн. 1, 2016.
- Казанджиева 2016: Велина Казанджиева. *Теоретико-приложни аспекти на концепцията "бавен туризъм"*. <https://www.researchgate.net/publication/304394944>
- Кийрън 2014: Дан Кийрън. *Изкуството да пътуваш бавно*. Сиела, 2014.
- Михайлов 2015: Михаил Михайлов. *Стратегическо управление на туризма*. Трето допълнено и преработено издание, НБУ, 2015.
- Николаева 2012: Велислава Николаева. *Стратегическо управление в малко и средно туристическо предприятие–реалност и възможност*. e-journal на ВСУ, бр. 6, 2012, http://ejournal.vfu.bg/bg/pdfs/Velislava_Nikolaeva-Strategicheskoupravlenie_v_malko_i_sredno_turisticheskopredpriyatie.pdf, ISSN 1313-7514.
- Рибов, М. и колектив 2007: *Основи на туризма*, част 1, 2. УИ „Стопанство“, 2007.
- Рибов, М. и колектив 2008: *Основи на туризма*, част 3. Тилия, София, 2008.
- Христов 1999: Илия Христов. *Управление на туризма*. Делфин прес, Бургас, 1999.
- INSiGHTS (2017-2018-2019): Collecting state-of-the-art good practices in slow, green and healthy tourism in the Danube region and beyond. <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/insights>
- Lowry, L., M. Lee, 2011: Linda Lowry, Department of Hospitality and Tourism Management University of Massachusetts – Amherst and Misoon Lee, Department of Hotel and Tourism Management Kyungshung University. *CittaSlow, Slow Cities, Slow Food: Searching for a Model for the Development of Slow Tourism*. Travel & Tourism Research Association, 42nd Annual Conference Proceedings: Seeing the Forest and the Trees – Big Picture Research in a Detail- Driven World, June 19-21, 2011 London, Ontario, Canada (2011). <https://works.bepress.com/lowry_linda/3/>

I. ПРИЛОЖЕН КОНТЕКСТ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ИНТЕГРИРАН И УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ

I.1. ПРЕДПОСТАВКИ И ВЪЗМОЖНОСТИ

Туризмът се налага като взаимосвързана икономическа дейност и в тази връзка е необходимо да се разглежда не като тясно секторно планиране, а като проспериращ сектор за интегрирано и устойчиво развитие на област Пловдив. Устойчивият туризъм изисква управлението на всички ресурси по начин, по който икономическите, социалните, природосъобразните и естетическите потребности могат да се удовлетворят при едновременното съхранение на културната идентичност, основните екологически процеси, биологичното разнообразие и системите за поддържане на живот.

Стратегическото географско разположение на област Пловдив, благоприятните преходноконтинентални климатични характеристики, биоразнообразието, плодородните равнинни полета, планинските части с разнообразен релеф, изградената транспортна инфраструктура – пътна, жп, летище, неповторимото културно-историческо наследство от различни епохи, колоритът на съхранените местни традиции, обичаи и занаяти, както и международната популярност на Пловдив като най-стария жив град в Европа, древен културен център и Европейска столица на културата през 2019 година са значителна предпоставка за привличане на български и чуждестранни туристи, за разполагане на бизнес и за изграждане на устойчива и обвързана туристическа инфраструктура.

Концентрацията на природни и антропогенни рекреационно-туристически ресурси на област Пловдив са потенциал за устойчиво туристическо развитие. За ефективното им оползотворяване управленският ориентир е към създаване на условия за развитието на специализирани видове **туризъм в по-широка мрежа**, базирани на местните ценности – природни ресурси и забележителности, климатични условия, културно-историческо наследство, с включването на превенция на рисковете от продължаващо изключване (неизползване) на наличните ресурси и от заличаване на тяхната стойност.

Богатството от културни и исторически забележителности (концентрация на множество единични и групови недвижими културни ценности), наличието на благоприятни природни ресурси, традициите и опитът на местното население в предлагането на туристически услуги дават възможност за практикуване на различни видове туризъм на територията на област Пловдив като културно-познавателен, религиозен, конгресен, балнеоложки, екологичен, велосипеден, пешеходен, планински, аграрен, кулинарен, винен, приключенски /спортен, ловен, риболовен, атрактивен/ и др.

Немалка част от туристическите обекти в област Пловдив са в незадоволително материално състояние, а туристическата инфраструктура е недостъпна или амортизирана, което, от една страна, създава диспропорции в предлагането на туристическите продукти и осигуряването на достъпа до тях, а от друга - става пречка за уравнивесената динамика на развитие на интегрирания туризъм в област Пловдив.

По данни на Националния статистически институт (НСИ) броят на местата за настаняване (с над 10 легла) през периода **2016-2018 г.** в област Пловдив се е увеличил с 9,4 %, а реализираните нощувки – с 5,6 %. Изводът е, че местата за настаняване в област Пловдив всяка година се увеличават, но е неравномерно териториалното разпределение на легловата база, изразена е концентрация в областния град Пловдив.

	Показатели за област Пловдив	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Туризъм	Места за настаняване (брой)	192	199	212
	Реализирани нощувки (брой)	1 009 478	1 031 111	1 069 414

По отношение на статистическото наблюдение на туристическите пътувания и разходите за туризъм на населението данните за броя на туристите, броя на туристическите пътувания в страната и в чужбина, както и разходите за пътуванията са представителни общо за България и имат извадков характер, като изследването не позволява да се сравнят данни на регионално или областно ниво на управление. Сравнението по години в НСИ е само на национално ниво и въпреки покачване на показателите резултатите по отношение на ръста на туристопотока и туристическите пътувания в област Пловдив остават неидентифицирани. Публикуваните на местно ниво данни за малко над 1 млн. туристи в Пловдив за 2016 г. и 40% ръст на

посетителите в Пловдив и областта, регистриран от началото на 2018 г., са локални, събирани от различни канали, което предполага висок коефициент на вариация в точността им.

За да се повиши общият ефект от туризма за икономиката на област Пловдив, е необходимо, на първо място, да се стартира интегрирано предлагане на наличните ресурси в адекватни туристически пакети, максимално обхващащи пространствените съчетания на туристическите ресурси в областта.

Важна роля в това отношение могат да изиграят организациите, доставчици на туристическа информация и туристически продукти, в област Пловдив. На територията на областта са регистрирани общо 39 туроператора, 98 туристически агенции, 76 компании, които работят като туроператори и туристически агенции, 10 туристически информационни центъра и 1 културно-информационен център. Те са ситуирани в общините, както следва:

Туроператори – 2 бр. в Асеновград, 36 бр. в община Пловдив, 1 бр. в община Сопот;

Туристически агенции – 3 бр. в Асеновград, 1 бр. в община Карлово, 89 бр. в община Пловдив, 1 бр. община Сопот, 2 бр. в община Съединение, 2 бр. в община Хисаря;

Туроператори и туристически агенции: 2 бр. в Асеновград, 72 в община Пловдив, 1 бр. община Сопот, 1 бр. в община Хисаря;

Туристически информационни центрове: 1 бр. в Асеновград, 1 бр. в община Брезово, 1 бр. в община Карлово, 1 бр. в гр. Лъки и 1 бр. в с. Белица, община Лъки, 1 бр. в община Перущица, 2 бр. в община Пловдив, 1 бр. в община Сопот, 1 бр. в община Хисаря;

1 културно-информационен център „Малтепе“ в община „Марица“ - с. Маноле;

Данните показват, че с изключение на град Пловдив туристическите информационни центрове не поддържат в дигиталното пространство информация в реално време; най-голям брой туристически оператори и туристически агенции са съсредоточени в община Пловдив, докато в 12 общини на територията на област Пловдив не е регистрирана нито една компания с такъв предмет на дейност.

Първостепенно значение за развитието на устойчив туризъм имат органите на местното самоуправление, които съгласно разпоредбите на Закона за туризма приемат програма за развитие на туризма на територията на общината в съответствие с приоритетите на областната стратегия, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните туристически ресурси и потребности. Общинските програми за развитие на туризма предвиждат дейности и финансова обезпеченост за:

1. изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища до туристически обекти;
2. изграждане и функциониране на туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
3. изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
4. организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
5. провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;
6. реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
7. взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
8. подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти.

За развитието на комплексен, разнообразен и конкурентноспособен туризъм и за провеждането на регионална туристическа политика, съобразена с териториалните особености и с разгръщането на потенциала на дестинациите и активното взаимодействие между заинтересованите страни, областната стратегия за интегриран и устойчив туризъм кореспондира с предмета на дейността на създадените организации за управление на туристическите райони съгласно чл. 18 от Закона за туризма.

Основната цел на създаването на туристическите райони е развитие и маркетинг на регионалния туристически продукт, което предполага създаването на хомогенни райони за постигане на уникалност и идентичност, като се отчитат както географската среда и особеностите в културно-историческото развитие, така и установените взаимоотношения в сферата на туризма, включително териториалния обхват на формираните пространствени туристически образувания.

Област Пловдив е част от Южен централен район за планиране (ниво 2) на Република България и съгласно утвърдената Концепция за туристическо райониране на България от 2015 г. попада в три туристически района:

1. Район Родопи (27 общини) с основна специализация „Планински и селски туризъм“, включващ общините Асеновград, Куклен, Лъки, и „Родопи“ от област Пловдив. При учредяването на ОУТР „Родопи“ през 2017 г. единствено община Куклен става член на организацията.
2. Район Тракия (35 общини) с основна специализация „Културен и винен туризъм“, включващ общините Брезово, Калояново, Кричим, „Марица“, Перушица, Пловдив, Първомай, Раковски, Садово, Стамболийски и Съединение от област Пловдив. При учредяването на ОУТТР през 2018 г. членове на организацията стават община Брезово, „Марица“, Перушица, Пловдив и Първомай.
3. Район Долина на розите (19 общини) с основна специализация „Здравен и културен туризъм“, включващ общините Карлово, Сопот, Хисаря от област Пловдив. При учредяването на ОУТР „Долина на розите“ през 2019 г. членове на организацията стават община Сопот и община Хисаря.

Предпоставените фактори и организационните структури, свързани с развитието на интегрирания и устойчив туризъм в област Пловдив, поединично не могат работят ефективно, затова обединението им, категорично изразено във взаимодействието, ангажираните отношения и партньорството между всички заинтересовани страни, е не изключение, а задължителен елемент от цялостния процес за сътрудничество и подкрепа при изпълнението на тази политика.

Туризмът в област Пловдив няма ясно определен сезонен характер, доминиращ е културният и събитийният туризъм, а дестинацията се възприема като безопасна с балансирано съотношение между посетители и жители. За да се даде възможност да се използват всички туристически ресурси, една от перспективите е да се развие интегрираното им предлагане в рамките на областта по посока към други области, общини и населени места.

В рамките на област Пловдив развитието на специализираните видове туризъм може да се свърже в мрежа от пет по-компактни пространствени пояса, в които съществуват условия да се формират специфични комбинации от туристически продукти:

- ❖ Северен пояс, който обхваща общините Карлово, Сопот, Брезово, Раковски, Калояново, Хисаря и „Марица“. Основни дестинации са Карлово, Сопот, Клисурса, Калофер, Раковски, Житница, Маноле, Старосел и Хисаря, както и части от Национален парк „Централен Балкан“. Поясът предлага възможности за планински, спортен, културен, селски, винен, здравен и екотуризм.
- ❖ Централен пояс със средище община Пловдив и периферни части от община „Родопи“ и община „Марица“. Основна дестинация е град Пловдив - културната столица на България с хилядолетната си история и своята уникална програма от фестивали, конкурси, пленери, изложби, концерти и др. прояви, които стоят в основата на културния туризъм. Поясът предлага възможности за културно-исторически, фестивален, делови, развлекателен и екотуризм.
- ❖ Южен пояс, формиран около община Асеновград, община Куклен и община Лъки на база богато културно-историческо наследство и значителен природен рекреационен потенциал на Родопите. Поясът предлага възможности за религиозен, поклоннически, планински, винен, здравен и екотуризм.
- ❖ Западен пояс, който обхваща общините Перушица, Кричим, Стамболийски, Съединение и части от община „Родопи“ с изключително развит лозаровинарски и селскостопански сектор. Поясът предлага възможности за винен, културен и екотуризм.

- ❖ Източен пояс – на територията на общините Първомай и Садово с развит аграрен профил. Поясът предлага възможности за аграрен и селски туризъм.

Определените пояси не са затворени пространствени обединения и позволяват мрежата от туристически продукти да се разширява. Предложената рамка не е ограничителна, а насочваща към развитието на видовете туризъм според тяхната значимост за съответния обособен ареал.

Своеобразен разпределителен център към туристически обекти, намиращи се в съседни области и общини, се явява град Пловдив като туристическа дестинация с хилядолетно историческо наследство от различни епохи, религии и култури. Възможностите за комбиниране на културен с балнеоложки, спа, селски, винен, спортен и екотуризм в региона са много разнообразни. Развитието на областта е свързано с подобряване на качеството на туристическите услуги и осъществяване на ефективен туристически маркетинг на област Пловдив като разпознаваема дестинация с разнообразна туристическа атрактивност.

В резултат на трансформациите в съвременния туризъм другият фокус от възможности за развитие е бързо набиращият скорост „бавен туризъм” (slow tourism) или „бавно пътуване” (slow travel). Това по-ново направление се възприема като осмислена нагласа за самостоятелни пътувания и алтернатива на масовите стандартни туристически почивки. Увеличаването на интереса и търсенето на туристически пътувания, предлагащи изграждането на устойчиви взаимоотношения и съпреживяването на истории от посещаваните места, са тенденции, които все по-силно се налагат и утвърждават в перспектива.

Концепцията „бавен туризъм“ в контекста на динамиката на съвременните туристически пътувания е комплексен подход и ефективен начин за поддържане на баланса между глобализацията и уникалната атмосфера на населените места, повечето от които са или стават обект на туристически интерес.

Бавният туризъм не се противопоставя на масовите популярни туристически пътувания, а е нова форма за устойчиво развитие, която разширява спектъра от възможности за интегриране на посетители в живота на местните хора и за реализиране

на спокоен престой, благоприятстващ опознаване на общността, в която пребивават. Бавният туризъм се базира на промените във философията на съвременните пътувания и привлича с актуалността си, като едновременно кореспондира с въпросите на забързания начин на живот и с намирането на подходящи отговори за преоткриването на естествения му ритъм чрез представянето и използването на уникалността на местния бит и традиции, автентичната кухня и култура в естествена среда.

Важна част от разглежданата концепция е, че нейното функциониране пряко се обвързва с активното участие на местната общност, като се подобрява не само качеството на живот на местните жители, но и качеството на интегрираност на гостите в местния начин на живот и околна среда.

Насърчаването на неподправения ритъм на живот в алтернативни slow туристически форми се основава на рационални възможности за: увеличаване достъпността до автентична среда с регулация за нейното опазване; подобряване и стимулиране на участието и културния обмен между различни народи и общности; потребление на алтернативни продукти, създадени чрез организационни форми, гарантиращи устойчиво туристическо развитие, включващо мерки за намаляване на шума и трафика, увеличаване на зелените и пешеходните зони, подпомагане на местните хотелиери и ресторантьори, земеделци, търговци; поощряване на икономическия и социален просперитет едновременно на местните жители, местната икономика, туристите и местата за посещение; резултатно и координирано ангажиране и участие на местната общност, местния бизнес и местното самоуправление; провеждане на интегрирани информационни кампании чрез интерактивни онлайн платформи за повишаване на обществения интерес и за предоставяне на възможности за информиран избор.

Съвременната алтернатива за ефективна и пълноценна почивка, наречена „бавен туризъм“, не се ограничава до определени видове и форми на туризма, а се проявява при тяхното самостоятелно и автономно комбиниране от туриста. Този конструктивен модел не влиза в опозиция с предлагането на организирани ваканции и пакетни екскурзии с интензивно посещение на забележителности, а разгъва туристическата

мрежа съобразно потребностите от почивка с повече възможности за осъществяване на интегриран и устойчив туризъм.

Срещата между култури, общности и традиции винаги е била най-голямото предизвикателство и едновременно един от най-силните двигатели за развитието на туризма в област Пловдив. Уникалното историческо и културно многообразие на областта, природните ѝ дадености, формираният специфичен културно-природен ландшафт предлагат разнообразни възможности за генериране на допълнителен икономически и устойчив растеж и поминък за населението, основно чрез развитието на различни форми на туризъм и рекреация.

Развитието на туризма в област Пловдив е свързано с подобряване на качеството на туристическите услуги и осъществяване на ефективен туристически маркетинг за утвърждаването на областта в разпознаваема дестинация с разнообразна туристическа атрактивност.

I.2. ПРОДУКТОВА ВЕРИГА ЗА ИНТЕГРИРАН И УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ

Продуктовата верига е стратегически инструмент за постигането на баланс между стратегическите цели за устойчивост и икономическите визии на заинтересованите страни. Този аспект се прилага при маркетинга в устойчиви дестинации, в които продуктовата верига е реалистична, регионална и свързана с взаимоотношенията. По този начин се изграждат реалистични визии за това, какъв е приносът на продукта на пазара и използват ли се ефективно и устойчиво текущите ресурси, свързани с него.

В контекста на избрания подход в настоящата стратегия **туристическите дестинации се разглеждат като специален вид мрежа** и процесите на сътрудничество са от решаващо значение за успеха им.

Тъй като туризмът включва специфична последователност от някои повтарящи се последователни елементи, той може да бъде описан като верига. Основните елементи на тази верига са пътуването до и от избраната дестинация и престоя в нея.

Освен това подготвителната фаза (избор на дестинация, резервация и създаване на туристически пакет) и приключването на престоя със завръщането у дома се считат за рамкови компоненти и връзки във веригата.

Предимството на анализа на туризма като верига е, че той позволява да се структурира сложната система от туризъм и по този начин да се идентифицират нейните различни елементи. След като компонентите на туристическата верига са ясни и се признаят всички възможни аспекти, туристическият продукт се дефинира съобразно анализа на различните икономически, културни и природни активи и въздействия на туризма. Концепцията за туристическата верига е теоретичен модел, който е полезен за активизиране на туристическия процес и за подпомагане на процеса на разработване на продукти. Елементите на туристическата верига могат да се илюстрират по следния начин:



Фигура 1: Туристическа верига (Европейска комисия, ГД „Предприятия и промишленост“, Отдел „Туризъм“)

Предложената туристическа верига може да бъде разделена на пет основни категории относно предлаганите продукти: транспорт, настаняване, атракции, дейности, храна и напитки. В рамките на веригата могат да се създават устойчиви партньорства за подобряване на инфраструктурата, местните удобства и атракции и да се предлагат нови разработки за избраното преживяване в съответната околна среда.

За всяка от връзките в туристическата верига от основно значение е необходимото осигуряване на разнообразие от стоки и услуги. Туристическият продукт се определя като комбинация от стоки и услуги: транспорт, настаняване, храна и напитки, дейности, атракции, осигуряване на материали, инфраструктура и др., които са необходими, за да могат туристите да получат комплексен опит, който започва у дома и завършва при завръщането им. Разпределението на категориите, свързани в мрежа, показва, че много туристически продукти излизат извън основната форма и събират няколко категории наведнъж. Например един хотел влиза в категория „настаняване“, ресторантът - в „храни и напитки“. Уелнес хотелът включва настаняване и дейност. Ресторант, който предлага шоу вечер и вечеря, комбинира храни и напитки заедно с дейност. И при двата примера основната категория е ясна, но има и допълнителна функция.

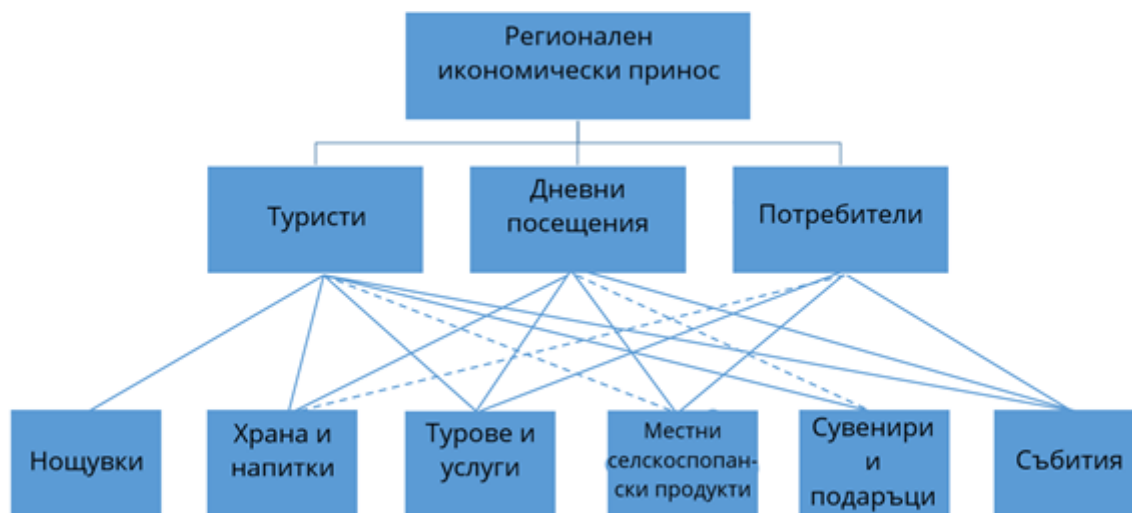


Фигура 2: Разпределение на туристическите продукти

Вторият аспект на туристическия продукт е икономически. Туристите са провокирани да пътуват до дестинацията, за да използват продукта, като много части от продукта се произвеждат в дестинацията и много услуги са предоставяни от местните хора, живеещи в региона. По този начин туризмът зависи от наличните икономически

ресурси в местоназначението. Някои аспекти на планирането като подготовка и резервиране се предоставят отвъд мястото за посещение (услуги от туроператори, транспорт и предоставяне на информация), но основните части от веригата се отнасят до това, което се предлага в региона - настаняване, храна и напитки, местни продукти и сувенири, дейности, ръководни услуги, информация и образование и др. Това се случва само ако самият регион предлага достатъчно свързани стоки и услуги.

В противен случай те трябва да бъдат внесени и следователно са предоставени извън региона и често се наблюдава в случаите на специфични, свързани с туризма, продукти и труд, които са оскъдни в дестинацията (например сувенири, оборудване за местата за настаняване, водачи, хотелски персонал). Когато се обсъжда как един туристически продукт може да стане по-устойчив, винаги трябва да се обмислят тези различни източници на доставка.



Фигура 3: Регионална добавена стойност (Pröbstl-Haider 2015)

Показателно е как обменът между всички компоненти в продуктовата верига допринася за регионалното развитие на туризма в общността. Освен консумацията на храни и напитки или пренощуването, туристическата дестинация също така се възползва от допълнителни източници на доходи като екскурзии или преходи с местни водачи и други услуги, осигуряване на местно селскостопанско производство като вино, мед, млечни, месни и градински продукти за пряка консумация или за

потребление у дома. Икономическите ползи се осигуряват и от местни събития и местни сувенири. Планирането на туризма в съответната дестинация трябва да вземе под внимание възможните връзки и възможните партньори от самото начало на процеса на предоставяне на туристически продукти и услуги. Фигура 3 илюстрира, че от регионална гледна точка всяка дестинация е необходимо да включва възможни взаимоотношения и допълнителни предимства при ежедневното посещение заедно с местното търсене и предлагане.

Отчитайки ресурсите и услугите, предоставяни за туристически продукти в дестинацията, става ясно, че туризмът се осъществява в рамките на сложна мрежа от доставчици от различни икономически сектори, които са свързани помежду си. Тъй като туристическият продукт се състои от различни позиции, той е свързан не само с туристическия сектор, но и с други бизнес сектори. Тази взаимовръзка на туристическата индустрия обикновено се разделя на три сектора при предлагането на продукти:

- Туристически бизнес (туроператори, хотели, хранене, пътуване и др.);
- Бизнес с доставки (оборудване на обектите, материални доставки и комунално обслужване);
- Бизнес ресурси (селско стопанство, горско, ловно и рибно стопанство и др.).

Тези сектори зависят и взаимно се възползват един от друг. Въпреки че те са частично създадени от туризма или обслужват само туристически цели, други части от тях служат и на местното население. Последиците от тези взаимоотношения между туризма и другите сектори е необходимо да бъдат признати, наблюдавани и подобрявани при устойчивото развитие на туризма. Местната икономика усеща положителното и отрицателното въздействие на туризма, особено в отрасли, които не работят директно за туризма. Това означава, че много заинтересовани страни са непряко свързани с туризма. Институционалната, законодателната и административната среда, в която се развива устойчивият и интегриран туризъм, играе съществена роля в цялата структурна верига и е свързващо звено между твърде много

различни части от икономиката и обществото, заедно участващи в туристическия процес.

Развитието на продуктовата верига в туризма има някои основни характеристики, подпомагащи разработването на висококачествени продукти, които защитават местното наследство. Някои от тези функции са:

- Насърчаване на туристите и местните общности да подкрепят опазването на природното и културното наследство на дестинацията;
- Признаване на жизненоважното значение на местната природа, култура, знания, традиции и ценности за прилагане на туристическа дейност и натрупване на опит;
- Обучение на местните жители и туристите;
- Включване на членове на общността в осъществяването на туризма. Например местните жители могат да предоставят редица услуги, включително екскурзовод и местни водачи, управление на настаняване (самостоятелни хотели/ къщи за гости, нощувка и закуска, домашни престои), доставка на храна и приготвяне на място ястия за туристите, управление на туристически атракции и др.;
- Участие на общността във фазата на разработване на продукти, съгласуване на различните характеристики на продукта съобразно потенциала на региона, включително изчисляване на цените, споделяне на ползите и управление на риска;
- Предоставяне на подкрепа на местната икономика чрез участието на общността.

В една активна продуктова верига трябва да могат да се отчитат пазарните предпочитания и ползи, личният избор за почивка и удовлетвореността от нея, общуването с местните общности и туристите, осъзнатата роля за управление на туризма на всички нива с постигането на напредък, както и опазването на околната и културната среда.

Идеята чрез различни комуникационни канали да се достига до различни аудитории, като туристическата информация се обединява в една платформа, е една

възможност за **развитието на туризъм в обхватна мрежа**, която се разраства непрекъснато. Работещи добри примери в това отношение са visitplovdiv - електронният портал на Пловдив и Първата национална дигитална платформа iLoveBulgaria, които предлагат информационна продуктова верига за интегриран туризъм, достигаща до стотици хиляди граждани и туристи предварително, като част от компонентите ѝ са частични (непълни) или все още не са разработени и организирани в интерактивната мрежа.

За да се получат максимални ползи от туризма за устойчивото развитие на област Пловдив, е необходимо да се оценят и коригират всички елементи на туристическия продукт по отношение на аспектите на устойчивостта. Това може да стане на нивото на отделните елементи на туристическата верига като транспорт или настаняване, както и по отношение на интеграцията на продукта и неговото установяване в регионалната икономика и веригата от доставки.

На местно и регионално ниво продуктовата верига трябва да изпълнява принципите на икономическа, екологична, социална и етична устойчивост. Това означава, че в развиващия се процес общият стремеж се насочва към баланс на следните аспекти:

- ✓ Консервация, опазване на биологичното разнообразие и природните ресурси, както и взаимно разбиране от местните жители и туристите, че опазването на околната среда е от жизненоважно значение.
- ✓ Стимулиране и използване на нови подходи с цел подобряване обслужването на граждани и туристи на територията на местата за посещение.
- ✓ Жителите трябва да могат да се възползват от туризма чрез подобряване на стандарта на живот, местното овластяване, намаляване на бедността и постигане на положителен културен обмен.
- ✓ Устойчивостта за туристическия бизнес означава насочване към дългосрочна рентабилност чрез целенасочена ценова политика (клиент и инвестиция), както и чрез привлекателни и разнообразни продукти.

II. ДЕМОГРАФСКИ И ИКОНОМИЧЕСКИ ПРОФИЛ НА ОБЛАСТ ПЛОВДИВ

На територията на област Пловдив демографската характеристика се формира под влиянието на множество фактори. Сред тях са историко-културното, социално-икономическото и демографското развитие на България - от една страна - и специфичното влияние на брачността, разводимостта, раждаемостта и смъртността, миграцията, полово-възрастовата, етническата и образователната структура на населението - от друга. Въздействие върху геодемографската ситуация както в страната, така и в област Пловдив оказва и приемането на Република България през 2007 г. в Европейския съюз.

НАСЕЛЕНИЕ ПО ОБЩИНИ И МЕСТОЖИВЕЕНЕ КЪМ 31.12.2017 г.

	2016 г.	Към 31.12.2017 г.	Разлика
Област Пловдив	671 573	669 796	-1 777
Община:			
Асеновград	61 751	61 334	-417
Брезово	6 689	6 479	-210
Калояново	10 994	10 822	-172
Карлово	49 338	48 822	-516
Кричим	8 077	7 991	-86
Куклен	6 327	6 259	-68
Лъки	2 638	2 583	-55
Марица	31 471	31 163	-308
Перущица	4 851	4 798	-53
Пловдив	343 424	345 213	1 789
Първомай	24 197	23 843	-354
Раковски	25 647	25 520	-127
Родопи	30 881	30 498	-383
Садово	14 773	14 650	-123
Сопот	9 302	9 245	-57
Стамболийски	19 967	19 849	-118
Съединение	9 902	9 676	-226
Хисаря	11 344	11 051	-293

Общото застаряване на населението в страната се наблюдава и в област Пловдив, въпреки че в региона не е толкова дълбоко. Раждаемостта остава по-висока от

средната за страната, а заселените продължават да са повече от изселените. Коефициентът на естествен прираст през 2017 г. се задържа на - 5,1‰ (при -6,5‰), а Пловдив е сред шестте области с положителен коефициент на механичен прираст (2,5‰ при -0,8‰ в страната). Тези показатели водят до намаляване на коефициента на възрастова зависимост като отношение на населението на 65 и повече години към това на 0-14 г., който обаче остава близък до средния за страната и далеч по-висок от областите с най-младо население (Сливен, столицата, Варна и Бургас). Делът на градското население в областта продължава да е сравнително висок и да се повишава, а Пловдив е областта с третата най-висока гъстота на населението (след столицата и Сливен).

Област Пловдив е сред най-значимите и най-развиващите се икономически области у нас и се налага като индустриалната столица на България през последните години.

В област Пловдив приходите от икономически дейности са приблизително 30 млн. лева годишно за 2017 г., от които над 50% в материалното производство, 5% в строителството и 7% в сектора транспорт и логистика. В област Пловдив работят над 35 хиляди компании.

Информационните технологии и бизнес услугите са сред най-динамично развиващите се сектори през последните години, като предоставят нови възможности за работа и създават добавена стойност. Инвестициите в различни икономически сектори са разпределени балансирано в област Пловдив. Около 23% от инвестициите или 125 млн. евро са вложени в производството за закупуване на съоръжения, оборудване и машини, които повишават производителността на местните предприятия. Около 10% от инвестициите отиват в строителството: индустриални съоръжения и сгради; 17% от инвестициите са направени в недвижими имоти; 11% в минната промишленост, управлението на водите и отпадъците. Търговията на дребно, транспорта и туризма привличат почти $\frac{1}{4}$ от всички инвестиции в региона. Близко 5% от цялото придобиване на дълготрайни активи са направени от компании за ИТ и бизнес услуги. Достъпът и използването на интернет в областта остават по-високи от средните стойности в страната.

Област Пловдив е утвърден аграрен център с благоприятни почвени и климатични условия, които позволяват да се отглеждат голям брой земеделски култури – над 100 вида. Обработка се 46,4% от общата територия. От обработваемата земя 41% е поливна. Традиционни култури са: зърнено-хлебни, зеленчуци и плодове, винени и десертни лозя, етерично-маслени култури, ориз и други.

Благодарение на стратегическото си местоположение и отличната свързаност, област Пловдив се е утвърдила като водещ транспортен и логистичен център.

Гъстотата на железопътната мрежа в областта остава значително по-висока от средната за страната. Гъстотата на пътната мрежа е съизмерима със средната, както и делът на автомагистралите и първокласните пътища – 18% в областта при 19% в страната през 2017 година. Същевременно пътищата в областта са със сравнително добро качество – 49% при 40% в страната през 2017 година.

Брутният вътрешен продукт на човек от населението през 2017 г. в област Пловдив е 12 112 лв. и продължава да нараства, като остава най-висок за Южен централен район и шестият най-висок в страната. Нещо повече – ръстът му изпреварва средния за страната, въпреки относително високата база. Бързият ръст е съпроводен и с увеличение на заплатите и доходите в областта. През 2017 г. брутната годишна работна заплата в областта бележи ръст и достига 10 771 лв. – също шестата най-висока в страната. Доходът на лице от домакинството в област Пловдив за първи път през 2017 г. превишава 5 хиляди лева, въпреки че остава по-нисък от средния за страната. Бедността в областта през 2017 г. отново е близка по стойност до средните за страната нива. През 2017 г. относителният дял на населението, живеещо с материални лишения за първи път след началото на кризата намалява до под 30% и под средното за страната ниво.

След двугодишно намаление на икономическата активност в областта през 2017 г. тя бележи стабилен растеж до 74% при 71% в страната. Този ръст е съпроводен едновременно от повишаване на заетостта и значително намаление на безработицата. Коефициентът на заетост достига 70% (при 67% в страната), а този на безработица намалява до под 5% (при 6% в страната). Образователната структура на трудоспособното население в областта остава близка до средната в страната. Сред хората на възраст 25-64 г. тези с висше образование са 27% (при 28% в страната), а с

основно и по-ниско образование – 19% (при 17% в страната). Коефициентът на демографско заместване като отношение на населението на възраст 15-19 г. към това на 60-64 г. в областта е 67% (при 64% в страната). Това означава, че на всеки 100 души, на които предстои да навлязат в пенсионна възраст в близките няколко години отговарят 67 младежи, на които предстои да се включат в пазара на труда.

Бизнес и инвестиционната активност в област Пловдив е сравнително добра. През 2017 г. се забелязва ръст на нефинансовите предприятия. Разходите за придобиване на дълготрайни материални активи на човек от населението намаляват леко спрямо 2016 г., но тъй като в страната намаляването им е по-високо, стойността в областта за първи път изпреварва средната. Ръст се забелязва и при чуждите инвестиции, но те остават под средните за страната – 2578 евро на човек при 3310 евро на човек в страната. Усвоените европейски средства нарастват до 1228 лв. на човек (при 1543 лв. на човек в страната) към 30 юни 2018 г., като в рамките на областта най-много са изплатените средства в общините Кричим и Хисаря.

Подобно на тенденциите в повечето икономически развити области нивото на местните данъци и такси в област Пловдив е сравнително високо. През 2018 г. в областта има и пет нови увеличения на местни данъци (три от тях са в община Перущица). Значително по-високи от средните нива в страната са усреднените ставки на данъците върху такситата и превозните средства. Малко по-ниски пък са данъците върху прехвърлянето на собственост.

Местните администрации отчитат минимален напредък в развитието на електронното правителство и предоставянето на услуги „едно гише“ през 2018 г. и оценките по тези показатели отново са по-ниски в сравнение със средните за страната. Оценката за прозрачността на общините в областта пък остава по-висока от средната, като най-високи резултати отново имат Пловдив и Асеновград. Покритието на кадастъра в областта нараства с темпа на това в страната, като общините Пловдив, Садово и Родопи включват още от териториите си в кадастралната карта през 2017 година.

Индикатори на икономическото развитие в област Пловдив	2015 г.	2016 г.	2017 г.	2018 г.
---	----------------	----------------	----------------	----------------

<i>БВП на глава от населението (лв., текущи цени)</i>	10 173	11 222	12 112	
<i>Средногодишен общ доход на лице от домакинството (лв.)</i>	4 397	4 464	5 282	
<i>Средна годишна брутна заплата на нает (лв.)</i>	9 084	9 911	10 771	
<i>Относителен дял на бедните спрямо линията на бедност за областта, %</i>	20,9	20,4	21,9	
<i>Коефициент на икономическа активност на населението на 15-64 години (%)</i>	68,8	66,5	73,6	
<i>Коефициент на заетост на населението на 15-64 години (%)</i>	62,1	62,0	70,1	
<i>Коефициент на безработица на населението на 15-64 години (%)</i>	9,6	6,8	4,7	
<i>Дял на населението с висше образование, 25-64 г. (%)</i>	25,4	25,2	26,7	
<i>Брой на нефинансови предприятия на 1000 души от населението</i>	54	56	57	
<i>Разходи за придобиване на дълготрайни материални активи (лв./човек)</i>	2 637	2 582	2 515	
<i>Чуждестранни преки инвестиции в предприятията от нефинансовия сектор с натрупване (евро/човек)</i>	2 368	2 578	2 829	
<i>Дял на домакинствата с достъп до интернет (%)</i>	61,7	68,4	76,2	74,4
<i>Дял на пътната настилка в добро състояние (%)</i>	47,1	47,6	48,7	
<i>Покритие на кадастъра (%)</i>	24,4	24,6	36,6	

В област Пловдив е създадена и активно функционира **Тракия Икономическа Зона** (ТИЗ) - един от най-мащабните икономически проекти на България, който непрекъснато се разраства. Благодарение на успешното и устойчиво развитие на Тракия икономическа зона /ТИЗ/ Пловдив влиза в челната тройка в категорията „Стратегия по привличане на преки чуждестранни инвестиции“ (FDI strategy) в ранглистата Топ 10 Европейски градове на бъдещето 2018/2019 (Top 10 Small European cities of the Future 2018/2019). Регионът на Пловдив заема почетното 4-то място в същата категория в класацията на авторитетното британско издание „Файненшъл таймс“.

„Тракия икономическа зона“ е най-мащабната и устойчиво развиваща се индустриална зона не само в България, но и в Югоизточна Европа. Проектът обединява 6-те индустриални зони - „Марица“, „Раковски“, „Куклен“, Индустриален парк

„Пловдив“, Парк „Иновации“ и Агроцентър „Калояново“ в област Пловдив с цел оптимизация на услугите, предоставяни на инвеститорите. Площта на ТИЗ е 10 700 000 кв. м, като 1/3 от нея вече е заета. Реализираните инвестиции за 22 години от създаването на първата зона през 1996 г. са с резултат от вложени над 2 милиард евро от над 180 фирми, половината от които са чуждестранни, разкрити са над 75 000 работни места.

За развитието на Тракия икономическа зона през 2014 г. се обединяват 9 общини - Пловдив, Асеновград, Калояново, Куклен, Марица, Първомай, Раковски, Родопи, Стамболийски, 2 сдружения - „Клъстер Тракия икономическа зона“ и „Клъстер информационни и комуникационни технологии Пловдив“, „Сиенит Холдинг“ АД – предприемач за индустриални зони, и един от най-големите български работодатели „КЦМ 2000“ АД. Това обединение - публично-частно партньорство, единствено по рода си в България, дава добър пример как бизнесът и общините могат заедно да си сътрудничат и да постигат градивни резултати. „Клъстер Тракия икономическа зона“, който ръководи и подпомага развитието на Тракия икономическа зона, подписа през 2018 г. споразумение за сътрудничество с Българската агенция за инвестиции. Чрез правителствената агенция още повече се засилва ролята на публично-частното партньорство в проекта.

Благодарение на създадената симбиоза се изгражда не само благоприятен бизнес климат, работи се съвместно за привличането и задържането на инвеститори, но заедно се решават проблемите, свързани с професионалното образование и квалификацията на работната ръка. През 2017 г. и 2018 г. към „Тракия икономическа зона“ се включват и общините Хасково, Бургас и Костинброд. Проучва се възможността за съвместна работа с Габрово, Видин и Русе.

ТИЗ е успешното място за инвестиране, което доказва фактът, че именно в зоната през 2018-та година започва да работи първият в България завод за самолетни части на френската компания „Латекоеер“ /Latécoère/, водещ доставчик в самолетната индустрия. Доказват го и 21-те нови проекти, които се реализират през 2018 г. - на българските фирми „Биомашиностроене“, „TVT“, „Елко Мес“, „ЕНКО Пластик“, „Интерлинк Груп“, „Стинг“, „EURO MIX“, „Цима-99“, „Куков&Ко“, „Имоти онлайн“ и „Реал М“, немските компании „Humanita“, „Kaufland“, „Willi Elbe Gelenkwellen“,

„Mecalit“, „VEM“, „Мото-Пфое“, италианската „Zobele“, шведската „Volvo Group Trucks“ и английската „William Hughes“. Първа копка на високотехнологичен завод за задните светлини на „Мерцедес“ е направена на 28 юни 2018 г. от турската компания „одело Фарба Лайтинг Груп“, която строи в индустриална зона „Куклен“, част от Тракия икономическа зона. Чрез регистрираната у нас компания „одело Фарба България“ тя ще инвестира до 2023 г. поетапно 40.6 милиона евро в 3 завода и парк за подоставчици. През 2018-та година турско-немската компания SPINNER започва нов завод за машини с цифрово-програмно управление. Две от компаниите - „одело Фарба България“ и Интерлинк Груп са получили сертификат „Инвеститор „Клас А“, в процес на сертифициране са още 2 компании.

За 2018-та година инвестициите в ТИЗ са над 130 милиона евро. Според предварителните прогнози за следващите 10 години в „Тракия икономическа зона“ се очакват инвестиции за над 1.1 млрд. евро и откриването на нови 30 000 работни места.

За област Пловдив в Националния статистически институт годишен отчет за дейността си през 2016 г. са представили общо 37 383 нефинансови предприятия, в които работят 205 539 заети лица или с 4.1% повече от 2015 г., реализирана е добавена стойност по факторни разходи за 4 894 млн. лв., която е с 14.1% повече от предходната година.

Нетните приходи от продажби са 22 318 млн. лв. и са с 3.4% повече от предходната година, произведена е продукция за 14 918 млн. лв. или с 5.1% повече от 2015 година.

В областта преобладават микропредприятията (до 9 заети) - 92.0% от общия брой, в които е произведена продукция за 2 496 млн. лв. по текущи цени или 16.7% от общата за областта. Следват малките предприятия (от 10 до 49 заети) - 6.5% от всички и съответно 2 763 млн. лв. произведена продукция и дял от 18.5%. Средните предприятия (от 50 до 249 заети) - 1.3% от всички и съответно 4 234 млн. лв. и дял от 28.4%. Големите предприятия (над 250 заети) - 0.2% от всички и съответно 5 425 млн. лв. произведена продукция и дял от 36.4%.

Крайният финансов резултат на предприятията от област Пловдив за 2016 г. е печалба от 1 654 млн. лв. или с 32.2% повече от предходната година. Предприятията с печалба са 70.2% от общия брой и размерът и е 2 013 млн. лв. Тези със загуба са 17.4%

и стойност 358 млн. лв. Предприятията с нулев финансов резултат са 12.4%. Най-голяма е загубата в микропредприятията - 56.2% от общия размер. Продукцията на промишлените предприятия в област Пловдив за 2017 г. бележи напредък и положителен ръст:

Продукция на промишлените предприятия от област Пловдив	2016 г. /в хил. лв./	2017 г. /в хил. лв./
<i>Преработваща промишленост</i>	7 911 568	9 284 217
<i>Производство на хранителни продукти, напитки, тютюневи изделия</i>	1 684 247	2 036 896
<i>Производство на основни метали и метални изделия</i>	1 978 566	2 167 166
<i>Производство на изделия от каучук, пластмаси и други неметални минерални суровини</i>	687 019	724 175
<i>Производство на дървен материал, хартия, картон и изделия от тях</i>	579 269	641 265
<i>Производство на машини и оборудване с общо и специално предназначение</i>	693 289	781 030
<i>Производство на електрически съоръжения</i>	542 362	614 170
<i>Производство на текстил и облекло, обработка на кожи, производство на обувки и други изделия</i>	540 572	574 295
<i>Производство на химични продукти</i>	353 946	395 272

През 2017 г. се наблюдава 1,29% увеличаване на нефинансовите предприятия и 2,82% броя на заетите лица, разпределени както следва:

2017 г.	Предприятия	Заети лица ²	Наети лица ²
	Брой		
ОБЛАСТ ПЛОВДИВ	37 865	211 340	179 808
АСЕНОВГРАД	3 124	13 156	10 413
БРЕЗОВО	240	898	706
КАЛОЯНОВО	376	1 612	1 311
КАРЛОВО	1 701	7 369	5 798
КРИЧИМ	213	1 132	954
КУКЛЕН	241	1 142	949

ЛЪКИ	94	877	801
МАРИЦА	1 211	12 523	11 524
ПЕРУЩИЦА	177	881	747
ПЛОВДИВ	25 379	135 240	114 547
ПЪРВОМАЙ	933	5 326	4 485
РАКОВСКИ	862	5 688	4 983
РОДОПИ	1 296	6 638	5 549
САДОВО	343	1 985	1 686
СОПОТ	310	7 244	6 967
СТАМБОЛИЙСКИ	554	3 050	2 567
СЪЕДИНЕНИЕ	322	4 345	4 074
ХИСАРЯ	489	2 234	1 747

ЗАЕТИ ЛИЦА В СЕКТОР „ХОТЕЛИЕРСТВО И РЕСТОРАНТЬОРСТВО“ В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ ПО ОБЩИНИ ПРЕЗ 2017 ГОДИНА

Област/Община	Заети лица ² в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“	Наети лица ² в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“	Заети лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. /в %/	Наети лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. /в %/
	Брой			
ОБЛАСТ ПЛОВДИВ	12 395	10 548	5,9	5,9
Асеновград	858	637	6,5	6,1
Брезово	32	19	3,6	2,7
Калояново	72	57	4,5	4,3
Карлово	499	352	6,8	6,1
Кричим	13	7	1,1	0,7
Куклен	88	72	7,7	7,6
Лъки	30	18	3,4	2,2
Марица	179	109	1,4	0,9
Перушица	30	19	3,4	2,5
Пловдив	8 195	7 180	6,1	6,3
Първомай	115	71	2,2	1,6
Раковски	91	61	1,6	1,2
Родопи	304	227	4,6	4,1

Садово	54	33	2,7	2,0
Сопот	96	76	1,3	1,1
Стамболийски	103	64	3,4	2,5
Съединение	814	797	18,7	19,6
Хисаря	822	749	36,8	42,9

Важно е да се отбележи, че туризмът е основен поминък за някои от общините на територията на област Пловдив. По отношение на заетите лица в сектор „Хотелиерство и ресторантьорство“ спрямо общия брой на заетите лица през 2017 г. в процентно съотношение на първо място е община Хисаря /36,8%/, следвана от община Съединение /18,7%/, а в останалите общини заетостта е под 7%.

По данни на Националния статистически институт броят на местата за настаняване в област Пловдив през периода **2016-2018 г.** се е увеличил с 9,4 %, а реализираните нощувки – с 5,6 %.

	Показатели	2016 г.	2017 г.	2018 г.
Туризм	Места за настаняване (брой)	192	199	212
	Реализирани нощувки (брой)	1 009 478	1 031 111	1 069 414

През 2017 г. В област Пловдив има общо 199 места за настаняване, докато през 2018 г. общият им брой нараства на 212, като 76 са разположени в община Пловдив, главно в град Пловдив. Това се дължи на високо развития събитийен туризъм. Общият брой на пренощуващите лица в област Пловдив през 2018 спрямо 2017 г. е нараснал с 40 924 (8,37%), българи: 38 654 (10,81%), чужденци: 2270 (1,72%).

През декември 2018 г. в областта са функционирали 192 места за настаняване с над 10 легла – хотели, мотели, хостели и хижи и други места за краткосрочно настаняване. Броят на стаите в тях е 4.9 хил., а на леглата – 9.4 хиляди. В сравнение с декември 2017 г. общият брой на местата за настаняване (функционирали през периода) се увеличават с 11.0%, а леглата в тях – с 8.3%.

Общият брой на нощувките във всички места за настаняване възлиза на 73.1 хил., или с 2.7% повече в сравнение със същия месец на предходната 2017 година, като 61.8 хил. от тях са реализирани от български граждани, а 11.3 хил. – от чужденци.

В хотелите с 4 и 5 звезди са реализирани 53.7% от общия брой нощувки на чужди граждани, докато от българи те са 39.8%. В местата за настаняване с 3 звезди са осъществени 37.5% от нощувките на чужденци и на български граждани, докато в останалите места за настаняване (с 1 и 2 звезди) тези дялове са съответно 8.8 и 22.7%.

Местата за настаняване в област Пловдив и общините, реализираните нощувки и приходите от нощувки през **2018 г.** са както следва:

Област/Общини	Места за настаняване – бр.	Реализирани нощувки – бр.	Пренощували лица – бр.			Приходи от нощувки – лв.
			Общо	Българи	Чужденци	
Пловдив	212	1 069 414	529 946	396 136	133 810	50 958 677
<i>Асеновград</i>	21	35 646	16 890	15 069	1821	1 281 491
<i>Брезово</i>	2	3552	1253	1241	12	109 602
<i>Калояново</i>	2	12 868	7418	7063	355	631 210
<i>Карлово</i>	35	80 799	33 937	32 904	1033	2 350 689
<i>Кричим</i>	1	2488	2488	2488	-	36 328
<i>Куклен</i>	9	40 465	19 884	19 736	148	1 535 491
<i>Лъки</i>	4	2345	1358	1350	8	59 543
<i>Марица</i>	3	5873	2180	1824	356	195 860
<i>Перуцица</i>	7	7683	4303	4081	222	247 156
<i>Пловдив</i>	76	499 426	278 401	162975	115426	28 222 304
<i>Първомай</i>	6	4105	1592	1297	295	141 804
<i>Раковски</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Родопи</i>	13	51 308	30 279	26 533	3746	2 463 218
<i>Садово</i>	1	600	600	600	-	17 020
<i>Сопот</i>	6	8409	4909	4729	180	261 960
<i>Стамболийски</i>	2	809	260	260	-	23 171
<i>Съединение</i>	-	-	-	-	-	-
<i>Хисаря</i>	24	313 038	124 194	113986	10 208	13 381 830

Кадрово обезпечаване в сферата на туризма

Професионална подготовка и образование за различните професии, свързани с туризма, се предлагат в 11 професионални и профилирани гимназии, относително равномерно разпределени на територията на област Пловдив.

В областния център функционират 9 висши учебни заведения: Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“, Аграрен университет - Пловдив, Университет по хранителни технологии - Пловдив, Медицински университет - Пловдив, Технически университет – София, филиал Пловдив; Академия за музикално, танцово и изобразително изкуство - Пловдив, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив, Висше училище по сигурност и икономика – Пловдив, Европейско висше училище по икономика и мениджмънт – Пловдив, и множество научно-изследователски институти, като най-значимите от тях са в областта на селското стопанство и хранително-вкусовата промишленост.

Философско-историческият факултет на Пловдивския университет „Паисий Хилендарски“ приема студенти в бакалавърска програма „Културен туризъм“ от професионално направление “Социология, антропология и науки за културата”. Специалността има за задача да даде теоретични и практически познания за туризма и културата, за характера на културното наследство на България и Европа и тяхното използване като ресурс за устойчиво развитие. Програмата дава знания и умения за работа в областта на културния туризъм. Заедно с това се предлага и обучение по два чужди езика: английски и втори език по избор. С тази бакалавърска степен студентите придобиват широко профилна фундаментална подготовка на професионални, адаптивни и мобилни специалисти с теоретични знания, практически умения и компетенции за осъществяване на самостоятелна професионална работа и работа в екип в сферата на културния туризъм. Характерна особеност на учебния план е неговата практическа насоченост. Интегрална част от обучението са пътуващите семинари за изучаване на културното наследство на терен, практикумите за усвояване на умения и стажа за прилагане на придобитите компетенции в реална среда.

Пловдивският университет „Паисий Хилендарски“ приема студенти в магистърската програма: „Езиково осигуряване и културни дейности в туризма“ (със засилено изучаване на руски език/ английски език/ немски език/ френски език/ испански език/ италиански език/ китайски език). Програмата отделя специално

внимание на чуждоезиковата компетентност, без която в наши дни е невъзможна реализация в този икономически сектор. Целта на магистърската програма е да подготви висококвалифицирани и конкурентоспособни специалисти за туристическия отрасъл, който е един от най-проспериращите и най-перспективните за българската икономика.

В учебния план на специализация „Туризъм“ към Филологическия факултет на ПУ „Паисий Хилендарски“ са заложили курсове за сервитьори и бармани, готвачи, сладкари и хлебари, администратори, екскурзоводи, аниматори, мениджъри продажби в хотела, ресторанта и туристическата агенция, кетъринг, контрол на храни и напитки, сомелиери, туристически агенти, счетоводство и данъчно облагане, бизнес-администрация, психология на управлението, информационни технологии, етикет и протокол, online маркетинг и реклама, бизнес планиране и други. Завършилите биха могли да намерят реализация като екскурзоводи, аниматори, кореспонденти, сътрудници в туроператорски фирми и туристически агенции, в ресторантьорството и хотелиерската дейност, в административната дейност и рекламата.

Аграрен университет – Пловдив приема студенти в специалност „Аграрен туризъм“. В процеса на обучение студентите получават солидна подготовка по мениджмънт на туроператорската, агентската и транспортната дейност, мениджмънт на хотелиерската и ресторантьорската дейност, мениджмънт на аграрния (селския) туризъм и др.; стратегии за управление на аграрния и туристическия бизнес; технология на туристическото обслужване, управление на качеството; компютърни мрежи и информационни системи; работа с информационни и експертни системи; разработване на бизнес планове и управление на проекти.

Магистърският курс по „Управление на туризма“, включен в справочника на Аграрен университет – Пловдив, формира знания и умения за планиране, ръководене и координиране на туристическите дейности, научни изследвания в областта на туризма, консултантска дейност, управление на туристическите организации и ресурси.

Целта на магистърската програма „Екологичен туризъм“ на Аграрен университет - Пловдив е задълбочаване и специализиране на знанията в областта на общата теория на туризма и прилагането им в посока на развитие и управление на екотуристически дестинации, включително и обучение на кадри в сферата на

екологията и опазването на околната среда. На практика, при екологичният туризъм се осъществяват разнообразни видове туристическо природоползване, което изисква и определени знания и компетенции в тази област. Въпреки забележителните природни ресурси в България все още няма достатъчно развитие и популяризиране на изискванията на този вид туризъм, на начините на управление на туристическото природоползване и развитие на екотуристическата дестинация. Налице е и недостиг на висококвалифицирани кадри за обслужване на тези сфери, за компенсиране на което се явява и настоящият магистърски курс.

Съществено внимание в магистърската програма се обръща на специалните и специализиращите дисциплини, с което се цели изграждането на солидна теоретична подготовка по отношение на основните принципи на екологичния туризъм и свързаните с него интердисциплинарни проблеми, засягащи устойчивото развитие и устойчивия туризъм, недопускането на отрицателни изменения в природната среда, управлението на туристическото природоползване.

Специалност „Туризъм“ на Университет по хранителни технологии – Пловдив предлага на студентите възможност да получат икономически, управленски, инженерни, технологични и специфични професионални знания и умения и да се реализират конкурентно в областта на туристическата индустрия. Бакалавърът по туризъм е подготвен да планира, организира, ръководи и контролира основни дейности в туризма и отдиha.

Завършилите специалност “Туризъм” в Университет по хранителни технологии – Пловдив, с квалификационно наименование "Магистър по туризъм", са подготвени да изпълняват научно-изследователска и развойна, организационно-управленческа, производствено-технологична и преподавателска дейност. Придобитата професионална квалификация им дава възможност да работят в: туристическите обекти от системата на туризма, социалното и търговското хранене; научно-изследователска и консултантска дейност в областта на технологията, техниката, проектирането и организацията на туристическото обслужване в системата на храненето и туризма; образованието – висши учебни заведения, техникуми, колежи, школи и фирми за обучение на кадри за туризма и организираното хранене; служби, фирми и организации за контрол на качеството в специализираните лаборатории и в сферата на туризма и храненето.

Магистрите по туризъм се реализират като ръководители на предприятия и фирми от системата на туризма и храненето, научни работници, ръководители на звена за контрол и управление на качеството, ръководители и организатори (експерти) в министерства и ведомства, преподаватели във висши и средни учебни заведения, ръководители на колективи за разработване на нови продукти и технологии в туризма и храните.

За подготовка на кадри за туризма Висшето училище по агробизнес и развитие на регионите – Пловдив предлага специалността **„Икономика на туризма“** в рамките на бакалавърската си програма и специалността **„Икономика и управление на регионите със специализация туризъм“** - в магистърската си програма. Завършилите специалността **„Икономика на туризма“** могат да се реализират като ръководни и експертни кадри във фирмите от туристическата индустрия – туроператорски, туристически агенции, хотелиерски, ресторантьорски и за допълнителни туристически услуги. В специалността **„Икономика и управление на регионите със специализация туризъм“** се подготвят широкопрофилни и висококвалифицирани изпълнителски и ръководни кадри в отрасъл **„Туризъм“**, притежаващи знания, умения и компетенции за работа в отделните сектори на туристическата индустрия на регионите, в съответствие със съвременните изисквания на българската и чуждестранна туристическа практика. Специалността дава шанс на дипломираните специалисти да организират собствен бизнес в областта на атрактивни туристически услуги, предимно за чуждестранни гости.

Европейското висше училище по икономика и мениджмънт в Пловдив предлага на студентите обучение по **„Мениджмънт в туризма“** /образователно–квалификационна степен „бакалавър“/, насочено към развитие на новаторско мислене и креативност при решаване на практически задачи, и прилагане на познанията в съвременната бизнес среда. Бъдещите специалисти са добре подготвени за набиране и обработка на информация и вземане на решения, практически умения за разработване и управление на проекти, реализиране на бизнес планове и управление на собствен бизнес в туризма.

От учебна 2019/2020 г. Висше училище по сигурност и икономика – Пловдив предлага 3 нови специалности за ОКС **„Магистър“** в професионално направление

Администрация и управление“: **„Мениджмънт на хотелиерството и ресторантьорството“, „Управление на алтернативните видове туризъм“ и „Мениджмънт на балнео- и СПА туризма“.**

III. АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО ЗА РАЗВИТИЕТО НА ТУРИЗМА ПО ОБЩИНИ В ОБЛАСТ ПЛОВДИВ (обобщение)

За проучването на актуалното състояние на ресурсите и предпоставките за развитието на туризма в област Пловдив е конструирана разгърнатата матрица с конкретни показатели, която представя оценъчен анализ с фокус върху пространственото адресиране на идентифицираните потенциали, източници за развитие, както и върху факторите и проблемите, които ограничават възможностите за „капитализиране“ на предимствата в областта на туризма на територията на общините в област Пловдив (*вж. Приложение 1 към настоящата Стратегия*).

Чрез метода на SWOT анализа на състоянието за развитието на туризма в област Пловдив се извеждат заключенията и изводите от обстоятелствения етап, който фактически осигурява логическата и функционална връзка между аналитичната и стратегическата част на Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив за периода 2019-2024 г.

ОБЩИНА АСЕНОВГРАД

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма

Силни страни

1. Най-голямата в България концентрация на култови места.
2. Природни ресурси – защитени територии, природни феномени, специфични пейзажи.
3. Общината заема стратегическо място в националната и европейска мрежа от културни маршрути. Тук е най-голямата манастирска агломерация в Родопите по трансбалканския културен коридор от Вия Игнация, през България до Румънските манастири – най-близко разположена до европейския православен коридор Вия Игнация.
4. Исторически вход към Родопите – историческа връзка между Тракия и Беломорието.

5. Културно-историческото наследство на общината е органично свързано с уникални природни дадености, което е признато основно конкурентно качество на българския туристически продукт.

6. Културно-природният ресурс на общината е свързан с други видове ценности: специфично земеползване, етнографски и фолклорни ценности, уникална празнично-обредна система, традиционно винопроизводство с уникални за Европа сортове вина в един от ключовите винарски райони в България, специфична месна кухня и др.

7. Най-голямата в България концентрация на християнски свети места, създаваща предпоставка за развитието на поклоннически туризъм

Слаби страни:

1. Липсва туристическа инфраструктура около значимите обекти или ако съществува, не е в добро състояние.

2. Не е достатъчно взаимодействието между официалните институции и частната инициатива за интегрирано опазване и използване на ресурсите на територията, за стимулиране на частни инициативи и инвестиции.

3. Ценното природно и културно наследство е недостатъчно познато на вътрешния и международния пазар.

4. Територии и селища с голям туристически потенциал са много изостанали, с нисък жизнен стандарт.

5. Ценният културен потенциал на региона е неефективно използван – някои обекти привличат силен туристически интерес, докато други са недостатъчно известни и пренебрегвани от туристите.

Заплахи:

1. Съществуват известни рискове, свързани с лоши климатични условия и природни бедствия, които силно и продължително могат да въздействат върху туризма.

2. Съществува силна конкуренция от райони, намиращи се в близост до общината, и от други райони на България, предлагащи сходни туристически продукти.

Възможности:

1. Привличане на интерес от страна на компании от туристическия бизнес (национални и международни).

2. Увеличаване на туристическия поток и реализация на нощувки на територията на общината.

3. Изграждане и организиране на нови обекти за ловен, екотуризъм и за почивно дело, като се използва потенциалът на населените места в общината.

4. Привличане на потребители на конферентен туризъм, интегриран с културен и екотуризъм

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в община Асеновград

Да се създаде и поддържа разпознаваем имидж на района като висококачествена туристическа дестинация с устойчиво развитие на всички природни, археологически, исторически, артистични и икономически ресурси.

Да се работи за създаване на трансрегионални туристически продукти в партньорство с други общини и създаване на туристически пакети с побратимените градове.

Да се популяризира устойчивото развитие на регионалното историческо и културно наследство, както и на физическите и природни ресурси, които осигуряват туристическото развитие на района.

Да се търси висока удовлетвореност на туристите (български и чуждестранни), като това следва да произтича от досега с уникални артефакти, културно-исторически обекти, монументи, паметници, както и от красивата природа и природни забележителности на района.

Да се търси усвояването на алтернативни източници на средства по европейски и национални програми и проекти, с които да се осигурят средства за ремонтни дейности, модернизация и благоустройство на туристическата инфраструктура на културно-историческите обекти, природни феномени и тракийските светилища.

Да се създаде общ туристически продукт с Тракийски туристически район, който да се популяризира и рекламира и да излезе на туристическия пазар.

ОБЩИНА БРЕЗОВО

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в общината

Природните дадености, чистият въздух и вода, зелените гори и богатото историческо наследство създават условия за развитие на различни видове туризъм.

Целта на общинското ръководство е да направи общината желана туристическа дестинация на българи и чужденци.

Сърнена Средна гора предлага живописни туристически маршрути за любителите на пешеходния и екстремн туризъм. Младежкият туристически екоотряд организира различни екокампании, форуми и акции за съхранение на биоразнообразието и чистотата на района.

На територията на общината има 82 язовира с обща повърхност над 7000 дка, които предлагат отлични условия за развитие на водни спортове. Двете хижи – „Братан“ и „Свежен“, осигуряват условия за развитие на конния и ловен туризъм, а живописните планински и предпланински села – условия за отдих и развитие на селски туризъм

Община Брезово работи по реализацията на множество проекти. Тяхната цел е развитието на инфраструктурата, индустрията, услугите, земеделието, животновъдството, образованието, културата и туризма. Тя предлага атрактивни възможности за инвестиции в областта на спорта, отдиха и туризма. За получаване на дълготрайни резултати е необходимо да се работи по напредъка на община Брезово за обособяването ѝ в туристическа дестинация с подобряване на транспортната и туристическата инфраструктура, със създаване на заетост в сектора и популяризиране на забележителностите чрез широк достъп.

ОБЩИНА КАЛОЯНОВО

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни

- ✓ Важно географско разположение;
- ✓ Благоприятни климатични условия за развитие на селско стопанство и туризъм;
- ✓ Наличие на минерални извори;
- ✓ Висок процент на слънчеви дни;
- ✓ Праисторически тракийски обекти, подходящи за развитие на туризма;
- ✓ Капацитет за усвояване на средства и управление на проекти от Оперативните програми и Програмата за развитие на селските райони;

- ✓ Изградена телекомуникационна и пощенска мрежа;
- ✓ Наличие на оптичен кабел;
- ✓ Добри параметри на основните компоненти на околната среда;
- ✓ Липса на сериозни източници на замърсяване;
- ✓ Наличие на богата флора и фауна и защитени територии.

Слаби страни

- ✓ Неразработени туристически ресурси;
- ✓ Легловата база е слабо развита, като само 6,9% от наличната е използвана за реализиране на нощувки;
- ✓ Туристическите забележителности на общината се посещават от туристи, които нощуват на територията на съседната община Хисаря или в Пловдив;
- ✓ Неразвит НПО сектор;
- ✓ Ограничени финансови средства за дейности в образованието, културата и спорта;
- ✓ Слаба инициативност на населението и особено на младото поколение;
- ✓ Недоизградена улична мрежа и лошо състояние на съществуващата;
- ✓ Затруднено транспортно обслужване на отдалечените села;
- ✓ Амортизирана водопроводна мрежа;
- ✓ Липса на канализация в по-малките населени места;
- ✓ Липса на пречиствателни станции за населените места и в голяма част от предприятията;
- ✓ Недостиг на финансови средства за екологични дейности.

Възможности

- ✓ Развитие на туризма в подходящи форми: религиозен, културен, спортен, селски, винен, опознавателен;
- ✓ Участие в национални и международни програми с проекти в областта на природните дадености и ресурси;
- ✓ Благоприятна данъчна политика;
- ✓ Увеличаване на бюджетните средства за капиталови разходи;
- ✓ Привличане на външни инвеститори;

- ✓ Използване на съвременни технологии в телекомуникациите (цифровизация, качествен интернет, модерни мобилни комуникации).
- ✓ Предизвикателство за общинската администрация и туристическия бизнес

Заплахи

- ✓ Неблагоприятни промени в климатичните фактори;
- ✓ Посегателства върху природните дадености;
- ✓ Замърсяване на околната среда;
- ✓ Влошаване на демографските характеристики;
- ✓ Намаляване на бюджетните средства за дейности в туристическата сфера;
- ✓ Нарастване на конкуренцията на съседни общини, големи градове, региони по отношение на кадри, средства, заетост, инвестиции и др.;
- ✓ Природни бедствия и аварии.

ОБЩИНА КАРЛОВО

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни

- Ресурсите за развитие на туризма в община Карлово съчетават разнообразие от уникална природа, съхранено културно-историческо наследство, характерни за планината традиции и практики, традиционно земеползване, привлекателни природни ландшафти и благоприятен климат,
- Благоприятното географско положение на общината предоставя възможности за лесен достъп на посетители и туристи. Тя е в центъра на България, близо до големи градове, като София, Пловдив и Стара Загора, и до градове с богато и уникално културно-историческо наследство (Габрово, Казанлък, Хисаря, Велико Търново).
- Съществуващата обща инфраструктура – пътища, комуникации, електроснабдяване, водоснабдяване е добре развита. Създадени са информационни туристически центрове.
- Наличните туристически маршрути се поддържат и използват.

- Основната туристическа инфраструктура в населените места предоставя места за настаняване и хранене на туристите. Едновременно с това съществуват условия за активен спорт и разнообразяване на свободното време – минерални басейни, игрища за футбол и баскетбол, тенис кортове, зали за фитнес и др.
- Съществуващите туристически сдружения и създаденият консултативен съвет за туристическо развитие към Кмета на общината подпомагат разработването на програми за развитие на туризма според изискванията на Закона за туризма.

Слаби страни

- Не са използвани всички възможности на културните ресурси за включване в туристически продукти, в смисъл че не са социализирани и интерпретирани.
- Общата инфраструктура в региона се нуждае от подобряване и от по-добро поддържан – водоснабдяване и канализация, улично осветление, управление на отпадъците, пътища между населените места и др. Туристическата информационна инфраструктура в населените места и между населените места трябва да бъде развивана.
- Маркетингът и рекламата на община Карлово не са достатъчно организирани и координирани и не се осъществяват системно, целенасочено и ефективно.
- Слаба страна на човешките ресурси е липсата на достатъчна информираност и разбиране за същността на устойчивия туризъм. Професионалната квалификация на предприемачите, уменията и нагласите за обслужване на туристите, както и чуждоезиковите умения се нуждаят от развитие.
- В областта на бизнеса липсват традиции във взаимодействията и партньорствата. Тази слаба страна характеризира и водещото взаимодействие между институциите и неправителствените организации.
- Слаба страна на съществуващите туристически продукти е недостатъчното количество и качество на специализирани интерпретативни програми, които отразяват съвременните тенденции на предлагане на информация и преживявания.
- Част от базата за настаняване на туристи се нуждае от подновяване и осъвременяване.

- Институционалното ниво на развитие на устойчивия туризъм се нуждае от развитие на местния и регионалния професионален капацитет за управление на промените в туристическото развитие, а там, където няма такива институции – и от създаване на такива.

Възможности

- Съществуващите природни и културни ресурси са основа за разработване на много потенциални туристически атракции и нови туристически продукти.
- Наличието на цялостна държавна политика за управление на околната среда, наличието на Национална програма за териториално развитие, на национални стратегии за икономическо развитие и провеждащата се децентрализация и реформа на местното управление повишават възможностите за развитие на политики на местно и регионално ниво в областта на управлението на устойчивия туризъм
- През последните години туризмът в България е във възход. Тази обща тенденция създава цялостна среда за развитието и маркетинга на специфичните туристически продукти на устойчивия туризъм, основаващ се на природните атракции. Разширяването на пазара изисква разнообразяване на продукта и по този начин създава благоприятни условия – търсенето стимулира предлагането.
- Международните тенденции в развитието на туризма са благоприятни за предлагането на продукти на устойчивия туризъм - Инициативата за обявяване на Международна година на екотуризма и легитимирането на тази индустрия, произтичащо от Квебекската декларация (2002 г.), дават мощен тласък за развитието на устойчив туризъм в международен план.
- Развитие на различни форми на туризма (планински, екологичен, зимен, селски, балнеотуризм, екстрем) и подобряване на туристическия продукт;
- Стимулиране на местното предприемачество;
- Повишаване на образованието и квалификацията на участниците в туристическия процес, създаване на заетост.

Заплахи

- Глобалните промени в климата, замърсяването на въздуха и водите, изсичането на горите, браконьерството, иманярството могат да предизвикат сериозни промени в ресурсите за развитие на устойчивия туризъм
- Съществена заплаха е неразбирането на необходимостта от опазване на природното и културното наследство от страна на местната общност, което би довело до осезателно намаляване на възможностите за развитие на устойчиви туристически форми.
- Потенциална заплаха са големите инфраструктурни проекти в региона, които също могат да увредят ресурсите, както и тенденцията за изграждане на големи туристически обекти, които има опасност да сменят профила на туристическата индустрия в региона.
- Липса на проучвания за „поемния“ капацитет на туристическите места /ресурсни центрове/ и за границата на допустимата промяна на обкръжаваща природна и екологична среда, на обществения, културния и икономическия живот в общината.

ОБЩИНА КРИЧИМ

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> • Важно географско разположение; • Благоприятни климатични условия; • Богати горски ресурси; • Подходящи за земеделие почви; • Наличие на минерални извори; • Висок процент на слънчеви дни; • Богата флора и фауна; • Опит и традиции в растениевъдството и животновъдството; • Богато културно- историческо наследство, подходящо за развитие на туризма; • Капацитет за усвояване на средства и управление на проекти от Оперативните 	<ul style="list-style-type: none"> • Неравномерни валежи; • Бедни полезни изкопаеми (само инертни материали); • Разпокъсаност на собствеността върху земята; • Липса на организирани пазари, борси, изкупвателни пунктове; • Недостиг на квалифицирани кадри за икономиката; • Ниска конкурентоспособност на местните

<p>програми и Програмата за развитие на селските райони;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изградена телекомуникационна и пощенска мрежа; • Добри параметри на основните компоненти на околната среда; • Липса на сериозни източници на замърсяване; • Наличие на богата флора и фауна и защитени територии. 	<p>продукти от хранително-вкусовата и дървообработвателната промишленост;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ограничени пазари; • Липса на местни структури, подпомагащи бизнеса; • Неразработени туристически ресурси; • Ниски доходи; • Ограничени възможности за трудова реализация; • Висока миграция към гр. Пловдив, столицата и чужбина; • Неразвит НПО сектор; • Неразвит масов спорт и отдих; • Слаба инициативност на населението и особено на младото поколение; • Липса на система за контрол на състоянието на компонентите на околната среда; • Недостиг на финансови средства за екологични дейности.
<p>Възможности</p>	<p>Заплахи</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Развитие на екологично земеделие и екологични производства; • Развитие на туризма в подходящи форми; • Разработване на алтернативни енергийни източници; • Участие в национални и международни програми с проекти в областта на природните дадености и ресурси; • Внедряване на високотехнологични производства и иновационни продукти; • Достъп до нови пазари; • Усвояване на средства от фондовете на ЕС 	<ul style="list-style-type: none"> • Неблагоприятни промени в климатичните фактори; • Природни бедствия; • Посегателства върху природните дадености; • Замърсяване на околната среда; • Влошаване на демографските характеристики; • Промени в климатичните фактори; • „Сивата икономика“; • Засилване на конкуренцията от фирми от съседни региони и страни;

<p>и други донорски програми;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на кредитния ресурс в банковия сектор и разнообразяване на услугите; • Благоприятна данъчна политика; • Адекватна нормативна уредба и процедури по административното обслужване на бизнеса; • Участие в национални и международни програми и проекти; • Увеличаване на бюджетните средства за капиталови разходи; • Привличане на външни инвеститори; • Газификация и използване на възобновяеми енергийни източници; • Използване на съвременни технологии в телекомуникациите (цифровизация, качествен интернет, модерни мобилни комуникации); • Развитие на жп транспорта. 	<ul style="list-style-type: none"> • „Миграция“ на производства към райони с по-ниски разходи; • Нарастване на емиграцията след членството в ЕС; • Нарастване на конкуренцията на съседни общини, големи градове, региони и чужди страни по отношение на кадри, средства, заетост, инвестиции и др.; • Природни бедствия и аварии.
---	--

ОБЩИНА КУКЛЕН

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни:

1. Присъствие върху част от територията на общината на лесопарк „Родопи“ – висококачествен природен ресурс с потенциал за развитие на туризма в Пловдивска област;
2. Манастирът „Св. св. Козма и Дамян“ е една от емблематичните културни забележителности в региона;
3. Благоприятни физико-географски условия и съхранена природа. Лесопарк „Родопи“ – висококачествен природен ресурс върху част от територията на общината;
4. Наличие на защитени зони и богато биоразнообразие;
5. Изградена система за организирано сметосъбиране във всички населени места в общината и въведено разделно събиране;

6. Липса на източници на наднормен шум и завишена радиационна обстановка и йонизиращи лъчения.

Слаби страни:

1. Неизградена вътрешнообщинска пътна мрежа между общинския център и съставните села, както и на общинската и локална мрежа в лесопарк „Родопи“;

2. Липса на осигуреност с достатъчни количества питейна вода за лесопарк „Родопи“ от основния източник – водохващане на река Пепелаша;

3. Наличие на значими индустриални замърсители на компонентите на околната среда;

4. Високо ниво на депониране на различни видове отпадъци, включително биоразградими;

5. Запрашеност на въздуха с частици от тежки метали;

6. Частично изградена канализация и липса на ПСОВ;

7. Лошо състояние на елементите на техническата инфраструктура;

8. Твърдите горива – основен източник на енергия в общината;

9. Липса на одобрен кадастрален план;

10. Липса на собствени финансови средства за съфинансиране на големи екологични проекти.

Възможности:

1. Увеличаване на интереса на туроператорски фирми да формират туристопоток към територията на община Куклен;

2. Интерес на частния сектор към създаване, участие, управление и финансиране, съвместно с община Куклен, на сдружение с нестопанска цел „Лесопарк Родопи“;

3. Разширяване и доизграждане на ВиК инфраструктурата;

4. Използване на нови технологии за възстановяването на екологичното равновесие и за третирането и оползотворяването на отпадъците;

5. Увеличаване на зелените системи и залесителни мероприятия;

6. Въвеждане на нови и интерактивни форми на екологично образование и обучение;

7. Повишаване на информираността за промяна на обществените нагласи в подкрепа на усилията за опазване на околната среда;

8. Усъвършенстване на партньорството с НПО, бизнеса и други общини при подготовка и реализиране на съвместни екологични проекти;

9. Използване на финансови инструменти на ЕС за решаване на проблемите, свързани с опазването на околната среда.

Заплахи:

1. Липса на интерес от страна на други общини към създаване, участие, управление и финансиране, съвместно с община Куклен, на сдружение с нестопанска цел „Лесопарк Родопи“.

2. Глобално изменение на климата, водещо до изместване на климатичните зони и пораждање на ресурсни проблеми;

3. Увеличение на разхода за управление на отпадъците и необходимостта от повишаване на такса „Битови отпадъци“;

4. Незаконна сеч и браконьерство в горите;

5. Риск от горски пожари и природни бедствия;

6. Нарастването на енергийните нужди може да доведе до неекологосъобразни решения;

7. Увеличаване на използването на твърди горива;

8. Недостатъчна държавна подкрепа към местната власт за изпълнение на законовите задължения в сферата на опазването на околната среда.

ОБЩИНА ЛЪКИ

SWOT анализ на ресурси и предпоставки за развитие на туризма:

Силни страни:

- Благоприятното географско разположение, поставящо общината в близост до Националния курорт Пампорово, Бачковски манастир и балнеоложки център Баните;
- Налице са съхранени природни феномени и ресурси с висока степен на значимост както за България, така и за Европа;
- Туризмът е основен приоритет за развитието на община Лъки, благодарение на който се повишава БВП на общината;

- На територията на община Лъки е разположен манастирският комплекс „Света Троица“ – Кръстова гора“;
- Модерната ловна база на ДЛС „Кормисош“ е посещавана от много български и чуждестранни гости;
- На територията на общината осъществява своята дейност „Възстановителен център – Лъки“ ЕООД, който вече има своите утвърдени посетители;
- Значителен брой местни предприемачи, вече с придобити умения, предлагат услуги на туристи;
- Родопчани са известни с традиционното си гостоприемство и с уменията си да предлагат местни специалитети.

Слаби страни:

- Не е организирана система за интерпретация на природното и културно наследство. Всички ресурси не са обединени в единен туристически продукт;
- Не е изградена туристическа и инженерна инфраструктура (паркинги, атракциони, културни и кулинарни занимания, клубове);
- Селищата с туристически потенциал нямат туристически облик;
- Предприемачите и директните доставчици на услуги се нуждаят от развитие на уменията си както в сферата на управление на бизнеса, така и по отношение на професионалното гостоприемство;
- Не е изградена система за партньорство между предприемачите в различните населени места;
- Инвеститорският интерес все още не се е фокусирал върху нови допълнителни услуги и атракции в региона. Първите стъпки се правят сега;
- Не е разработена информационна и институционална система за обслужване на туризма;
- Недостатъчна национална и международна реклама;
- Неутвърден туристически продукт за повечето предприемачи.

Възможности:

Дестинация община Лъки дава възможност за развитие на туризъм, основан на интересите към природните забележителности, флората и фауната, екстремните преживявания, долекуване и рехабилитация, религиозните потребности и обектите на културно-историческото наследство. Туризмът е фактор за създаване на работни места за местното население, както и стимул в предлагането на услуги, съпътстващи развитието на туризма. Адекватните форми на туризъм в общината съхраняват местните бит и култура, както и местните занаяти.

Заплахи:

- Трудно поддържаната трето- и четвъртокласна пътна мрежа затруднява достъпа до някои от селищата с бази за настаняване на туристи;
- Липса на изградени водоснабдителни и канализационни мрежи в малките населени места;
- Съществува силна конкуренция от райони, намиращи се в близост до общината, предлагащи сходни и утвърдени туристически продукти.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в община Лъки

1. Поклоннически туризъм:

- включване на информация в националните религиозни маршрути; тематичен религиозен маршрут; изграждане на взаимосвързани тематични маршрути със съседните общини.

2. Екотуризъм:

- анимиране на местната флора и фауна с опознавателна цел; разработване на интегрирана карта на екопътеките, маршрутите и тематичните пътеки;

- създаване на интересни маршрути за различен вид посетители, маркировка на маршрутите, използване на европейската система за маркировка;

- Разработване на Зелени училища в някои от категоризираните туристически обекти;

- Създаване на тематични празници и фестивали, ангажиране на местни инструменталисти и изпълнители за представяне на местния фолклор като атракция на туристическата дейност;

- Създаване на възможности за планински велосипедизъм.

ОБЩИНА „МАРИЦА“

SWOT анализ на ресурси и предпоставки за развитие на туризма:

Силни страни	Слаби страни
<p>1. Добро географско и транспортно положение на общината;</p> <p>2. Наличие на защитени зони и територии по НАТУРА 2000;</p> <p>3. Сравнително съхранена флора и фауна (наличие на защитени видове и лечебни растения);</p> <p>4. Богатство на водни ресурси – реки, водоеми и рибарници и добра обезпеченост с повърхностни и подземни водни ресурси;</p> <p>5. Устойчиви демографски показатели през последните 10 години;</p> <p>6. Добро образователно и ниво на активното население;</p> <p>7. Съхранени читалища – културни центрове;</p> <p>8. Активна местна власт;</p> <p>9. Активно население и сектори на територията на общината;</p> <p>10. Дейността в производствените зони не представлява заплаха за качеството на компонентите на природната среда;</p> <p>11. Работещо публично-частно партньорство;</p> <p>12. Наличие на големи села, действащи като вторични центрове;</p> <p>13. Богато културно-историческо наследство – съхранени етнография, фолклор, традиции;</p>	<p>1. Ниска степен на оползотворяване на природните ресурси, трудности в управлението и поддържането им;</p> <p>2. Проявление на неблагоприятни климатични явления;</p> <p>3. Слаба степен на рекламиране и позициониране на местната идентичност, културни и исторически обекти и паметници;</p> <p>4. Остаряла техника и оборудване и частично амортизиран сграден фонд в много от културно-просветните институции;</p> <p>5. Ограничени възможности за финансиране на дейности във връзка с провеждането на археологически проучвания, обогатяване на историческата памет и съхраняване на културно-историческото наследство;</p> <p>6. Слаба степен на експлоатация на разполагаемите ресурси в туризма;</p> <p>7. Липса на атракции и туристическа посетителска инфраструктура;</p> <p>8. Липса на достатъчно места за настаняване и развлечения.</p>

<p>14. Наличие на активна културно-просветна дейност от страна на читалищата – множество фолклорни, певчевски и танцови групи, осигуряване на младежки занимания, активна дейност на клуба на пенсионера;</p> <p>15.Ежегодно провеждане на значими за общността събития и фестивали.</p>	
<p>Възможности</p>	<p>Заплахи</p>
<p>1. Финансово подпомагане на дейностите, свързани със съхранението и подобряване състоянието на природните ресурси;</p> <p>2. Поддържането на местообитанията на защитените видове и екосистемните функции в защитените територии;</p> <p>3. Валоризация на природните забележителности;</p> <p>4. Разширяване на озеленените територии в населените места;</p> <p>5. Повишаване степента на защита от неблагоприятни последици в резултат от климатичните изменения;</p> <p>Повишено търсене на културно-исторически и селски туризъм;</p> <p>6. Развитие и използване на естествения биологичен ресурс;</p> <p>7. Осигуряване на финансиране за предприятията, насочени към подобряване качеството на работните места, иновациите и квалификацията и уменията на заетите и др.;</p> <p>8. Използване на възможностите за развитие на туристически дейности във връзка с „Музей на открито Малтепе“, вкл. периферни туристически услуги с разнообразни доставчици на местни продукти;</p> <p>9. Изработване на стратегия за развитие на културното наследство;</p> <p>10. Повишаване степента на финансово</p>	<p>1. Неблагоприятни последици за природния пейзаж, вследствие реализацията на инфраструктурни проекти;</p> <p>2. Отрицателни последици върху почви, води и биоразнообразие, резултат от целенасочената човешка дейност;</p> <p>3. Недостатъчна степен на защита от природни бедствия;</p> <p>4. Слаба активност на природозащитни и екологични организации;</p> <p>5. Прекалена експлоатация на земеделските земи;</p> <p>6. Увеличаване на замърсяването в следствие на интензивно земеделие, производствени дейности, транспорт и туризъм;</p> <p>7. Глобалната промяна на климата, попадане на страната в зона на засушаване и рискове, свързани с природни бедствия;</p> <p>8. Не достатъчно изграден капацитет за усвояване на средства по европейските програми;</p> <p>9.Засилен конкурентен натиск на вътрешния пазар и свиване на производството;</p> <p>10.Засилване миграционните процеси в групата на младежите с висок образователен ценз и професионална квалификация;</p>

<p>подпомагане от национални и европейски източници;</p> <p>11. Разширяване местния капацитет от структури за развитие на младежките дейности;</p> <p>12. Развитие потенциала на културно-историческото наследство и валоризацията му посредством туризма.</p>	<p>11. Продължаващ ефект на икономическата криза в останалите страни-членки на ЕС, които са основни търговски партньори в стокообмена със стоки на аграрния;</p> <p>12. Липса на политика за обвързване на културното и историческо наследство с туризма и с образованието.</p>
--	---

ОБЩИНА ПЕРУЩИЦА

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни

- Разположение на общината в непосредствена близост до гр. Пловдив и добри и лесни транспортни и комуникационни връзки с нея;
- Наличие на чиста природа и богато културно-историческо наследство;
- Добри условия за развитие на лозаро-винарство, овощарство и зеленчукопроизводство;
- Наличие на чиста околна среда;
- 100% водоснабденост на населението в общината;

Слаби страни

- Отрицателни стойности на естествения и механичния прираст на населението, което води до намаляване на демографския потенциал на общината, а това играе ролята на ограничаващ фактор за бъдещото ѝ социално-икономическо развитие;
- Липса на чуждестранни инвестиции;
- Липса на адекватно пречистване на отпадъчните води. Липса на пречиствателна станция;
- Липса на инициативност и предприемачество в младите хора, ограничени финансови ресурси;
- Липса на достатъчно и качествени публично-частни партньорства, механизми и реални обмени на добри практики, диалог с гражданите и нестопанските организации;

- Липса на предприятия със структуроопределящо местно или национално значение;
- Ниски доходи, водещи до свиване на местния пазар и намаляване на покупателната способност на населението;
- Висок дял на населението с нисък образователен ценз;
- Висока безработица.

Възможности

- Използване на Структурните фондове и Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони за развитие на територията;
- Възможност за развитие на модерно лозаро-винарство и овощарство;
- Възможност за развитие на зеленчукопроизводство;
- Възможност за внедряване на нови технологии в селското стопанство и за развитие на устойчиво земеделие;
- Възможности за развитие на туризъм с комбиниране на туристически пакети със съседни общини;
- Разширяване на производството в съществуващите предприятия от преработващата промишленост – по-нататъшно обвързване между земеделски и преработвателни фирми.

Заплахи

- Продължаващ процес на намаляване на броя на населението и общината, водещ до стесняване на икономическия потенциал;
- Висок дял на население с нисък образователен ценз;
- Недостатъчно средства за реализация на екологични и инфраструктурни проекти;
- Липса на облекчения и консултации при започване на бизнес – регистрации, данъци, първоначално финансиране;
- Липса на капацитет за стартиране и развитие на устойчив бизнес;
- Липса на достатъчен финансов ресурс сред предприемачите;
- Непознаване на финансовите схеми и инструменти за подпомагане на бизнеса;
- Липса на мотивация и активност на гражданите.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в общината

iLoveBulgaria е новата интерактивна платформа на България, предоставяща информация както за забележителностите на държавата, така и за специалните предложения на местните стопанства, фирми и организации. Мобилното приложение iLoveBulgaria предлага на гражданите и туристите неповторимо клиентско преживяване посредством атрактивни оферти и разнообразни програми за лоялност.

Община Перушица сключи договор с iLoveBulgaria за популяризиране на дестинация Перушица.

Визията на община Перушица – привлекателно място за бизнес, инвестиции и живот със съхранена природа, културни ценности и развит туризъм. Биологичното разнообразие и уникалното културно-историческо наследство могат да превърнат град Перушица в притегателен център за развитие на вътрешен и международен туризъм.

ОБЩИНА ПЛОВДИВ

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> • Високо ниво на достъпност от главните целеви пазари; • Високо ниво на развитие на транспортните структури до града; • Наличие на модерно международно летище; • Наличие на нискобюджетни полети от значими генериращи пазари; • Мек и сравнително топъл климат; • Съвременна хотелска база; 	<ul style="list-style-type: none"> • Ниско ниво на достъпност от Северна България; • Ниско ниво на достъпност до туристическите атракции за хора с увреждания; • Неравномерно разпределена хотелска база; • Ниска конкурентоспособност в сравнение с главните конкуренти по приоритетните видове туризъм (София, Варна, Велико Търново и

<ul style="list-style-type: none"> • Разнообразни заведения за хранене и развлечения; • Огромен потенциал на културните и творчески ресурси; • Развита база за бизнес, спортен, винен & гурме, уикендов/шопинг/градски туризъм; • Развита сателитна на туризма лека промишленост; • Положителен образ на дестинацията; • Лоялност към дестинацията; • Туризмът е третиран като приоритет за развитие от страна на Община Пловдив; • Наличие на високопрофесионален отдел „Маркетинг и реклама“ към ОИ „Старинен Пловдив“ с два ТИЦ-а; • Висока ангажираност на Община Пловдив в създаването на ресурсна база за културния, спортния и събитийните видове туризъм; • Висока степен на реалистично стратегическо планиране на дейностите на Община Пловдив в сферата на туризма; • Традиции в приоритетните видове туризъм (културен, бизнес, спортен, винен & гурме, 	<p>т.н.);</p> <ul style="list-style-type: none"> • Липса на бранд за туризъм; • Ниско ниво на усъвършенстваност на туристическите продукти за Пловдив, предлагани от туроператорите; • Ниско ниво на използване на ресурсите за приоритетните видове туризъм; • Ниско ниво на партньорство между заинтересованите страни при формирането на продукти за приоритетните видове туризъм; • Липса на политика и стандарти при представяне на Пловдив като туристическа дестинация в пространството на социалните мрежи и международните туристически портали; • Ниска подготвеност на града за самостоятелни/индивидуални туристи както от страната, така и от чужбина; • Незадоволително използване на възможностите на публично-частните партньорства; • Неизяснени правни статuti на собственост на множество ресурси за културен туризъм; • Неспособност на Община Пловдив да наложи стандарти на качество на основните ресурси за развитието на туризма – културно-
--	---

<p>уикендов/градски);</p> <ul style="list-style-type: none"> Наличие на здрави партньорства между общинските, професионалните и частните организации за туризъм; Прогресивна политика на отдел Маркетинг и реклама“ към ОИ „Старинен Пловдив“ за представянето на града на международни и национални борси за туризъм. 	<p>исторически обекти, градска среда, обслужване, чистота и т.н.;</p> <ul style="list-style-type: none"> Остаряла визия за развитие на масов групов туризъм, а не на туризъм на индивидуалните изживявания; Ниска технологична обезпеченост за индивидуални туристи (приложения за мобилни телефони, безплатни Wi-Fi зони); Недостатъчно финансиране на маркетинговите дейности в туризма за управление на дестинацията.
--	---

Възможности	Заплахи
<ul style="list-style-type: none"> Промяна на визията за развитието на туризма в Пловдив от туризъм на услугите към туризъм на изживяванията; Създаване на висококонкурентен европейски туристически „Бранд Пловдив“; Пълно използване на потенциала за развитие на приоритетните видове туризъм; Увеличаване на партньорските връзки между главните заинтересовани страни при образуването на качествени туристически продукти; Увеличаване на географския 	<ul style="list-style-type: none"> Продължаващ спад на културната ангажираност от страна на българския туристически пазар; Икономическа и финансова криза в основните генериращи и целеви пазари; Липса на финансиране на заложените мерки за маркетинг на дестинацията; Проблеми във финансирането на заложените в ОПР мерки за изграждане на нови и подобряване на съществуващите туристически атракции; Липса на заинтересованост на партньорите при образуването на

<p>обхват на приоритетните видове туризъм в ТР „Тракия“ и извън него;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на партньорствата с всички доставчици на качествени туристически услуги; • Увеличаване на възможностите за финансиране на целенасочени маркетингови дейности; • Възможности за развитие на нишови видове туризъм като допълнение на основните приоритетни видове туризъм: сватбен, религиозно-поклоннически, доброволчески, и др.; • Повишаване на конкурентоспособността за управление на дестинацията; • Увеличаване на технологическата обезпеченост на туристическите продукти; • Подобряване на информационната архитектура на града с цел обслужване на неорганизиранни индивидуални туристи; • Увеличаване на качеството и налагане на стандарти за естетизация на градската културна среда; • Увеличаване на материалната база за културен, събитийен, спортен, и др. видове туризъм. 	<p>качествен туристически продукт;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изтичане на висококвалифицираните кадри както от администрацията, така и от частния сектор; • Висок конкурентен натиск от страна на други български дестинации: София, Варна, Велико Търново; • Висок конкурентен натиск от страна на международните дестинации: Истанбул, Солун, Охрид; • Продължаване на детериорацията (влошаване) на природните дадености на града; • Продължаване на тенденциите за липса на контрол в естетизацията на градската среда; • Неспособност за адаптация към най-иновативните методи и технологии при маркетингане на дестинацията; • Късен старт на ОУТР „Тракия“ (функционира от края на 2018 г.) поради забавяне на официалното райониране на България; • Недостатъчна подкрепа от страна на държавните органи при рекламата и промоцията на Пловдив като туристическа дестинация.
--	--

ОБЩИНА ПЪРВОМАЙ

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни:

1. Много добри природни дадености – разнообразен релеф, гори, красиви пейзажи, защитени територии, съхранено биологично разнообразие;
2. Безопасни планински маршрути, съчетани с водни площи подходящи за седмичен отдих, включително семеен;
3. Широки граници на възможностите за къмпинг, планинско колоездене, културен, еко и селски туризъм;
4. Културно-историческо наследство, фолклор и занаяти;
5. Гостоприемни, открити и сърдечни хора;
6. Екологично чиста продукция;
7. През общината преминават важни транспортни коридори, свързващи Европа с Близкия Изток.
8. Добре организирано горско стопанство със защитаващи екологията функции;
9. Липса на съществени екологични проблеми;
10. Добро транспортно-географско положение, осигуряващо условия за сътрудничество със съседните териториални общности;
11. Наличие на териториални възможности, терени и свободен сграден фонд подходящ за адаптиране към нуждите на туризма.

Слаби страни:

1. Липса на популярност като дестинация за отдих в сравнение със съседните общини;
2. Трудности при финансирането на малкия и среден бизнес в областта на туризма;
3. Неразвити сегменти на туристическото предлагане – пешеходен, планински колоездачен, селски, вилен, ловен, риболовен, културен туризъм, туристически маршрути, конна езда;
4. Липса на професионална квалификация и на малкото работещи в туристическата сфера и слабо познаване на нуждите на туристите, езикова бариера;
5. Непълноценно използване на природните ресурси;

6. Липса на комплексен продукт за туристическата дестинация „Първомай“;
7. Опасност от депопулация на малките населени места;
8. Недостиг от финансов ресурс за поддържане на техническата инфраструктура;
9. Липса на информационно обслужване на сектор туризъм;
10. Липса на инвеститорски интерес;

10. Туризмът все още не е развит като дейност, носеща доходи на населението и приходи в общинският бюджет.

Възможности:

1. По-широко използване на възможностите на европейските фондове (чрез добре обосновани и подготвени проекти) за подобряване на жизнената среда, диференциране на туристическите продукти и качеството на човешкия живот;

2. Стимулиране на публично-частните партньорства;

3. Усъвършенстване на партньорството с НПО, бизнеса и други общини при подготовка и реализиране на съвместни проекти;

4. Създаване на регионални екотуристически продукти и тематични маршрути;

5. Изготвяна на електронен албум на всички обекти с потенциал за развитие на даден туризъм.

6. Благоустрояване на населените места и подобряване на условията на живот на населението.

Заплахи:

1. Влошаване качеството на техническата инфраструктура и липса на средства за нейната поддръжка;

2. Недостатъчни инвестиции в културно-историческото наследство и туризма;

3. Заплаха от продължаващо увеличение на вътрешно-общностните различия, особено между гр. Първомай и селата на общината.

ОБЩИНА РАКОВСКИ

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни

- Богато религиозно наследство;
- Благоприятен климат за спортни лагери и прояви;

- Развитие на религиозен и спортен туризъм на национално ниво.

Слаби страни:

- Липса на настанителна база;
- Неразвита база за изхранване;
- Недостатъчни услуги за посетителите;
- Качеството на услугите не е на необходимото ниво.

Възможности:

- Държавна подкрепа за развитие на религиозен и спортен туризъм;
- Увеличаващи се инвестиции в туризма;
- Съществуват практики от съседни общини за популяризиране на туризма.

Заплахи:

- Емиграция на млади хора и възможност за загуба на традиции;
- Липса на постоянна експертна помощ и информационни програми.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в община Раковски

Развитието на туристическата дейност трябва да съчетава в себе си дългосрочна икономическа ефективност с дългосрочна екологична политика и социална съвместимост. Необходимо е да се осигури участие на местното население в процеса на управлението на дестинацията. Това от своя страна предполага, че ще е налице обществен контрол върху развитието на туризма в общината. Планирането на туристическото развитие трябва да бъде съобразено и обвързано с основните ценности на обществеността.

ОБЩИНА „РОДОПИ“

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Въздействие на туризма за развитието на общината

Един от секторите с висок потенциал за икономически растеж в община „Родопи“ е туризмът. Това създава възможност общината да се възползва от съвместните маркетингови мероприятия, като развие туристически продукти на местна почва и ги включи в регионалните туристически продукти на областта. Наличие на транспортна инфраструктура в съчетание с големия туристопоток, насочен към околните общини, който неизбежно минава през територията на община „Родопи“. Това създава

възможности за интензивно развитие на туристически обекти, тъй като практиката в световен мащаб показва, че мерките за „отклоняване на туристи“ дават значително по-високи резултати от тези за първоначалното им привличане. Следва да се има предвид, че от подобни мерки няма да пострада икономиката на съседните общини, тъй като характера на туристическите услуги, които могат да бъдат предложени в рамките на общината, са продуктово различни и ще имат характер на диверсификация на туристическия продукт, а не на негов заместител. Така на практика община „Родопи“ може да се възползва от съществуващия туристически поток, като същевременно разнообрази и подобри структурата и съдържанието на туристическия продукт, с който се е наложила в региона.

Действията в посока развитие на сектора се благоприятстват и от развитието на регионалния туризъм – през територията на общината минава основният поток от туристи, който е сравнително стабилен през цялата година. Значителният потенциал за развитие на алтернативни форми на туризъм стои неоползотворен. Недостатъчно оползотворен е и уникалният термо-минерален ресурс на района, практиките за спортен и селски туризъм и други.

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

<i>Силни страни</i>	<i>Слаби страни</i>
Стимулатори на развитието	Ограничители на развитието
<ul style="list-style-type: none"> Общината е разположена във високо развит район за планиране, какъвто е Южен централен район; Общината е разположена в близост до голям административен, стопански и културен център, какъвто е гр. Пловдив; Релефът на общината е изключително разнообразен – от равнинен до високопланински; Климатът също е разнообразен – от континентален до високопланински; Съхранена природа, включително горска флора и фауна, както и наличие 	<ul style="list-style-type: none"> Общината се намира в зона на относителен дефицит на валежи; Влагоосигуреността на почвите в равнинните и предпланинските части е ниска и е под средната за страната; Местоположението на планинската част от населените места е такова, че изисква много инвестиции в инфраструктурата и съответно голям финансов ресурс, за да се осигури подобър достъп и стандарт на живот на живеещите в тази част на общината, както и за развитието на туризма; Намаляване на населението, ниски

<p>на защитени територии;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Горският и земеделският фонд, заедно с климатичните условия, предоставят благоприятни условия за развитие на горското стопанство, животновъдството, билкарството и производството на екологично чисти продукти (картофи, ягоди, малини), трайните насаждения и др.; • Голям потенциал за развитие на туристически маршрути и на защитените местности; • Общината има плодородна земя, красива природа и богата история; • Селищната мрежа и пътищата са сравнително добре развити и има налична на жп линия и инфраструктура в едната част на общината; • Всички населени места са водоснабдени, телефонизирани и електро снабдени; • Общината има благоприятни климатични условия, подходящи почви и големи площи обработваема земеделска земя за развитие на селското стопанство; • Съществуват опит и традиции в растениевъдството и животновъдството; • Наличие на суровини за хранително-вкусовата и парфюмерийно-козметичната промишленост; • Добре развита социална инфраструктура, адекватна на потребностите на населението; • Липса на сериозни източници на замърсяване на околната среда – на въздуха и водите; • Наличие на богата флора и фауна и 	<p>доходи и жизнен стандарт;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Увеличаване на трайната безработица; • Амортизираща се инфраструктура и недостиг на финансов ресурс за поддържане на съществуващата и изграждане на нова; • Амортизирана водопроводна мрежа; • Липса на канализация в цялата община; • Ниска конкурентоспособност на местните продукти от хранително-вкусовата и дървообработвателната промишленост; • Разпокъсаност на собствеността върху земята и липса на крупни земевладелци; • Неразработени туристически ресурси; • Ограничени финансови средства за дейности в образованието, културата и спорта; • Пътната мрежа в общината е технически остаряла и има нужда от спешни ремонти; • Амортизирана водопроводна мрежа с висока аварийност и загуби; • Острият недостиг на финансов ресурс за съществуващата и за изграждане на нова техническа инфраструктура; • Ниската енергийна ефективност на обществените сгради; • Доставка на интернет и кабелни телевизии са монополизирани и са с високи цени за потребителя; • Липсата на многофункционална спортна зала; • Недостигът от обекти за масов спорт и развлечения на открито; • Нарастване на отпадъците в общината и намаляване на капацитета на депата
---	--

<p>защитени видове като предпоставки за туризъм;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Качествено и навременно административно обслужване на бизнеса и населението; • Изградената техническа инфраструктура; • Наличието на летище в общината с възможност за реконструкция, разширяване и превръщането му в най-голямото карго летище за Югоизточна Европа; • Нормалното електроснабдяване на общината; • Нормалното водоснабдяване с питейна вода на жителите на общината; • Осигуреният достъп до интернет; • Активният пазар на недвижими имоти, съпроводен с инвестиции; • Изградените производствени зони, разположени в благоприятните за това географски посоки; • Намаленото замърсяване на въздуха през последните години. 	<p>за тяхното съхранение;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Инцидентно създадените нерегламентирани сметища; • Липсата на достатъчно поддържащи микроклимата зелени площи и зони в селата.
--	---

Възможности:

- Макроикономическа стабилизация;
- Създаване на пазар на земята;
- Кандидатстване по национални и международни програми, финансиращи дейности по развитието на инфраструктурата, благоустрояването и хигиенизирането на населените места и енергийна ефективност;
- Съхраняване и използване на биологичното разнообразие и екологичните и природни дадености;
- Прилагане на национални и регионални програми за трудова заетост;
- Подобряване на структурата на земеползване чрез земеустройствени и комасационни проекти в землищата, което заедно с пазара на земята ще създаде възможност за по-уедрено земеделие;

- Създаване на трайни насаждения с качествен посадъчен материал;
- Възстановяване и активно използване на напоителните системи;
- Изграждане на пазарна инфраструктура за пласмент на селскостопанската продукция;
- Създаване на система за научно и информационно обслужване на селскостопанските производители;
- Създаване на конкурентноспособни на международния пазар ферми в животновъдството;
- Стимулиране на създаването на малки и средни предприятия за преработка на земеделска и животновъдна продукция;
- Развитие на търговията;
- Използване на европейските програми за развитие на общинската и регионална инфраструктура;
- Разширяване на сътрудничеството и формите на взаимодействие с НПО и бизнеса;
- Развитие на концесиите като форма за привличане на капитали.

Заплахи:

- Общ икономически упадък, финансови кризи, лоша бизнес среда;
- Задълбочаване на демографските проблеми и застаряване на населението;
- Тенденция към бъдещо обезлюдяване на малките населени места;
- Увеличаване на броя на безработните с основно и по-ниско образование;
- Ограничен инструментариум на общинско ниво за въздействие на пазара на труда;
- Влошаване на качеството на техническата инфраструктура и липса на средства за нейната поддръжка;
- Зависимост на общинския бюджет от централната власт;
- Загуба на интерес и слаба активност на обществеността, НПО и бизнеса за местно развитие и усвояване на средства от европейските фондове и привличане на инвестиции;
- Нарастване на конкуренцията на съседни общини, големи градове, региони и чужди страни по отношение кадри, средства, заетост, инвестиции и др.;
- Да продължи влошаването на структурата на земеползване, раздробяването и изоставянето на обработваемата земя поради липса на реален пазар на земеделската продукция;
- Неосигуряване на финансови средства за внедряване на нови технологии в пречиштането и опазването на околната среда;
- Постепенно разрушаване на изключително ценни обекти на културното наследство и реална заплаха за унищожение на някои от тях или части от тях;

- Очакваната инвазия на китайския и европейския пазар ще застраши местните производители;
- Недостатъчно развити публично- частни партньорства;
- Задълбочаване на тенденцията на обособяване на малки затворени натурални земеделски стопанства поради ограничени физически, технически и финансови възможности на частните стопани и липса на мотивация и икономически интерес за сдружаване;
- Съобразяване с изискванията и предизвикателствата на Европейския съюз.

ОБЩИНА САДОВО

Туристическата инфраструктура е слабо развита в община Садово, но притежава ресурси за развитие на алтернативен еко и културен туризъм с провеждането на традиционните фестивали на фъстъка, екологичните храни, фолклора и на събори, свързани с религиозни и календарно-обредни празници.

Общината е характерна с отглеждането на най-добрите фъстъци, като това е най-често срещаната култура, която се отглежда в тази част на страната. Освен фъстъци, на територията на общината се отглеждат зеленчукови и овощни насаждения, както и много видове зърнени култури. Възможност за развитие е земеделският (фермерски) туризъм.

ОБЩИНА СОПОТ

Въздействие на туризма за развитието на общината

Туризмът влияе много силно върху развитието на общината, за съжаление все още не са достатъчно разработени природните, културните и историческите дадености на нашата община.

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

- **Силни страни** – географското положение на общината, историческите и културните обекти, които имат национално значение.
- **Слаби страни** – липсата на сериозна и мащабна подкрепа от националните туристически и културни институции и недостатъчни средства за развитие поради скромния бюджет на община Сопот.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в общината

Необходима е национална програма за разработване и функциониране на туристическите обекти и проучване и възстановяване на трите исторически обекта: Римска пътна станция, Средновековна църква и крепостта „Ахиево кале“ над с. Анево.

Нужно е разбиране и подкрепа от Областна администрация – Пловдив, тъй като тези национални паметници се намират на нейна територия и рекреацията им ще добави допълнителна стойност към съхраняването и популяризирането на културното наследство.

ОБЩИНА СТАМБОЛИЙСКИ

Състояние и предизвикателства

Община Стамболийски разполага с ценни природни ресурси – плодородни почви, изобилие на повърхностни и подземни водни тела, запазени и поддържани крайречни и лонгозни гори. Пълноценното и щадящо използване на природните ресурси на общината поставя следните изисквания:

- по отношение на климатичните условия: за ограничаване на неблагоприятните последици от изменението на климата да се предложат площи за залесяване, вкл. ветро- и снегозащитни пояси в обработваемите земи и проблемните пътни участъци;

- по отношение на хидроложкия ресурс: да се осигурят устройствени условия за опазване и икономически ефективно използване на повърхностните и подземните води; да се осигури превенция срещу вредното въздействие на водите; да се създадат условия за поддържане и развитие на хидромелиоративните съоръжения;

- по отношение на почвите: да се осигури запазване на териториите с обработваеми земи; да се предвидят мерки за ограничаване на водоплощната ерозия и рекултивация на нарушени терени;

- по отношение на геоложките условия: с цел превенция на риска, зонироването на територията да се съобрази с високата степен на сеизмична интензивност;

- по отношение на биологичното разнообразие и защитените територии и зони: да се проучат възможностите за развитие на рекреацията и седмичния отдих на населението; да се създадат условия за използване на потенциала на защитената територия и защитените зони за развитие на културно-познавателен и екотуризъм при спазване на режимите им.

Въздействие на туризма за развитието на общината

Съществуващите културни ценности и мероприятия в момента не допринасят за развитието на общината.

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни

- През общината преминава европейския културен коридор Виа Диагоналис;
- Подходящи климат, релеф и почви за отглеждане на селскостопанска продукция, пипер и домати. Производство на лютеница. Разнообразие от прояви, свързани с чушката – празници, фестивал на чушката и други;
- В общината се намира Паркът-резиденция „Кричим“, по-известна като Двореца „Кричим“.

Слаби страни:

- Липса на общинска политика по отношение на управлението на качеството и устойчивостта в развитието на туризма;
- В границите на община Стамболийски няма разработени туристически маршрути, обхващащи обекти на природното и културното наследство;
- Слабо маркетингово на фолклорни събития, певчески фестивали и традиционни български празници с потенциал да привличат множество туристи.

Възможности:

- Членство в ЕС и използване на инструментите за развитие на туризма;
- Съгласуваност на българската туристическа политика с международни пактове, конвенции и други инструменти за регулиране на международната туристическа дейност;
- Активизиране на межкултурните връзки и сътрудничество;
- Стабилност на българската финансова система и националната валута.

Заплахи:

- Слаба населеност на района, обезлюдяване;
- Чести промени в законодателството, ненавременен приемане на поднормативна база;

- Ограничено държавно стимулиране и финансиране на туристическите предприятия.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в община Стамболийски

Придобиването като общинска собственост на Парк-резиденция „Кричим“ и реализирането ѝ като туристическа дестинация.

Провеждането на фолклорни фестивали.

Организиране на културен фолклорен туризъм, свързан с провеждането на „Фестивала на чушката, домата, традиционните храни и занаяти“ в с. Куртово Конаре.

Развитие на селски туризъм в с. Ново село.

ОБЩИНА СЪЕДИНЕНИЕ

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в общината

Селското стопанство е силен и ефективен отрасъл за общината, запазващ традициите от близкото минало за интензивно (поливно) производство, представен от двата подотрасъла: растениевъдство и по-слабо – животновъдство .

Високият брой непроучени 132 могили и обекти – без установени исторически данни и без да се изключва наличието на пластове от по-древни епохи, е основание да се интегрират (продължим към съседните общини) предлаганите културно-познавателни исторически маршрути на територията на община Съединение.

Планира се община Съединение да стане инициатор за учредяването на „Междубщински туристически клъстер – траките“ в партньорство с общините Стрелча, Калояново и Пловдив. Мисията на сдружението ще е проучване, разкриване и социализиране с експониране на богатите останки от Античността и тракийския период, на база на високата концентрация на могили (предполагаемо тракийски).

За социализиране на културните обекти могат да се формулират и реализират културно-исторически и туристически маршрути.

В общината се използва краткотраен отдих – лов и риболов в природна среда, а

дълготраен - извън нейните граници.

Туристически обекти и бази с легла за настаняване в община Съединение не са развивани поради близостта ѝ с гр. Пловдив и отсъствието на привлекателни за туристите обекти и инфраструктура.

Предизвикателство е отсъствието на реални условия и данни за точното териториално стационаране и определяне на защитени зони (територии) на обектите на културно-историческото наследство – недвижими културни ценности в извънурбанизираните територии;

Необходима е рекреация на туристическата инфраструктура - изграждане на „Етнографски, конен и спортен комплекс“, разположен на терена на бившата конна база; популяризиране на културно-историческия маршрут „Голямо Конаре“; посещения за „пазарен туризъм“ на биологично чисти храни, вино и др. напитки от предвиждания „Селскостопански Хъб“; отдых на яз. „Пясъчник“ за риболов и на посетители за познавателен туризъм и научно наблюдение на прелета на птиците; надграждане на мисията на народните читалища в селата, която се ограничава в библиотечна дейност и се ползва като база за самодейна дейност и честване на местни празници и събори, на които гражданите почитат древните си обичаи.

Приоритет е развиване в бъдеще на „туристическа индустрия“ в общината. Основанията за това са: екологично чистата среда, предлагането на биологично чисти хранителни продукти, високата концентрация на археологически обекти с предстоящо разкриване и експониране и включването им в областната система на КИН, както и наличието на други недвижими и движими културни ценности.

ОБЩИНА ХИСАРЯ

SWOT анализ на ресурсите и предпоставките за развитие на туризма:

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> • Благоприятно географско местоположение; • Благоприятно съчетание на природни условия и ресурси: води – минерални извори, язовири, климат, гори, защитени територии, 	<ul style="list-style-type: none"> • Недоизградена транспортна инфраструктура и липса на достъп до културно-исторически обекти; • Липса на достатъчно водни атракции; • Недобра квалификация и

<p>налична стопанска и обществена инфраструктура, материално-техническа база;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Съхранена чиста околна среда – липса на промишлени замърсители; • Традиции в балнеолечението; • Богато културно-историческо наследство; • Добър имидж на общината като център за Спа и културен туризъм. 	<p>мотивация за работа на кадрите в туризма;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Недостатъчни финансови средства за развитие на градската инфраструктура, туристическите атракции и опазване на културно-историческото наследство.
<p>Възможности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Възможност за използване на структурните фондове на ЕС и на други международни фондове и национални програми; • Откриване на нови туристически пазари; • Засилен инвеститорски интерес; • Достъп до модерни технологии и комуникационни приложения. 	<p>Заплахи</p> <ul style="list-style-type: none"> • Засилена конкуренция на вътрешния пазар; • Миграция на населението към други градове и държави и обезлюдяване на селищата; • Влошаване на международните междулически отношения, тероризъм; • Природни бедствия, екологични кризи, крупни аварии.

ИЗВОД: Община Хисаря има добри възможности за устойчиво развитие на туризма и благосъстоянието на местните жители. Мъдрото стопанисване на природните и антропогенни ресурси ще доведе до стабилност на ръста в туризма. Осъвременяването на туристическия продукт и неговото ефективно промотиране е водещо в изграждането на бъдещите стратегии и планове за развитие.

Приоритети и перспективи за развитието на туризма в общината

Основната цел на стратегията за развитието на туризма в община Хисаря е утвърждаване на община Хисаря като конкурентна и водеща туристическа дестинация на националния и международния пазар със следните приоритети:

- Изграждане, реновиране и поддържане на инфраструктурата и туристическите обекти.

- Опазване на културно-историческото наследство в община Хисаря.
- Промотиране на туристическа дестинация Хисаря.
- Организиране и ефективно информационно обслужване.
- Повишаване качеството на туристическия продукт.
- Финансиране.

IV. ОБЩИ ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

Въз основа на предпоставките и възможностите за развитие на интегриран и устойчив туризъм, на стратегическия модел за продуктова туристическа верига, на демографските и икономическите характеристики и на изготвения анализ на състоянието за развитието на туризма в 18-те общини на област Пловдив могат да се направят следните заключения и препоръки:

- Географското разположение, климатът и природните ресурси са отлична база и добра предпоставка за развитието на туризъм с всичките му алтернативни форми във всички сезони от годината;
- Културно-историческото наследство на територията на област Пловдив е изключително богато и в същото време в голямата си част остава непопулярно (социално изключено), без осигурен достъп и с неусвоен икономически потенциал, като тенденцията закономерно се отчита в по-малките общини;
- Туристическата инфраструктура е неравномерна и непълна (разкъсана между компонентите ѝ), създаваща относителни различия както в рамките на една община, така и между общините в област Пловдив;
- Местата за настаняване в област Пловдив всяка година се увеличават, но е неравномерно териториалното разпределение на легловата база, изразена е концентрация в областния град;
- Труден достъп до финансиране и слаба инвестиционна активност (ИКТ, инфраструктура, човешки ресурси, реклама) в туризма на територията на общините в област Пловдив с изключение на областния град;
- Липса на единна база данни за туризма за нуждите на потребителите и заинтересованите страни;
- Утвърдената през 2015 г. Единна система за туристическа информация за улеснен достъп до административни услуги в туристическия сектор стартира в началото на 2019 г. и е на етап въвеждане на данни, което затруднява механизмите за добро управление в сферата на туризма; липсва и английска

секция на предлагания онлайн Национален туристически регистър в електронната страница на Министерството на туризма.

- Информационната обезпеченост за туристическите дестинации и специализирани видове туризъм в област Пловдив е локална и непълна - съществуват много канали, които представят единични продукти, като достъпът е разнопосочен и затруднен;
- Необходимост от подобрения в информационната осигуреност на туризма, в т.ч. преодоляване на дефицити в онлайн представянето на местните дестинации и предлагането им в по-широка мрежа от туристически продукти;
- Затруднена транспортна достъпност до туристическите атракции на територията на областта; транспортните връзки са неразвити, почти липсват в по-отдалечени селски и планински райони и придвижването на туристите с обществен транспорт е значително усложнено;
- Недостатъчно и/или некачествени означения за туристическите обекти, липса на означения на английски език;
- Ограничен е достъпът за хора с увреждания;
- Недостиг и липса на обучени кадри в туризма, значително текучество на персонала;
- Недостатъчно и неефективно сътрудничество между общините, сдруженията, туристическите информационни центрове, туристическите организации, образователните институции и бизнеса в областта на туризма.
- В създадените организации на управление на туристическите райони не членуват всички общини на територията на област Пловдив, което може да повлияе на устойчивото развитие на туризма в областта.
- Създадените организации за управление на туристическите райони към настоящия момент не покриват изискванията на чл. 18 от Закона за туризма: не са разработени стратегически документи и не са проведени и представени маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток в туристическия район, липсват анализи и прогнози за туристическото развитие на всеки туристически район, в който попадат 18-те общини от област Пловдив, както и дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти

и осъществяване на регионален маркетинг и реклама на дестинациите в съответния туристически район.

- За да се осигури подходящ баланс между изискванията за защита на природата и атрактивните туристически дейности, трябва да се създадат адекватни системи за управление. При условие че пътищата (основни направления, маршрути, трасета, пътеки и др.), местата за почивка и допълнителната инфраструктура за дейности на открито са добре планирани и поддържани, отрицателното въздействие върху природата може да бъде намалено. За много чувствителни местообитания и за дейности на открито без отчитане и управление на въздействията, ограниченията могат да бъдат единственият начин за постигане на устойчив туризъм.
- Устойчивото развитие на туризма в общините се свързва с устойчивото използване и съхранение на природните ресурси, с реализация на финансови постъпления в местните общности под формата на инвестиции за изграждане и поддържане на туристическа и техническа инфраструктура, с развитие на местния бизнес чрез създаване на възможности за развитие на посетителския поток и туризма, както и с реализация на допълнителни приходи за местното население чрез алтернативна заетост в съответни форми туризъм (градски, селски, културен, винен, екологичен и др.) и съпътстващите ги дейности;

V. ВИЗИЯ

ИНТЕГРИРАНИЯТ И УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ Е НЕРАЗДЕЛНА ЧАСТ ОТ СТРАТЕГИЧЕСКОТО РАЗВИТИЕ НА ОБЛАСТ ПЛОВДИВ КАТО РЕГИОН С ПРОСПЕРИРАЩА ИКОНОМИКА, НАРАСТВАЩ ЖИЗНЕН СТАНДАРТ НА НАСЕЛЕНИЕТО, СЪХРАНЕНО КУЛТУРНО НАСЛЕДСТВО И ПОДДЪРЖАНА ЗДРАВΟΣЛОВНА ОКОЛНА СРЕДА - ОБЕКТ НА ЦЕЛОГОДИШНА ТУРИСТИЧЕСКА АТРАКТИВНОСТ.

VI. МИСИЯ

Интегрираният и устойчив туризъм в област Пловдив е междоотраслов комплекс, чийто генериран растеж се основава на:

- сътрудничество между всички заинтересовани страни,
- създаване на условия за устойчиво развитие и управление на туристическите ресурси в организирана мрежа и в пряка зависимост от факторите за опазване на околната среда,
- повишаване на конкурентоспособността на туристическия сектор,
- достъпността и качеството на туристическия продукт,
- постигането на баланс между благополучието на туристите и устойчивия растеж на местните общности.

VII. СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1: Осигуряване на условия за създаване на благоприятна околна, бизнес и жизнена среда за развитие на интегриран и устойчив туризъм в област Пловдив.

ПРИОРИТЕТ 1.1. Устойчиво управление на средата в туристическата дестинация.

Мярка 1. Въвеждане на интегриран подход за съхранение и защита на природните ресурси, управление на източниците – вода, енергия и отпадъци, както и намаляване на вредните въздействия върху естествената среда.

Мярка 2. Създаване и прилагане на адекватна нормативна рамка за развитие на бизнеса, като се отчитат настоящите потребности в туризма с перспектива към нуждите на следващите поколения.

Мярка 3. Насърчаване на развитието на инфраструктурата и подобряване на достъпността на дестинацията.

Мярка 4. Гарантиране на безопасността и сигурността на туристите и на местните общности в местата за посещения.

ПРИОРИТЕТ 1.2. Управление на качеството на туристическия продукт.

Мярка 1. Създаване и прилагане на адаптирани към нуждите продуктови пространствени вериги (мрежи), в които съществуват условия да се формират специфични комбинации от туристически продукти.

Мярка 2. Усъвършенстване на качеството в разработването и поддържането на туристически продукти и услуги в отговор на изискванията и потребностите за нарастване на удовлетвореността на туристите и жизнения стандарт на общността.

ПРИОРИТЕТ 1.3. Устойчиво развитие на организациите и центровете, свързани с туристическия сектор.

Мярка 1. Насърчаване на въвеждането и сертификацията на системи за управление на качеството в туристическите организации във връзка с изпълнението на организационно-управленски и маркетингови стратегии.

Мярка 2. Подобряване на функционирането на туристическите информационни центрове в областта и чужбина и насърчаване на взаимодействието им с публичните органи, гражданите и частния сектор.

Мярка 3. Предоставяне на институционална и методологическа подкрепа за устойчиво развитие на предприятията в туризма, както и за индивидуалното фирмено представяне (реклама) и насърчаване на партньорствата между организациите в туристическия сектор.

Мярка 4. Популяризация и подкрепа за развитие на туристическите райони (ОУТР „Тракия, ОУТР „Родопи“, ОУТР „Долината на розите“) в обхвата на област Пловдив.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 2: Осигуряване на ресурси (човешки, финансови, информационни и материални) за развитието на интегриран и устойчив туризъм в област Пловдив.

ПРИОРИТЕТ 2.1. Управление и развитие на човешките ресурси в туристическия сектор.

Мярка 1. Осигуряване на качествени кадри в туристическата индустрия.

Мярка 2. Мотивиране, стимулиране и методическа подкрепа за усъвършенстване на професионални и предприемачески умения на кадрите в туризма, в т. ч. и мерки за задържане на млади специалисти.

Мярка 3. Подкрепа на взаимодействието на образователните институции с всички заинтересовани страни за кариерна ориентация в туризма (широка обхватност на дисциплините в професионалното образование и практическа насоченост).

ПРИОРИТЕТ 2.2. Насърчаване на инвестициите за развитието на интегриран и устойчив туризъм.

Мярка 1. Осигуряване на достъп до финансиране на предприятията в туристическия сектор.

Мярка 2. Насърчаване на иновациите в туризма.

Мярка 3. Увеличаване на приходите от туризъм и подобряване на финансовата политика на туристическите организации за създаване на условия за конкурентоспособност и икономически растеж.

Мярка 4. Идентифициране на потребностите и използване на административния капацитет за участие в международни, национални и регионални проекти и съфинансиращи програми, обезпечавщи подобряване на туристическата инфраструктура.

Мярка 5. Ефикасно разходване на средствата за получаване на максимални резултати в осигуряването на интегриран и устойчив туризъм.

ПРИОРИТЕТ 2.3. Информационната осигуреност на дестинацията - предпоставка за информирани управленски решения и за информиран избор на посетителите.

Мярка 1. Подобряване на информационното осигуряване на дестинацията и туристическата индустрия.

Мярка 2. Изграждане на разгърната информационна (online) мрежа на български и английски език за предоставяне на актуална информация в реално време на туристическите продукти и услуги в област Пловдив.

Мярка 3. Синхронизиране на комуникационните и рекламните дейности на всички заинтересовани страни за подобряване на представянето на дестинацията пред външни публики.

Мярка 4. Осъществяване на местни, регионални, национални и международни рекламни-информационни кампании.

Мярка 5. Поддържане и обновяване на информационно-техническата среда в туристическия сектор съобразно увеличаващо се влияние на технологиите в развитието на туризма.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 3: Осигуряване на условия за развитие и управление на специализиран и комплексен туризъм съобразно потенциала на ресурсите в област Пловдив.

ПРИОРИТЕТ 3.1. Разгръщане на възможностите за развитие на наличните ресурси в туристически продукти и услуги за специализиран и комплексен туризъм, съобразени с въздействията върху околната среда.

Мярка 1. Създаване, предоставяне и прилагане на интегрирани продуктови оферти за специализирани форми на туризъм (културен, събитиеен, екологичен - зелен, бавен, велосипеден, планински; здравен, винен, селски, аграрен, ловен и риболовен, спортен, приключенски и др.) в съчетание с масови или комбинативни форми и интерпретативни маршрути по избор.

Мярка 2. Създаване на актуален интерактивен туристически портал на област Пловдив за онлайн представяне на продуктовете оферти за специализиран и комплексен туризъм в синхрон между промотирането на национално, областно и общинско ниво.

ПРИОРИТЕТ 3.2. Управление на атракциите и осигуряване на качествено туристическо обслужване и преживяване.

Мярка 1. Организирано електронно осигуряване (от регистри по законен ред) на актуална информация за състоянието и достъпа до туристическите атракции.

Мярка 2. Поддръжка и развитие на туристическите атракции – културни и природни забележителности и нематериално културно наследство.

Мярка 3. Популяризиране на алтернативните видове туризъм чрез конкретна и ясна връзка между рекламата и дестинацията.

Мярка 4. Създаване на устойчива репутация на дестинацията със съхранени, автентични и социализирани природни и културни забележителности и отлично съотношение между цена и качество на туристическите продукти за специализиран и комплексен туризъм, както и между обслужване и преживяване на посетителите.

Мярка 5. Развитие на ефективна система за контрол в туристическия сектор на местно и областно ниво.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 4: Укрепване на взаимодействието между участниците в управлението и изпълнението на туризма и насърчаване на междуинституционалното и международното сътрудничество за осигуряване на развитие на интегрирания и устойчив туризъм в област Пловдив.

ПРИОРИТЕТ 4.1. Прилагане на механизми за координация и партньорство между всички заинтересовани страни в туристическия процес.

Мярка 1. Създаване на мрежа от ефективни контакти, активни взаимодействия и съвместни действия между всички институции, участващи в управлението и изпълнението на туризма.

Мярка 2. Насърчаване на сътрудничеството между заинтересованите страни за балансирано развитие на туристическите райони в обхвата на област Пловдив.

ПРИОРИТЕТ 4.2. Развитие на междуинституционалното и международното сътрудничество.

Мярка 1. Развитие на институционалния капацитет.

Мярка 2. Насърчаване на взаимодействието с местния бизнес, стопански, неправителствени организации и дружества, свързани с туризма.

Мярка 3. Повишаване на ефективността на взаимодействието на областно и общинско ниво.

Мярка 4. Развитие на партньорства на международно ниво и активизиране на межкултурните връзки за популяризиране на дестинацията и внедряване на добри практики.

VIII. КООРДИНАЦИЯ, МОНИТОРИНГ И ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА

В изпълнение на чл. 10, ал. 1 от Закона за туризма кметовете на всяка от 18-те общини в област Пловдив разработват програма за развитие на туризма на територията на общината и подготвят отчета за нейното изпълнение. Всеки общински консултативен съвет по въпросите на туризма, създаден съгласно чл. 13, ал. 1 от Закона за туризма, разглежда програмите и отчетите и след одобрението им ги внася за приемане от общинския съвет. Въз основа на чл. 11, ал. 1 общинският съвет приема програма за развитие на туризма на територията на всяка община в съответствие с приоритетите на областната стратегия, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните туристически ресурси и потребности.

Стратегическите цели, приоритетите и мерките в Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2024 се изпълняват чрез общинските програми за развитие на туризма с посочен период на действие.

За изпълнение на общинската програма кметът на общината изготвя план за изпълнение на дейностите, свързани с управлението и развитието на туризма на местно ниво.

Съгласуваните и приети общински програми се изпращат на областния управител, както и отчетите за изпълнение на дейностите по програмата за развитие на туризма на територията на всяка от 18-те общини в област Пловдив.

Въз основа на общинските планирани и реализирани дейности за развитието на туризма се осъществяват проследяването на изпълнението, отчитането и постигнатите резултати през целия период на действието на областната стратегия, както и анализ на напредъка и развитието в постигането на целите и конкретните резултати от изпълнението на Стратегията за интегриран и устойчив туризъм на област Пловдив 2019-2024.

