



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ



ЕДНА ПОСОКА
МНОГО ВЪЗМОЖНОСТИ



МИГ БЕЛЕНЕ - НИКОПОЛ



ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ 2014 г. - 2020 г.

Европейски земеделски фонд за развитието на селските райони: Европа инвестира в селските райони

Възможности за развитие на нестандартни форми на туризъм на територията на МИГ Белене-Никопол

Този документ е създаден в изпълнение на Споразумение №РД 50-11/25.01.2017 г. за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по подмярка 19.4 „Текущи разходи и популяризиране на Стратегията за Водено от общностите местно развитие“ на мярка 19 „Водено от общностите местно развитие“

от Програмата за развитие на селските райони за периода 2014 – 2020 година, подкрепена от Европейския земеделски фонд за развитие на селските райони.

Обединени
Български
Консултанти



United
Bulgarian
Consultants

Юни, 2020 г.

Съдържание:

1. Цели и методология	3
1.1. Цели	3
1.2. Методология.....	4
2. Въведение - Туризмът, селските райони и устойчивото развитие.....	5
3. Алтернативен туризъм, нестандартни форми на туризма	8
3.1. Определение.....	8
3.2. Предпоставки за развитието на алтернативните и нестандартни форми на туризма, нови тенденции.	10
3.3. Профил на „алтернативните туристи“	12
3.4. Характеристики и предимства на алтернативния туризъм	14
3.5. Недостатъци	15
3.6. Разлика между туризъм в селските райони и селски туризъм	17
4. Алтернативни и нестандартни форми на туризма в България	18
4.1. Стратегически документи.....	19
4.2. Видове туризъм и алтернативни туристически продукти	20
4.3. Проблеми на алтернативния туризъм в България	29
4.4. Най-нови данни за туризма в България – все повече извън големите курорти. 32	
5. Предпоставки за развитие на алтернативни и нестандартни форми на туризъм на територията на МИГ Белене-Никопол. Оценка на ресурсите.....	34
5.1. Общо състояние на туристическото предлагане	34
5.2. Туризмът като приоритет в стратегиите на двете общини и МИГ.....	36
5.3. Оценка на туристическите ресурси – изходна точка за формиране на туристически продукт	39
5.3.1. Местоположение и достъпност, пътища.....	40
5.3.2. Природни ресурси – пешеходен, велосипеден, еко и спортен туризъм, лов и риболов, водни спортове.....	42
5.3.4. Ресурси за културен туризъм	48
5.3.5. Ресурси за селски туризъм, винен и кулинарен туризъм, занаяти	58
5.4. Оценка на ресурсите според Концепцията за туристическо райониране на България	60
5.5. Места за настаняване, услуги	62
6. Възможности за развитие на туризма на територията на МИГ, нестандартни решения и добри практики.	67
6.1. Къмпинги, глъмпинг и еко-селища.....	67
6.2. Селски туризъм без къщи за гости.....	73
6.3. Културен туризъм – местни мини културни маршрути и атракции, религиозен, винен, кулинарен туризъм, занаяти.	80
6.4. Туризмът в защитените зони и територии може да е занимателен и забавен ...	88
6.5. Спортен туризъм без скъпи съоръжения.....	96
7. Резултати от анкетно проучване на територията на МИГ	104
8. Още препоръки към МИГ	121

1. Цели и методология

1.1.Цели

Настоящото проучване **„Възможности за развитие на нестандартни форми на туризъм на територията на МИГ Белене-Никопол** е възложено от екипа на МИГ с цел по-добро изпълнение на Стратегията за ВОМР и по-специално на **Приоритет 1: Повишаване на ефективността и производителността на малките и средни селски стопанства чрез модернизация и разнообразяване към неземеделски дейности**, чрез неговата **Специфична цел 2 - Развитие на неземеделски дейности, услуги и туризъм**, както и на **Приоритет 2: Подобряване на условията на живот чрез развитие на техническата инфраструктура и опазване на околната среда** и неговата **Специфична цел 2 - Развитие на малка инфраструктура в областта на отдыха и туризма**, като ще помогне и при избора на проекти по мярка 7.5, който предстои. Анализът цели да повиши информираността на екипа на МИГ и оттам и на местната общност относно стратегическите насоки в развитието на туризма в селските райони на ниво ЕС и в България, особено в областта на алтернативните му (специализирани) форми и за конкретните възможности за създаване на нестандартни форми на туризъм на територията.

Алтернативният туризъм в селските райони през този Програмен период се свързва с устойчивото им развитие – подпомага икономиката, съдейства за опазване на околната среда и има социална функция – отваря нови възможности за неземеделски дейности, повишава доходите на местните общности, създава работни места и задържа младите хора. В следващия Програмен период целите на устойчивото развитие се запазват, като селските райони, освен като места за земеделие, вече се смятат и за територии за отдих и почивка със запазен природен ресурс, източник на познание заради богатството от културни ценности, място за обмяна на духовни ценности и традиции, като едновременно с това пазят и местната идентичност. развитието на туризма в неговите нестандартни форми, малки групи посетители и екологична насоченост ще продължи да бъде приоритет и по тази причина, проучването ще бъде в помощ и при съставянето на евентуалната следваща Стратегия за ВОМР догодина.

Въпреки че има добри природни и културни дадености за развитието на туристически активности, на територията на МИГ Белене-Никопол поради исторически заложените причини няма условия за развитие на масов туризъм за отдих и почивка, нито за класически селски туризъм – липсват достатъчно места за настаняване и къщи за гости, няма и подходяща инфраструктура – пътища, достатъчно атракции и заведения. Тъй като от друга страна, в последните години нагласите, очакванията и профила на туристите силно се променят - все повече се търсят ярки преживявания и незабравими впечатления, приключения, спорт, алтернатива на градското ежедневие, на много места се развиват форми на нестандартен туризъм – посещения на ферми, пътуване с лодки и корабчета, велосипедни обиколки, риболовни, кулинарни и фолклорни състезания, еко-туризъм и наблюдения на природата и редки животински и растителни видове, образователни турове, палатки и лагеруване, екологични „бригади“ от доброволци за опазване на природните зони, винен и кулинарен туризъм, исторически възстановки,

карнавали и др. На територията на МИГ има подходящи предпоставки за развиване на такъв вид нестандартни туристически услуги, които не изискват голяма хотелска база и скъпи инвестиции, следователно е необходимо възможностите за предприемаческа активност в тази посока да бъдат проучени с цел подпомагане на местната икономика и валоризиране на местното природно и културно наследство.

Цел на анализа е разглеждането на възможностите за подобряване на туристическата инфраструктура и разнообразяването на атракциите на територията на двете общини, обогатяване на туристическите услуги чрез допълнителни пакети (спорт, лов, риболов, обиколки на забележителности). Друга цел е проучване на потенциала за изграждане на нови обекти, които не изискват големи финансови вложения или могат да бъдат реализирани по проекти – къмпинги, създаване на мини музеи, тематични паркове, очертаване на местни маршрути, които обаче биха подпомогнали развитието на алтернативния туризъм: селски, спортен, културно-исторически, еко и природен туризъм. Малки инвестиции и много въображение биха повишили туристическия интерес и увеличили броя на посетителите в двете общини, както и ще осигурят повече места за отдих и развлечения и за местните общности.

1.2.Методология

Проучването е изготвено чрез използването на теоретичен и аналитичен подход, наблюдение и набиране на информация на място и от вторични източници, обработка на статистически данни, анкета сред членове на местната общност, синтез и експертна оценка, екстраполация и прогнозен метод.

Като теоретична база са залегнали изследвания на БАН (Условия и възможности за развитие на туризъм в селските територии на Северозападния район, Проучване и развитие на велосипедния туризъм по р. Дунав), Стопанска академия "Димитър А. Ценов", Свищов (Изследване на потенциала за туризъм в Дунавския регион) и на УАСГ, София (Устройство на територията и изграждане на къмпинги). Анализирани са европейски, национални и документи на местно и регионално равнище. От европейските източници по-важни са: „Европа - водеща световна туристическа дестинация - нова политическа рамка за европейския туризъм, СОМ (2010) 352; Тематични насоки за инвестиции в туризма (ЕК, март 2013г.); Становище на Европейския комитет на регионите: Туризмът като движеща сила за регионалното сътрудничество в ЕС (2017 г.); Развитие и подпомагане на селските райони след 2021 г. (2019г.); „Доклад относно начина, по който ОСП може да подобри създаването на работни места в селските райони“, Комисия по земеделие и развитие на селските райони, (2016 г.); Резолюция CM/Res (2010)52 за правилата за сертифициране на културни маршрути на Съвета на Европа; Доклад относно новата европейска програма за култура (2018/2091(INI) – Предложение за резолюция на Европейския парламент.

От националните източници са извлечени данни и обобщения от: Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 (актуализирана версия 2017 г.); Концепция за туристическо райониране на България (2015); Световни туристически тенденции, (Министерство на туризма, 2019); Годишна програма за национална

туристическа реклама (2020); Еко и селски туризъм в България, (Мин. на туризма, 2015); Насоки за сертифициране на нов културен маршрут (2018); Наръчник на предприемача за вътрешен туризъм (Мин. на туризма, 2013); Ръководство за финансиране от ЕС 2014-2020 г. на туристическия сектор в България (Мин. на туризма, 2014); Програма за развитие на селските райони 2014-2020 г. От регионалните и местни документи са използвани Областната стратегия за развитие на Плевен, Общинските планове за развитие на Белене и Никопол, План за управление на ПП „Персина“, Общ устройствен план на община Никопол, Стратегия за ВОМР на МИГ „Белене-Никопол“.

По метода на статистическия анализ са обработени данни от Националния статистически институт (НСИ), Евростат и регистрите на Министерство на туризма относно броя туристически посещения, местата за настаняване, вида и целта на посещенията и видовете туристи в България, Северозападния район, област Плевен и общините Белене и Никопол. Анкетното проучване е проведено на терен през месеците май и юни 2020 г., попълнени са 39 анкетни карти. Добрите практики са преведени от сайта на Европейската мрежа за развитие на селските райони - The European Network for Rural Development (ENRD).

2. Въведение - Туризмът, селските райони и устойчивото развитие

Понятието туризъм произхожда от френското *tour* – пътуване, излет. Според съвременното определение, туризмът е пътуване с някаква цел – най-вече отдых и развлечение или по работа, на гости, с познавателни мотиви и т.н. В същото време туризмът е **икономически отрасъл** със сериозен принос към създаването на БВП (у нас между 12 и 14%), а в последните години се говори дори за туристическа индустрия, съизмерима с тази на производството. Дефиницията в по-тесен смисъл описва туризма като съвкупност от явления, хора, отношения и взаимодействия в резултат от смяната на местоположението и престоя на пътуващите. С различни критерии могат да бъдат определени и различните форми на туризъм, като на преден план стоят мотивите за престоя и неговото организиране от страна на пътуващите. Те могат да бъдат най-разнообразни и като цяло, характеризират туризма като **дейност, ориентирана към свободното време**.

Освен традиционния туризъм с цел почивка, в последните три десетилетия вече се говори и за „**алтернативен**“ туризъм: алтернативен като дестинация (селски, екзотичен, вело и културни маршрути и др.), алтернативен като услуги (настаняване извън традиционните хотели), алтернативен като цел (културен, познавателен, гурме и турове за вино, конгресен, хазартен и др.), като преживяване и активност (спортен, екстремн, религиозен, окултен). Според Световната организация по туризъм (СТО) и Методологическото ръководство на Евростат, нашето Министерство на туризма приема, че *„турист е всеки посетител, пристигащ в друга страна (или град), която не е страната (града) на неговото постоянно местоживееене, поне за 24 часа, но за не повече от една година, и чиято основна цел не е извършване на дейност срещу заплащане“*. С други думи, за туризъм се приема всяко посещение, включващо минимум една нощувка, като транзитните преминавания не се отчитат, а от понятието „туристи“ се изключват хората, дошли да работят или учат, т.е. да пребивават трайно в

страната (или съответно в друг град). Туристи са и гостите на страната (града), идващи със служебни и други цели (командировка, семинари), но за кратко време.

От началото на 21-ви век туризмът се нарежда сред най-бързо развиващите се индустрии в света, не само като обем на пазарите, приходите и печалбите, но и като въвеждане на нови форми на търсене и предлагане. ЕС няма цялостно разписана стратегия за туризма, но **редица политики** (в областта на климата и опазване на околната среда, развитието на селските райони, политиката за сближаване на икономическо и социално развитие на регионите) имат много голямо влияние и върху развитието на туристическия сектор. Още в началото на 80-те години на миналия век Европейската комисия признава ролята на туризма за европейската икономика, а през 1999-та се създават четири работни групи по свързани с туризма проблеми, които се занимават с видовете туризъм, качеството на туристическия продукт, включително и разнообразяването на традиционните дестинации, опазването на околната среда в популярните курорти, започва да се говори и за устойчиво развитие на туризма, което засяга селските райони и включва активното участие на местното население.

Освен целенасочените политики на Съюза, множество обективни фактори също променят сектора и налагат „преустройство“ на формите, дестинациите и вида на услугите. На първо място **лесната достъпност** (отворени граници, усъвършенстване на всички видове транспорт, особено ниско тарифните полети) увеличава обема на туристическите дейности. Непрекъснато се създават нови туристически продукти, предлагат се нови и непознати места за посещение, акцентът се измества освен върху традиционното качество – настаняване и обслужване, вече и върху познавателното или емоционално преживяване от пътуването.

На второ място **груповата дистрибуция** чрез туроператори и предварително заплащане понижава цените на масовия ваканционен туризъм, което пък води до това, че туристическото предлагане започва да превишава туристическото търсене. Цените остават решаващ фактор, но към тях се добавят и **нови потребителски изисквания** – повече активност (съпътстващи пакети за спорт, развлечения, обиколки, обучение), повече впечатления (екзотични дестинации, преживявания, свързани с местната култура), изискване за локации, които не са пренаселени и са със запазена природа.

Трети важен фактор са новите **комуникационни канали** и отвореността на информацията, които стимулират и промени в рекламата и маркетинговите стратегии – споделянето на лични впечатления и рейтингът, създаван от потребителите в специализираните платформи стават решаващи за предпочитанията на туристите, независимо дали се отнася до места за настаняване, градове или цели държави.

Следващ фактор, който променя туристическото търсене е **увеличаването на свободното време и повишаването на доходите**, което води до ръст на времето, отделяно за пътуване и почивки, като същевременно се **съкращава престоят** – т.е. повече на брой почивки за годината, но за по-малко дни, повишава се делът на „уикенд“ туризма с не повече от две нощувки.

Не на последно място по важност трябва да се отбележи и **промяната в потребителското мислене** - към по-индивидуално и по-отговорно както към собственото здраве, така и към околната среда. Всичко това от своя страна, води до превръщането на туристическия пазар в силно динамичен и изцяло ориентиран към потребителите. Според някои определения, туризмът и най-вече алтернативните му форми се трансформира от „**икономика на услугите**” към „**икономика на преживяванията**“.

От гледна точка на **селските райони**, в някои от които въпреки целенасочените политики за подпомагане, ситуацията продължава да се влошава в икономически, социален и демографски аспект, туризмът в алтернативните му форми е припознат като един от приоритетните сектори за развитие и диверсификация на земеделието. Развитие на селските райони в Програмния период 2014-2020 г. се фокусира освен върху насърчаване на конкурентоспособността на селското стопанство, така и върху осигуряване на устойчивото управление на природните ресурси и постигането на балансирано териториално развитие на икономиките и общностите, включително създаването и поддържането на заетост. На фона на относителния просперитет на градските зони, много селски райони започват да се борят за съществуването си поради зависимостта от механизирания селско стопанство и обезлюдяването. От друга страна, туристическото търсене все повече предпочита именно такива зони със запазена природа и спокоен живот. Затова и основните цели на развитие са свързани със създаване на нови неземеделски дейности, разумно използване на природата, валоризиране на потенциала и ресурсите, повишаване на доходите и заетостта. Обикновено селските райони са и с огромно запазено недвижимо културно наследство, с дълбоки корени в традициите, със съхранен фолклор и обичаи, с разнообразна флора и фауна и интересни природни феномени. Тези ресурси са потенциал за туризъм, който може да се превърне в успешен инструмент за социално и икономическо развитие на селските общности.

Когато се говори за туризъм в селските райони се имат предвид алтернативните му форми, а не масовите ваканционни (курортен туризъм на практика има и в селата) и най-вече развитието на т.нар. **устойчив туризъм**. Според дефиницията на Световната организация по туризъм (СТО, UNWTO) устойчивият туризъм *"задоволява не само изискванията на туристите и местното население в целевите региони, но и гарантира подобряване на възможностите за бъдещото им развитие. Ресурсите трябва да бъдат използвани така, че да бъдат задоволявани икономическите, социалните и естетическите потребности и едновременно с това, да бъдат съхранени културният интегритет, значимите екологични процеси и биологичното разнообразие"*. Устойчивото развитие на туризъм за първи път е обсъдено на Срещата в Рио през 1992 г., но едва през последното десетилетие са въведени различни критерии и индикатори за устойчивост в трите ѝ аспекта - екологичен, икономически и социален. Системи за оценка на устойчивостта на отделни услуги, продукти, обекти за настаняване, турове, атракции, дестинации и страни се разработват в ЕС и от различните държави (например сертификати за най-добри дестинации, марки като Зелена къща и т.н.).

Характеристиките на устойчивия туризъм са: използване на **природните ресурси** по оптимален начин, поддържане на екологичните системи и услуги, защита и обогатяване на биологичното разнообразие; уважаване и запазване на **социалната и културна автентичност** на приемната общност, предпазване на материалното и живо културно наследство и традиционни ценности; осигуряване на **дълготрайно икономическо развитие**, предоставящо справедливо разпределени социално-икономически ползи на всички заинтересовани страни, създаване на облекчаващи бедността социални услуги за приемните общности. Именно на база тези характеристики устойчивият туризъм се свързва предимно със селските райони, които заемат повече от 90 % от територията на ЕС и в тях живее около 55 % от населението и които за разлика от населените места от градски тип, продължават да имат сериозни структурни проблеми.

СТО препоръчва спазването на следните **принципи**, за да се прилагат концепциите за устойчив и алтернативен туризъм: участие на местното население от всички социални групи в развитието на туризма; установяване на взаимоотношения на колективна отговорност при планирането, вземането на решения, разрешаването на проблеми, осъществяването на проекти и тяхното оценяване; прилагане на системен подход за интегрирано решаване на социалните, икономическите и екологичните проблеми; използване на екологични ограничители, които да лимитират развитието на туризма в подходящи граници; осигуряване на равенство пред закона и правосъдието, които да предполагат спазване на правата на човека; осъществяване на дългосрочно, стратегическо планиране с грижа за бъдещето. От изреденото по-горе се вижда, че устойчивият туризъм може да се развива успешно **и чрез подхода WOMP**, който се прилага чрез подобни принципи.

3. Алтернативен туризъм, нестандартни форми на туризма

3.1.Определение

В днешно време огромните мащаби на туристическото предлагане и еднообразността на курортните места намаляват конкурентоспособността на традиционните дестинации и те вече не могат да задоволят променените изисквания на съвременните потребители. Все повече туристи отказват баналното, общото, пасивното във времето си за почивка и търсят персонализирано преживяване. Голяма част от туристическите прояви, които се класифицират като алтернативни сега, всъщност са съществували отдавна - например културен туризъм - разглеждане на забележителности в чужд град или държава, които сме посетили по друг повод; градски туризъм - отиваме на пазар, по работа или да разгледаме изложба в града; селски - почивка при роднини, завръщане в родното място и т.н. Други от самостоятелно развиващите се сега туристически продукти, първо са изпробвани като допълнителни пакети към масовия ваканционен туризъм: спорт, турове по забележителности или по ресторанти, разходки сред природата.

В близкото минало битува схващането, че алтернативните форми на туризъм имат **елитарен характер** – стремежът към здравословен живот, екология, екстремни преживявания са присъщи на градските, богатите и високообразовани хора. Съвременното разбиране за алтернативните туристически продукти разширява границите отвъд познатите форми, играе основна роля в намаляване на сезонността и

постига равновесие между качество и цена, така че да са достъпни за всички. Алтернативният туризъм се свързва и с избора на **нетрадиционни дестинации** и избягването на места за масов туризъм, както и с туристи, които не искат да се чувстват като консуматори, а като **участници в процеса**.

Както вече беше споменато, алтернативният туризъм става все по-популярен като се противопоставя на масовия ваканционен морски и ски туризъм. Чрез неговите форми се откриват нови възможности за използване на природни и антропогенни ресурси, генерират се приходи за местните общности, създават се предпоставки за по-равномерно териториално разпределение на туристическите дейности. Алтернативният туризъм дава възможност за развитие на територии във вътрешността на страната, които са сравнително слабо усвоени в туристическо отношение. Макар че този вид туризъм навлиза по-късно в сравнение с масовия, вече съществува голямо разнообразие от негови видове и форми. Тази особеност се обуславя от факта, че всеки туристически продукт е **тясно специализиран**, поради което кръгът на потребителите му не е широк. Голямото разнообразие на предлаганите продукти обаче допринася за удовлетворяване на потребители със специфични и разнообразни интереси. Като общо може да се каже, че този вид туризъм е един от най-бързоразвиващите се в Европа и доста от отдалечените региони имат огромен неразработен и неустановен потенциал.

Според определението на **Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ)**, *„Алтернативните форми на туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажирания човешкия ресурс. Такива са: селски, екологичен, планински, приключенски (преходи с колело, на кон, със ски и снегоходки, спускане с лодки, гмуркане, проникване в неосветени пещери, преминаване на алпийски маршрути с водач), тематичен - свързан с културно-историческото наследство, туризъм свързан с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти“*.

Организацията смята, че „алтернативата“ е всъщност: бягство от стандартния, масовия туризъм като начин на протичане и философия; различен потребителски профил - той интересува индивидуално пътуващите и организирани в малки и средно-големи групи хора, очакващи да научат нещо в своята ваканция, т.е. да бъдат активни; алтернатива е по отношение на доставчиците на услуги – не безлични хотели, а семействата са домакини чрез къщи и стаи за гости, хижи, манастири, планински водачи и коняри, производители на оригинални занаятчийски продукти и др.; алтернативна география на местата – включени са и най-затънтените и непривлекателни иначе територии; алтернатива е и на социалния и икономическия упадък - този туризъм е носител на нови послания и надежди в общественото пространство и на нови идеи за утвърждаване на устойчиви модели за местно и регионално развитие.

3.2.Предпоставки за развитието на алтернативните и нестандартни форми на туризма, нови тенденции.

Когато се планира развитие на туристически дейности в някакъв район, освен специфичните му дадености – природа, културни забележителности, достъпност, икономика, капацитет на местното население и т.н., трябва да се имат предвид и **общите принципи, тенденции и политики**, валидни за развитието на туризма, особено в рамките на ЕС, но и тези в глобален план. Преразпределението на туристическите ресурси и промените в услугите се налагат от една страна по естествен път – чрез вече споменатите фактори като лесна достъпност на дестинациите, евтин транспорт, повече свободно време, а от друга страна са плод и на целенасочени европейски регулации – необходимост от опазване на околната среда, стремеж към намаляване броя на туристите по едно и също време и на едно и също място, стратегическо планиране на дейностите за по-справедливо разпределение на икономическите ползи в съответните региони (например не само за хотелиерите, но и за местните производители на земеделска продукция или за уязвимите групи), планиране на баланс между туристическите услуги и другите социално-икономически и обществени дейности в даден район.

В тези общи тенденции трябва да се открие задължителната **екологизация на туризма**: строги изисквания за опазване на околната среда вече има не само към масовия курортен туризъм, но и към стартиращите му нови форми: да не се замърсяват водите, да не се нарушава биоразнообразието, политика за събиране на отпадъци, политики за енергийна ефективност, а в много случаи самите туристически дейности са насочени директно към опазване на природата и ландшафта – примерно в защитените зони и територии.

Друга обща тенденция, която трябва да се отчита при планиране на нови туристически продукти е повишената зависимост на туристическия сектор от **състоянието на общата инфраструктура**. За туристическите дестинации вече са важни не само пътищата и транспорта за достъп, но и общата техническа и социална инфраструктура – наличие на канализация и чиста питейна вода, ток, интернет, здравно обслужване, магазини, производители на местни храни и биологична продукция, производители на сувенири, квалификация на обслужващия персонал и др.

В тази връзка са и **изискванията за повишена сигурност на услугите**, които се отнасят както до сигурността на самите туристи (здраве, безопасност, терористични актове, самолетни полети, кражби), така и до сигурността на информацията, която обменят по интернет през компютри и мобилни устройства и при електронните плащания – кредитни и дебитни карти, онлайн банкиране, плащане през ПОС терминал или с мобилен телефон.

Важна тенденция е и промяната на понятието **туристически ресурс** - освен природата, културните забележителности и местата за настаняване, като ресурси за туризъм вече мога да се използват и други източници - селското стопанство (посещения в местните ферми, къщи за гости и къмпинги в дворовете им), защитените територии и зони (за екологичен туризъм, образование, наблюдение на редки видове), местните традиции и

занаяти (туризъм по време на фестивали и събори, училища за занаяти и фолклор) и др. Чрез промяната на ресурсите се формира и нов начин за оценка за влиянието на туризма върху икономиката, природната среда, културата и местните общности.

В Доклад на Министерство на туризма „Световни туристически тенденции“ (2019 г.) на базата на изследването „Travel trends report 2019“, наред с някои вече споменати фактори като увеличаване на туристическия поток в световен мащаб, разнообразяване на дестинациите, евтин транспорт, проблемът „сврхтуризъм“ – надвишаване на туристическия капацитет на дадено място (Италия, Испания) и проблемите, създадени от това явление, са посочени и някои други най-нови тенденции. Например, наблюдава се все по-голямото търсене на т.нар. **медицински туризъм**, който е предизвикан от демографските процеси и застаряващото население – съчетаване на почивката с лечение, процедури, дори пластични операции. Счита се, че този тип услуга е перспективна за развиващите се икономики (вкл. и нашата), тъй като нивото на здравните услуги в България е сравнително добро по отношение качество/цена и в спа хотелите работят правоспособни лекари, нещо което е почти невъзможно или много скъпо в западна Европа.

Новите технологии се използват вече не само за набавяне на информация, споделяне, резервации и плащане, но и като вид туристическа услуга – **виртуален туризъм**. Има се предвид, че места, които са задръстени от туристи или считани за твърде екологично или културно чувствителни, за да позволят достъп на физически посетители, могат да бъдат разглеждани виртуално – музеи, пещери, защитени видове. Счита се, че това може да намали реалната им посещаемост, което ще намали и приходите, но в същото време снижава рисковете за опазване на културното и природно наследство. Виртуалният туризъм обаче реструктурира и ограничава професиите на преводачи и екскурзоводи, тъй като те все повече са заместени от новите технологии.

Икономиката на споделяне, която се разраства през последните години също влияе силно на туристическите услуги. Платформите за споделяне на дома, като Airbnb, HomeAway и Booking.com са вече значими конкуренти на хотелиерската индустрия, а Uber, Lyft и BlaBlaCar – на обществения транспорт и таксиметровите услуги. Най-новата форма на икономиката на споделяне е препродаването на вече закупени полети или почивки. SpareFare е онлайн платформа, чрез която хора, които не са в състояние да използват своите билети и ваканционни пакети, ги продават на намалени цени на други потребители. По този начин продавачите могат да възстановят по-голямата част от това, което са платили, а купувачите се възползват от пътуване с по-ниска цена.

Други посочени нови тенденции в доклада са **резервациите „в последната минута“** – 39% от туристите правят резервации до две седмици преди планираното пътуване. Вече има и все повече запитвания за **„one time experience“** (незабравими впечатления, които се получават веднъж в живота), като туристите искат да получат приключение, вкус, аромати, да преживеят нещо, което не могат да изпитат на друго място. Има и засилено търсене на **„slow adventure“** – форма на туризъм, която избягва високия адреналин и го заменя с приятни, приключенски преживявания - посещение на малко познати, диви

места и природни местности, селски общности, готвене, рисуване, занаяти, образователни курсове.

3.3.Профил на „алтернативните туристи“

Сериозна предпоставка за развитие на алтернативни и нестандартни форми на туризма е и **новият профил на потребителите-туристи**, който според данни на Световната туристическа организация към ООН, се отличава с някои съвсем различни характеристики. Съвременният турист задължително търси **„нещо ново“**: дестинация, услуга или преживяване, което по възможност да е съчетано с неговите собствени предпочитания и интереси. Това по принцип силно сегментира групите туристи, налага индивидуализиране на туристическите пакети и разнообразяване на предлаганите туристически услуги, но пък и намалява нуждата от множество и еднотипни места за настаняване.

Новият потребител предпочита **природата и е склонен заради нея да жертва удобствата (но не изцяло)**. Това означава, че алтернативните туристически услуги следва да предлагат повече физическа активност - преходи, спорт, приключения, наблюдения и опознаване на диви места и видове, умерен риск, но все пак да не се изключват съвсем придобивките на цивилизацията (например дори в къмпингите желанието е да има ток, топла вода, интернет, тоалетна).

Туристът вече разполага с **много и разнообразна информация** – личен опит от пътувания, такъв на познати и приятели, от интернет и социалните мрежи, от сайтовете, в които самите туристи определят рейтинга на местата за настаняване и услугите. Следователно, потребителите вече трудно могат да бъдат подведени от некоректна реклама, а маркетинговите и рекламни канали трябва да бъдат съобразени с новите начини за обмен на информация. Трябва да се има предвид и това, че културата на „споделяне“ прави критериите за удовлетвореност много гъвкави и непостоянни при вземането на туристически решения – вече се спомена, че често дестинациите се избират „в последния момент“, отменят се резервации, липсва лоялност към една дестинация (характерна за туризма примерно през 20-ти век), което затруднява планирането в туристическия сектор.

Следваща черта на алтернативните туристи е, че те са **информирани, образовани и по-отговорни** към собственото си здраве и към околната среда. Затова не е учудващо, ако гостът се поинтересува какво става в кухнята на къщата, в която е отседнал, дали в поднесената му салата няма нитрати, дали животните се гледат по хуманен начин, доколко е замърсена реката, в която ще се окъпе, как се прави сиренето, какви са обичаите на местната общност, къде се изхвърлят отпадъците. Често пъти туристите желаят контакт не само с домакините си, но и с местните общности, опитват се да се интегрират в средата като участват в местни събития, свързани с изкуство или занаяти, в нощния живот и различни събирания, пазаруват местни продукти, учат се да готвят традиционни ястия. Понякога вписването в местния начин на живот е единствената цел на пътуването, което отваря нови ниши в туристическото предлагане – и в градовете, и на село.

От Доклада на МТ може да се добави и увеличаването броя на т.нар. **solo travelers** – пътуващи самостоятелно без семейства и приятели хора, които наближават 40% от общия поток пътници в световен мащаб, като разбира се, голяма част от тях са в командировка по работа, но поне половината са предпочели такъв вид пътуване и за своята почивка. Променя се и **демографският профил** на туристите – нараства значението на новите поколения - Милениълс (родените в началото на 1980 г. до средата на 1990 г.) и Поколение Z (родените в края на 1990 г. до началото на 2010 г.), които се превръщат в ключови фактори в мобилността, като поведението им при пътуване води до значителни промени в туристическия пазар. Данните показват, че те извършват повече пътувания годишно в сравнение с други поколения, по-склонни са да избират пътувания, които смятат за „автентични“, предпочитайки да са далеч от отгъпаните туристически пътеки и да „живеят като местни“. Проучване на Airbnb установява, че тези група е по-вероятно да създадат свои собствени маршрути, отколкото да разчита на съветите на туристически агенти или да участва в пакетни екскурзии, предпочитанията им са уникални, персонализирани и към устойчиви пътувания и биха могли да доведат до глобално изместване от традиционните форми на туризъм. Все пак, засега най-предпочитани остават туристите от поколението X (родените в началото на 1960 г. до края на 1970 г.), които не са най-голямата група, но все още са **най-платежоспособните потребители**. 83% от хората в тази възрастова група работят на пълен работен ден или на непълно работно време и понастоящем харчат най-много пари за пътуване в сравнение с по-младото или по-старото поколение.

Трябва да се подчертае, че успешното развитие на алтернативен туризъм у нас се крепи почти изцяло на **българския потребител** (въпреки че има доста чужденци, повечето от тях предпочитат ски и морските курорти). Затова е интересен и профилът на българските туристи, изведен в **Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България, хоризонт 2030**. Най-характерното за тях е, че са:

- ✓ туристи в трудоспособна възраст, търсещи почивка и възстановяване;
- ✓ семейства и групи (семейства и приятели), търсещи сигурност и гаранция за качество;
- ✓ туристи със собствен опит, търсещи добро съотношение цена – качество;
- ✓ туристи, пътуващи извън активните сезони – уикенди и празнични дни;
- ✓ туристи, пътуващи с кратък престой, но по-често и целогодишно;
- ✓ активно търсещи туристи, гъвкави в избора си и със собствено мнение, организиращи пътуването си сами и склонни да комбинират няколко вида туризъм;
- ✓ емоционално свързани с България туристи (българи, живеещи в чужбина), ценящи предлагането на културно-исторически забележителности;
- ✓ туристи с по-висок образователен ценз и интелектуално ниво, търсещи задоволяване на допълнителни потребности и с необходимост от допълнителни продукти в различните видове туризъм;
- ✓ хора, свързани с природата и екологичния начин на живот, с изисквания към целесъобразното използване на природните ресурси и използване на устойчив туризъм;

- ✓ хора, активни в глобалната мрежа и ползващи електронни услуги, нови технологии (мобилни);
- ✓ хора със собствени имоти или почиващи при близки, склонни да комбинират пътуване с цел „селски туризъм“ с друг специализиран вид туризъм (планински, еко, културен, спа, лов и риболов).

Като обобщение може да се каже, че всички тези нови тенденции в туризма и характеристики на потребителите, новите технологии, глобализацията и политиките в областта на околната среда и климата, неравномерното развитие на селските райони и др. поставят на сериозно изпитание креативността, предприемчивостта и икономиките на местните общности, но и създават неограничени възможности за диверсификация на услугите, вкл. туристическите, за по-малки и по-нерискови инвестиции в туризма, за използване на повече ресурси, които преди дори не са били считани за туристически (например храната и продуктите от фермите, редки видове растения и животни) и за по-голяма гъвкавост и адаптивност в предлагането на услуги и атракции.

3.4. Характеристики и предимства на алтернативния туризъм

Алтернативният туризъм и нестандартните му форми се възприемат като цяла система, която комбинира природните и културни забележителности, човешкия потенциал, гарантира спокойствие, по-малко на брой посетители, но затова пък за по-продължително време годишно, като по този начин предпазва от разрушаване околната среда (което иначе се случва при презастрояването и замърсяването в големите курорти), запазва местните идентичности в противовес на анонимното обслужване в масовия туризъм, т.е. засяга всички аспекти на устойчивото развитие.

Първо предимство на алтернативния туризъм е, че използва **малки и естествено оформени пространства**, като сменя бетонните постройки с по-малки по размер семейни или обществени места за настаняване – къщи, палатки, бунгала. Налице е съобразяване с възможностите за естествено възпроизводство на природата, разумно управление на ресурсите, регулиране на туристическите посещения, които да не нарушават качеството на обществения живот на местното население, като в същото време не се ограничава вероятността за допълнителни приходи. Постига се допустимо съотношение между броя на туристите и постоянните жители – селата подобряват демографския си облик, защото има работа за младите, но едновременно с това няма сезонен наплив на туристи, след приключването на който местните остават без препитание.

Този туризъм **не е сезонен, нито териториален**, използва равномерно дестинациите, както и годишните времена. Нещо повече, той може да се практикува в региони, в които няма какво друго да се прави, дори земеделие (например в отдалечени, планински, необлагодетелствани територии). Алтернативният туризъм се смята за перспективен сектор именно, когато развиването на друга икономическа дейност е затруднено или невъзможно и където в основен ресурс се превръщат точно недостатъците – диво, трудно достъпно, нищо не вирее, съответно няма активна човешка дейност, но пък затова е запазено биоразнообразието във всичките му форми. Сезонността също не е особен фактор, както при масовия туризъм, свързан с морските

почивки и ски ваканциите. Селски, приключенски, еко, кулинарен, културен и спортен туризъм могат да се практикуват според условията на сезоните през цялата година, като не поставят клиента пред избор от кое точно да се лиши – нищо не пречи след почивката на морето, през есента да се отиде във ферма, която предлага атракции, зимата – на ски, а през пролетта на приключение по реката.

За разлика от масовия туризъм, който обикновено е пасивен – почивка на море, спане, храна, плаж, **алтернативният се свързва с активността – физическа**: спорт, приключения, **интелектуална**: запознаване с някаква култура, учене например на занаяти, опознаване на природни видове, **емоционална**: нови изживявания и създаване на добри спомени. Масовият туризъм е анонимен – готвачите на храната не се виждат, камериерките и сервитьорите гледат да не се набиват на очи., алтернативният туризъм е **персонализиран** и водещо е личното отношение към всеки гост, личния контакт с домакините на селската къща, водачът на планинската разходка, занаятчията, който обучава, учителят по гмуркане. Тук трябва да се подчертае, че обучението и квалификацията на собствениците и персонала на места за настаняване, заведения или атракции са изключително важни.

Поставя се акцент на **автентичното, на различното**, типично националното или местното, за разлика от масовия туризъм, който се стреми към унификацията на търсенето и предлагането (вериги хотели, вериги ресторанти по цял свят с едно качество). Именно затова се счита, че алтернативният туризъм, освен за икономиката има огромно значение и за запазване на местните култури при защита на техните характеристики, поддържа традициите и дори има положителен ефект за възстановяване и опазване на недвижимите имоти по наследство (които иначе щяха да пустеят), дава възможност за реставрация на културни ценности с увеличените приходи от посещението им, ограничава достъпа на големи групи до застрашените обекти.

Вече се каза, че **икономическите предимства** са допълнителните приходи за местните бюджети, създаването на заетост и работни места за населението – този вид туризъм може да е препитание за цели семейства, повишава капацитета на местните хора чрез обучение и предприемачески опит, стимулира развитието на други сектори – транспорт, търговия, занаяти, земеделска продукция, медии и интернет, битови услуги – фризьорство, химическо чистене, пране, готвене. Често пъти този вид туризъм привлича и сериозни външни инвестиции – от чужбина или от града и то не само в областта на хотелиерството и къщите за гости, но и в други сфери. В **социален аспект** алтернативният туризъм намалява миграцията, както и равнището на бедността, като успява да включи понякога и уязвимите групи – било като работници, било като клиенти във вид на обособени туристически пакети за хора със специфични нужди.

3.5. Недостатъци

Макар че нестандартните форми на туризъм звучат като добра перспектива за всеки селски район, трябва да се отбележи, че съществуват и редица проблеми, които са както обективни, така и следствие на субективни фактори – държавна политика, липса предприемачески капацитет на местните общности, неразвита инфраструктура, недостатъчно средства за инвестиции.

Основен проблем на алтернативния туризъм, особено в България е, че той е ориентиран към **по-ниско платежоспособни потребители**, предлагайки основно нощувки и храна в непретенциозна обстановка. В страните от Европа, където има повече опит и традиции в това отношение, услугите са по-разнообразни – има и луксозни вили и имения за селски туризъм, както и евтини къмпинги във фермите, но и там общо взето този сегмент е насочен към хората, които търсят по-ниски цени. Затова и често се получава разминаване между очакванията на собствениците и резултата – строят се много къщи за гости било по проекти, било с лични инвестиции, но тъй като не се предлагат никакви допълнителни атракции, няма реклама, няма добър бизнес-план, не се използват съвременни начини за туристическо предлагане, квалификацията на обслужващия персонал е ниска, а цените – високи, за да „избият“ инвестицията, в крайна сметка начинанието няма успех. Съотношението цена-качество, както и предприемаческата култура са сред най-важните фактори да се развие успешна услуга.

Друг проблем е именно **липсата на унифициране на качеството** на услугите, което и смущава потребителите. Докато звездите на хотелите и особено марките на определени световни вериги гарантират, че гостите ще получат точно каквото са очаквали, категоризацията на алтернативните места за настаняване често пъти не подсказва нищо. За някои посетители това може и да е предизвикателство, но за други е фактор, който ще ги откаже от подобен вид почивка. Разбира се, европейските сертификати, например за „Зелена къща“ или доказана еко-дестинация са показател за добро качество, но все пак е много важна подходящата маркетингова стратегия и реклама на мястото – включването в сайтове за туристическо предлагане, снимки в социалните мрежи, препоръки от уста на уста или рейтинг в интернет, публикуване на впечатления и отзиви, общи действия с други туристически доставчици от съответното място. В България липсва отделна резервационна система за настаняване в селския туризъм, но повечето собственици използват Airbnb и Booking.com, наравно с масовото туристическо предлагане. Туроператорите за алтернативен туризъм са малко, но все пак в последните 5 години има няколко, които се занимават само с този вид туризъм.

Проблем за България остава и **общата лоша инфраструктура** – много от селата, подходящи за туризъм са почти недостъпни заради неподдържани пътища, нямат канализация, някои от тях нямат и водоснабдяване, в защитените зони липсват указателни знаци и информационни табели, културните забележителности се рушат или не са маркирани. Според БААТ, затруднения създава и **човешкият ресурс** – алтернативният туризъм изисква понякога висока професионална подготовка не само в хотелиерството - трябва планински водачи или специалисти-еколози по редки видове растения и животни, квалифицирани готвачи, трябва да се познават добре обичаите и бита, традициите и фолклора от професионалисти-етнографи и занаятчии, домакините трябва да знаят чужди езици.

Трябва да се отбележи още, че някои видове алтернативен туризъм може да имат **обратен на заявеното ефект** – примерно масовото посещение на събития може да замърси и увреди околната среда, вместо да я запази (както се случва в последните години на Рилските езера), ловът или прекомерното посещаване на защитени зони да нарушат биоразнообразието, затова всичко това трябва да се извършва организирано и

под контрола на професионалисти, като за целта задължително трябва да бъдат въввлечени и местните власти.

3.6.Разлика между туризъм в селските райони и селски туризъм

Когато се говори за туризма като един от елементите на развитието на селските райони, в повечето случаи се употребява терминът „селски туризъм“. Трябва да се уточни, че това понятие може да се интерпретира по два начина. **В широк смисъл** всяка форма на алтернативен туризъм по селата на практика може да се приеме за „селска“ според мястото: еко-туризъм сред природата, фермерски – обиколка на стопанствата, приключенски, спортен – колоездене, езда, плуване, кулинарен и винен туризъм. В такива случаи някои изследователи определят концепцията за селски туризъм като тип „чадър“ за всички алтернативни форми, стига да са практикувани на село. По този начин обаче „селски“ става почти синоним на „алтернативен“, което не е съвсем точно, защото едно катерене из пещерите например, скачането с бърджии, операта сред скалите и рокфеста в Каварна или регатата по Дунав би трябвало да са селски туризъм, но те се практикуват със съвсем различни цели, задоволяват потребности, които нямат общо със „живота на село“. От друга страна, в селските територии могат да се развиват и традиционни масови форми на туризма – повечето от морските курорти в България и Гърция са си типични села, но почивката в тях няма общо с алтернативния туризъм. В селски райони, на които центровете са по-големи градове също се развиват алтернативни форми на туризма, които не могат да се определят като „селски“ – например игрищата за голф, уелнес и спа са по-скоро градски туризъм, нищо че се развиват по селата, от градски тип може да бъде и културният туризъм – особено в архитектурни резервати (например замъци в европейските държави, запазени стари части на градовете като Созопол, Несебър, Хисаря). Следователно, по-точният общ термин е „алтернативен“ туризъм, чиито прояви се практикуват, както в града, така и на село, а „селски“ туризъм е разновидност на алтернативния, като характеристиките му не са свързани само с мястото.

„Селският“ туризъм в по-тесен смисъл е туризъм в селските райони (според мястото), алтернативен (според протичането и философията), вид устойчив туризъм (според целите за развитието му: икономическо развитие, опазване на природата, социална функция), но главната му характеристика се определя от **целта на посещението**: да се опознае селската среда, демографията, социалната култура, произхода на мястото, начина на живот на хората, традициите, обичаите, т.е. животът на село. Така към селския туризъм могат да се причисли фермерският туризъм – обиколка на ферми за покупка, участие в работата им, селски туризъм е и обучението в занаяти и участието във фолклорни фестивали, събори, кулинарни състезания, отчасти винения и гурме-туризмът, ако представят типични за района продукти. Най-важно за селския туризъм е активното участие на всички местни заинтересовани страни в развитието му: не само собствениците на къщи за гости, но и местните производители, заведения, занаяти, изкуства, храна, услуги. В България представата за селски туризъм е почивка в реконструирана селска къща в старинен стил и с носии по стените, хранене с „традиционни ястия“ в малка механа към къщата, атракциите се ограничават до басейн или детска площадка. Трябва да се подчертае, че това също не е класически

селски туризъм, тъй като макар и алтернатива на курортния туризъм, си е вид пасивна почивка по време на отпуската или уикенда. „Автентичността“ на живота на село изобщо не се ограничава само до местата за настаняване – в западна Европа има редица примери, в които гостите пребивават в супер-модерни нови къщи по селата (особено еко и от естествени материали) или в палатки и каравани, но все пак успяват да се включат активно в местния бит и общност.

В заключение може да се каже, че „алтернативен“ е всеки туризъм, различен от традиционния курортен, независимо от мястото, в което се провежда. В селските райони могат да се практикуват най-различни форми на алтернативния туризъм, една от които е селски туризъм. Селски туризъм пък е всяка форма, която представя в най-добра светлина селския начин на живот, изкуство, култура и традиционно наследство, като по този начин местното население извлича икономическа и социална полза. При селския туризъм посетителите се включват активно в местния живот, а не са наблюдатели, както в повечето случаи се разбира у нас. За развитието на селските райони могат да спомогнат не само селския, а и повечето видове алтернативен туризъм, които отговарят на изискванията за устойчивост.

4. Алтернативни и нестандартни форми на туризма в България

В България често вместо „алтернативен“ в официалните документи се използва терминът „специализиран“ туризъм. Така се прави разлика между основните форми на масовия ваканционен морски и планински ски туризъм и други по-нестандартни видове и форми на туристическото предлагане. През последните 10 години в страната ни се развиват туристически продукти, които по своята същност са алтернативни форми на туризма, като целта е държавата да се превърне в целогодишна дестинация. Въпреки заявените намерения и приоритети в стратегиите за туризма, като цяло обаче, България продължава да има имидж на ваканционна, предимно морска дестинация с ниски цени. Това се дължи както на политиката за реклама на Министерство на туризма, така и на редица други обективни и субективни проблеми, включително и на местно ниво, които ще бъдат разгледани по-нататък в анализа.

Според данни от последните проучвания на пазарите, по отношение на морския ваканционен туризъм България е **силно конкурентоспособна** спрямо черноморските страни. Спрямо средиземноморските държави обаче, страната изостава и като предлагане, и като имидж. В другите продуктови сегменти – културен туризъм, спа, балнео и уелнес почивки (най-общо здравен туризъм), еко, селски и голф туризъм, потенциалните и реалните туристи определят България като **по-малко конкурентоспособна**. В продуктовото предлагане доминират два туристически продукта – морски рекреативен туризъм и планински зимен ски туризъм. Те формират основната част от туристическите посещения в България и определят облика ѝ като дестинация за евтин масов туризъм.

4.1. Стратегически документи

Законът за туризма от 2013 г. поставя пред българския туристически сектор целта за устойчиво развитие и конкурентоспособност на националния туристически продукт. Регламентирани са условията за развитие на алтернативните видове туризъм, въвеждането на единни критерии за извършване на туристически дейности, осигуряване на защита на потребителите. През 2017 г. Законът е променен и допълнен в отговор на необходимостта да се постави туристическата индустрия на полагаемото ѝ се приоритетно място в икономиката на страната. През 2020г. се очакват нови промени в закона именно по отношение на алтернативните туристически продукти.

В **Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2020** за първи път се говори за **диверсификация на продукти и диверсификация на територии**. Като основна цел в Стратегията е записано *„утвърждаване конкурентоспособността и ефективността на туристическия сектор на България посредством оптимално използване на наличните природни и антропогенни ресурси в съответствие с пазарните изискванията и потребителските очаквания за устойчиво развитие на туризма“*, като един от механизмите за това е диверсификация на туристическите продукти и развитие на отговорен туризъм, както и стимулиране на регионалното развитие, намаляване на регионалните различия и създаване на силни регионални брандове. Сред **стратегическите цели** са: разпознаваемост на страната ни не само като сезонна курортна, но и като целогодишна дестинация с характерна национална идентичност, запазени културни традиции и съхранена природа; повишаване на конкурентоспособността на българския туризъм чрез повишаване качеството на продуктовата специализация; въвеждане на добри европейски практики, включително внедряване на иновации; насърчаване на вътрешния пазар и развиване на туристически продукти, отговарящи на вътрешните пазарни тенденции; стимулиране ролята на туризма като фактор на пазара на труда чрез повишаване квалификацията, производителността и адаптивността на работната сила.

Като **приоритети** на Стратегията, освен позиционирането на българския туризъм в по-висок ценови клас, са идентифицирани и: увеличаване дела на специализираните (алтернативни) видове туризъм, водещи до целогодишна и по-интензивна натовареност – балнео (медицъл спа), спа и уелнес, културен (във всичките му форми - исторически, археологичен, етнографски и поклоннически), еко и селски туризъм, приключенски, конгресен, ловен, голф, винен и гурме туризъм и др.; опазване и устойчиво използване на туристическите ресурси, в това число природни, културни и антропогенни; подобряване на туристическите атракции и свързаната с тях инфраструктура.

В **Актуализирана версия на Стратегията от 2017 г.** отново е записано, че *„От гледна точка на ресурсите, с които разполага обаче България има потенциал да развива културен, здравен, еко и други алтернативни видове туризъм не само като спомагателни, но и като основни продуктови линии.“*

4.2. Видове туризъм и алтернативни туристически продукти

В Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 г. са определени основните туристически продукти, които в момента предлага страната ни, както и перспективните за развитие алтернативни форми на туризма, от които приоритетно да бъдат създадени нови туристически продукти.

Като **основен** е определен **ваканционният туризъм** в двете му разновидности – морски и планински ски туризъм.

Ваканционен туризъм. Основен туристически продукт е **морският курортен туризъм**. В България има 18 климатични морски курорта от национално значение и 16 климатични морски курорта от местно значение. Най-общо предимствата му са атрактивното крайбрежие, наличието на плажни ивици с качествен пясък, относително плитките води. Сред основните недостатъци са прекомерното застрояване, вкл. незаконно строителство, пренаселването, свлачищните процеси, лоша организация при ползването на плажовете, недостиг на квалифициран персонал в обслужването, замърсяването на околната среда и водите, недостатъчно развитата инфраструктура между и в туристическите места. **Планинският курортен туризъм** се развива в 5 планински климатични курорта от национално значение, в 50 климатични курорта от местно значение, както и в над 100 селища без официален курортен статус. Планинските курорти извън урбанизираните райони са концентрирани в Родопите, Рила и Пирин. Ски ваканциите привличат чуждестранни туристи и генерират основна част от приходите. Към това се добавят и инвестициите, насочени към изграждане на модерни настанителни съоръжения в трите зимни ски центъра – Банско, Боровец и Пампорово. Общата дължина на ски пистите в България е сравнително малка: Боровец – 58 км., Банско – 50 км., Пампорово – 37 км., Витоша – 19 км. През летния сезон също се предлагат разнообразни възможности за туризъм и отдих в планините - програми за пешеходен, вело и конен туризъм, делта и парапланеризъм, парашутизъм, водни спортове, скално катерене, спелеоложки туризъм, състезания по ориентиране, скаутски лагери и други. Данните на НСИ за зимните курорти през летния сезон показват, че летният планински туризъм привлича все повече туристи.

Специализирани (алтернативни) форми на туризъм. В Стратегията е включено и разработването на специализирани (алтернативни) видове туризъм – като алтернатива на масовия туристически продукт. Такива са: селски, екологичен, планински, приключенски (преходи с колело, на кон, със ски и снегоходки, спускане с лодки, гмуркане, проникване в неосветени пещери, преминаване на алпийски маршрути с водач) и тематичен (свързан с културно-историческото наследство, с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти). България развива и т.нар. нишови туристически продукти – спортен, градски развлекателен, круизен и делови туризъм. Продуктите на алтернативния туризъм са разделени на **приоритетни и такива с потенциал за развитие**.

Туристически продукти, определени като приоритетни:

- **Културно-познавателен туризъм.** Заема особено важно място в туристическия потенциал, тъй като България е наследник на няколко древни цивилизации - траки, римляни, византийци и прабългари и е на трето място в Европа след Италия и Гърция, по брой археологически паметници. Ресурсите за развитие на културен туризъм включват археологически, архитектурни, етноложки, религиозни обекти, исторически забележителности, както и културни институции – музеи, галерии, читалища и културни събития от различно естество, свързани с нематериалната култура. В страната ни има 33 археологически и 10 етнографски, архитектурни и исторически резервата, разкрити са около 1000 гробни съоръжения и тракийски съкровища, има над 40 000 регистрирани културни ценности, от които над 10 000 с национално значение, 7 културни и два природни обекта, включени в списъка на UNESCO. През 2016 г. броят на музеите е 195, които са привлекли над 5 млн. посещения, от които над 1 млн. от чужденци. Организиран са над 2300 изложби и 663 концерта. Предимствата на туристическите продукти в областта на културния туризъм са разнообразяването на дестинациите – богато културно наследство има в цялата страна, както и възможността културният туризъм да бъде комбиниран с всички други видове туризъм и да служи за основа на удължаването на туристическите сезони. Слабите му страни са главно в недостатъчната диверсификация на предлагането на туристически продукти за неговите подвидове – познавателен, развлекателен, образователен, слаба реклама на музеите и на нематериалното наследство – фолклор и занаяти, местните обичаи, кухня и традиции.

Религиозният туризъм в днешни дни е част от културния туристически продукт. По принцип поклонническите пътувания се определят като един от най-старите видове туризъм, но днес терминът се използва не само за пътуване с цел религиозни практики, а като форма на туризъм с познавателна цел и акцент върху духовните ценности. България е богата на църкви и манастири, джамии, езически светилища, свещени места, природни забележителности с лековити свойства. Липсата на ограничения от религиозен характер и свободата на вероизповеданията осигуряват добри възможности за пълноценно използване на наличния потенциал. Въпреки благоприятните условия и богатството с религиозни обекти, този вид туризъм не се предлага значимо в нито един туристически район. Като недостатъци могат да бъдат посочени и неподдържаната или липсваща пътна инфраструктура до манастирите, липсата на указателни табели, недобре поддържаните манастири и църкви, липсата на добре обучени туристическите кадри и екскурзоводи на религиозна тематика..

Виненият туризъм също се смята се за част от културния туристически продукт. България е известна с разнообразните си винени сортове и е на челните места в ЕС сред държавите производителки на вино, както и на 21 място в света. През последните години страната се превръща в атрактивна дестинация за винен туризъм – не само заради традициите във винопроизводството и културата на виното, а и заради множеството успешно функциониращи частни изби, някои от които вече са и посещавани туристически атракции. Има създадени три винарски клъстера – Античен път на тракийското вино, Пътят на Орфей и Пътят на Дионисий. Очертани са и девет национални маршрута. Виненият туризъм се характеризира с модерна специализирана

инфраструктура в унисон с най-съвременните изисквания, сравнително добра транспортна достъпност до избите, наличие на качествени места за настаняване в самите изби или в близост до тях. Може да се съчетае с различни прояви, свързани с виното – празници, панаири, винени фестивали, както и с празници, обичаи и ритуали, свързани с бита на местните хора. Като недостатъци могат да се посочат пропуски в качеството на туристическото обслужване в обектите за винен туризъм, както и относително ниската към момента популярност на продукта на външните пазари.

Кулинарният туризъм също е вид културен туризъм и е нов модерен туристически продукт, разрастващ се през последните две десетилетия. Редица изследвания на световния туризъм сочат, че над 1/3 от разходите на туристите са за храна, което важи и за България – според данните на НСИ, разходите за крайно потребление на услуги, свързани със сервиране на храна и напитки са съответно 30% и 27% от всички разходи. Новият профил на туриста, който търси удовлетвореност и индивидуално преживяване определя добрата кухня и запознаването с местните традиции в кулинарията като основен фактор за качество на преживяването. Кулинарният туризъм има стратегическа роля в имиджа и брандинга на 88% от туристическите дестинации в световен мащаб. Сред предимствата на този вид туристическо предлагане са традиционната кухня и разнообразните ястия, характерни за различните райони на България, регионалните кулинарни специфики, позволяващи разработката на кулинарни маршрути и възможностите за съчетаване на продукта с винен и културен туризъм. Кулинарният туризъм има шанс да се превърне във водещ продукт в туристическото предлагане, както и да развие допълнителни събития, свързани с храна - фестивали, конкурси, демонстрации, кулинарни шоу програми, както и и дейности, подпомагащи пряко развитието на местните общности - посещения на местни производители, включително и биологични, фермерски пазари, дегустации и други. Сред проблемните области са слабото му промотиране през годините и подценяването на възможностите му в подкрепа на развитието на регионалните дестинации.

Фестивалният и събитиен туризъм също е ключов елемент от културно-познавателния туристически продукт. В Регистъра на туристическите фестивали и събития са вписани 1278 събития и фестивали от които 99 с международно значение. Макар да са атрактивни за чужденците, фолклорните събития и певчески фестивали не се рекламират особено в чужбина, поради което посетителите им са относително малко и предимно от България. Продуктът е с нереализиран потенциал, тъй като редица традиционни български празници и обичаи – нестинари, кукери и др. са уникални в Европа и могат да привличат множество туристи.

- **Здравен туризъм (медицински, спа, wellness).** Напоследък здравният туризъм в България съчетава традиционни курортни терапевтични дейности като балнеолечение, рехабилитация и профилактика, с модерни wellness и спа програми. Този вид туризъм все по-често се комбинира с други туристически продукти, например – културен, кулинарен, спортен туризъм.

СПА и wellness туризъм. В последните 5 години глобалната wellness индустрия нараства от 2.98 трилиона евро до 3.30 трилиона евро, като се правят около 700 млн.

wellness пътувания годишно. В САЩ и Европа wellness и СПА стават определящи за здравното поведение и здравната култура, като в САЩ тези понятия се отнасят главно към ежедневието и свободното време, докато в Европа са свързани основно с туризма. Секторите с най-голям принос са: красотата и анти-ейдж, здравословно хранене и намаляване на теглото, фитнес и ум-тяло, превенция и индивидуална медицина и здраве, допълнителни грижи и алтернативна медицина, спа индустрия, термални/минерални извори. Wellness” е съкращение на „well-being-fitness” и означава поддържане в добра форма. СПА е абревиатура на старата римска култура – sanus per aquam (здраве, чрез вода). Въпреки наименованието, не винаги СПА обектите са свързани с водна среда - минерална, морска, езерна и др., това могат да бъдат хотели или самостоятелни студия в градовете, които предлагат подмладяващи процедури, масаж, фитнес. Само около 40% от СПА курортите по света са свързани с водни територии. България е сред първите в Европа по богатство и разнообразие на хидротермални води и климатолечение. Страната е втора след Исландия и изпреварва държави с доказани традиции в балнеологията по отношение на съществуващи, развити и регистрирани (сертифицирани) ресурси на минерална вода. Голяма част от минералните води извира от голяма дълбочина, което е гаранция за тяхната чистота, у нас има почти всички видове минерални води, които се срещат по света, както и находища на лечебна кал. В България има 19 балнеолечебни курорта от национално значение и 35 балнеолечебни курорта от местно значение. В тази бройка не са включени климатичните морски курорти (общо 34), в някои от които също има отлични условия за развитие на здравен туризъм. Характеристиките на минералните води у нас правят България една от страните с най-благоприятни условия за възстановяване и лечение чрез вода и дават възможност да бъдат третирани над 90% от най-масовите заболявания, лекувани и заплащани по клинични пътеки от европейските здравни каси. Понастоящем обаче по-малко от 0.4% от водите се използват за балнеолечение, което показва значим нереализиран потенциал.

Медицински туризъм. Страната ни има добри възможности за развитие и на този вид туризъм, свързан не с разкрояване и подмладяване, а с лечение на различни заболявания. Предпоставки за разрастването му по цял свят са тенденцията към застаряване на населението и повишеното потребление на здравни услуги. Поради добрата си обезпеченост с лечебни заведения (на първо място сме по легла на глава от населението в ЕС) и достатъчен брой лекари, България има потенциал да се включи активно в световната здравна туристическа индустрия като „Център на здравето в Европа“. Като проблемни области обаче, могат да се очертаят презастрояването в близост до здравните ресурси, липсата на достатъчно удобни и надеждни транспортни връзки до здравните дестинации, недостиг на среден медицински персонал с добра професионална подготовка (рехабилитатори, физиотерапевти кинезитерапевти, масажисти). Промотирането на здравния туризъм в България също не е на достатъчно добро ниво, макар да е сред приоритетните продукти в последните десетилетия.

Туристически продукти с потенциал за развитие:

- **Екотуризм.** В контекста на глобалните климатични промени и нарастващото негативно въздействие на човешката дейност върху околната среда, екотуризмът е

относително нов туристически продукт, но с много висок потенциал за развитие. По своята същност той е *„отговорно пътуване до природни места, което съхранява околната среда и поддържа благополучието на местните жители“* и е в основата на развитието на устойчивия туризъм като цяло. България има изключителни възможности за развитие на този вид туризъм – тя е на трето място в ЕС по дял на защитените територии (34%), предхождана от Словения (38%) и Хърватия (37%). У нас има над 1000 защитени територии и обекти, сред които 55 резервата, 344 природни забележителности, 564 защитени местности, 3 национални и 11 природни парка. 17 от резерватите в страната са обявени за биосферни по програмата на UNESCO, а два от природните обекти – Национален парк „Пирин“ и резерват „Сребърна“ са включени в списъка на UNESCO на Световното природно наследство. Още предпоставки за развитие на екотуризма са и сравнително добрата мрежа от планински пътеки, изградената и поддържана паркова инфраструктура за туризъм и рекреация, интерпретативните маршрути, както и условията за настаняване в къщи за гости и туристическа база, съобразена с особеностите на районите. Някои от туристическите обекти са сертифицирани с регионални марки. Сред слабостите са хаотичното застрояване, несъобразено със специфичната за районите архитектура, небалансирано развитие на различните райони, неразвита туристическа инфраструктура в някои от дестинациите за екотуризъм – недостъпни и трудни за посещение горски територии, информационни табели с непълна и подвеждаща информация, лошо състояние и неподдържани съоръжения (заслони), замърсяване на поляни и пътеки, лошо сметосъбиране и най-вече липса на реклама на държавно ниво.

- **Селски туризъм.** Селският туризъм също е нова и перспективна ниша в туристическия отрасъл. По данни на Евростат над 45% от общия брой нощувки на туристите в ЕС в последните години се осъществяват в селски райони. Неговата основна цел е да създаде допълнителен алтернативен бизнес за местните общности, като диверсифицира основната им дейност - земеделието. Селският туризъм предоставя добри възможности за създаване на заетост и за повишаване на доходите, може да подпомогне задържането на младите хора в селата и да ги предпази от обезлюдяване. Предимствата на този вид туризъм са, че може да се развива навсякъде, където природната среда не е прекалено урбанизирана. Много български села, особено в планинските и полупланинските райони предоставят комплексни условия за селски туризъм, заради уникалното съчетание на забележителна природа, климат и автентична селска атмосфера. Като цяло, селският туризъм в България все още се намира в ранен етап на развитие и е изправен пред редица проблеми като лошо състояние на социалната, техническата и пътната инфраструктура в селата, което затруднява достъпа до тях, лоши социално-битови условия в голяма част от съседните селски къщи и принадлежащите дворни места, застаряването и ниската образователна култура на населението. За да не се задълбочат проблемите на масовия туризъм и за да се запазят предимствата на селския туризъм, е нужно да се прилагат критерии за осигуряване на устойчивост, като например определяне на съотношение между броя на туристите и местните жители, регулиране на достъпа до защитени екосистеми, отчитане и

гарантиране на добро ниво на удовлетвореност едновременно на туристите и на местното население.

- **Приключенски туризъм.** Приключенският туризъм е един от най-бързо развиващите сектори в туристическата индустрия, тъй като е свързан с физическата активност и култура, привлича по-младото и образовано население и не вреди на природата. Включва дейности като кану, рафтинг, приключенско, планинско и шосейно колоездене, конна езда, някои видове сафари, програми за оцеляване, катерене с планински водач, планински преходи с различна трудност, вкл. преходи със ски, снегоходки или с кучешки впряг, височинен туризъм над 6000 м, сноуборд. И в това отношение България е със значителни ресурси. Според Adventure Tourism Development Index страната ни е в топ 10 на развиващите се държави с най-голям потенциал за развитие на приключенски туризъм. Към момента обаче, той е слабо застъпен и се предлага като индивидуален туризъм или под формата на специализирани туристически пакети за малки групи български и чуждестранни туристи. Промотирането му се осъществява само на фирмено ниво и липсва като акцент в националната туристическа оферта.

- **Градски развлекателен туризъм.** Градският развлекателен туризъм е все по-разпространена форма, която няма сезонен характер и се практикува като комбинация от разглеждане на исторически забележителности, опознаване на местния бит и култура, участие в културни и арт-събития, шопинг. Градовете в България имат богато културно-историческо наследство, наситен събитиен календар, много възможности за забавления и спорт. Предимство е близостта на българските градове с природата и възможността за съчетаване на градския с културен с други видове туризъм. Предлагат се отлични възможности за забавления и разнообразие от ресторанти (с традиционна и чужда кухня), барове и заведения за нощен живот. България вече е свързана с достатъчно дестинации чрез ниско тарифните полети, което развива градските уикенд пътувания. Градският развлекателен туризъм обаче също търпи негативното въздействие на лошото състояние на транспортната инфраструктура на някои места, както в градовете, така и между тях, дефицити по отношение на обществения транспорт, вкл. таксуването, недостатъчно добрите означения (или означения само на кирилица) и други. Според класацията на Lonely Planet в топ 5 на най-интересните за посещение градове в България са София, Пловдив, Варна, Велико Търново и Бургас.

- **Спортен туризъм.** България има международен имидж на страна носител и символ на спортна слава и постижения. Това създава по естествен начин стимули за развитие на българския туризъм в интеграция с физическата култура и спорта. Типичните форми и разновидности на спортния туризъм, както по света, така и у нас, са пътуванията на спортисти, вкл. любители (активен спортен туризъм) и пътуванията за наблюдение на спортни събития (пасивен спортен туризъм). България разполага с благоприятни условия за развитие на този вид туризъм. През последните години е обновена значителна част от спортната база, изградени са нови модерни съоръжения.

Голф туризмът може да бъде разглеждан като част от спортния туристически продукт на България, тъй като вече има няколко модерни и луксозни игрища в различни краища на страната, включително и на морския бряг.

Велотуризмът става все по-разпространен като туристически продукт в Европа. Предимствата на този вид туризъм са, че значително намалява емисиите от транспорт за придвижване до дестинацията, а при велопътуванията на дълги разстояния те са елиминирани изцяло. Велосипедният туризъм се развива в две направления. По-широко разпространено у нас е **планинското колоездене**, което може да се счита и за част от приключенския туризъм. Освен като летен заместител на ски туризма в планинските курорти, маршрути за планинско колоездене съществуват във всички по-високи планини у нас. Вече има и значителна велосипедна общност, която на доброволни начала извършва множество дейности, които следва да са в компетенциите на различни държавни институции. Другото направление на велосипедния туризъм са **дългите велосипедни маршрути** и обиколки на забележителности. В България има потенциал за подобни маршрути, поради наличието на няколко дълги речни системи, около които те обикновено се ориентират. Слабото развитие на това направление е породено от факта, че при него изискванията към пътната инфраструктура задължително трябва да бъдат одобрени от държавата. Не трябва да се счита обаче, че за подобни маршрути задължително е необходимо изграждането на вело алея. Опитът на европейско равнище показва, че редица мерки за адаптация са приложими за съставянето на висококачествени маршрути с минимални публични инвестиции и кратък период на възвръщаемост под формата на приходи в местната икономика.

Ловният туризъм също е част от спортния туристически продукт на България. Географското разположение, релефът, климатът, водните ресурси и другите природни условия са предпоставки, които обуславят наличието на изключително богати и разнообразни флора и фауна, на запазена дива природа и впечатляващи с красотата и силата си дивечови популации. Ловният фонд на България възлиза на над 10 млн. ха., ловните стопанства са 40. За нуждите на ловната дейност са изградени 68 бази за интензивно развъждане, разселване и ползване на елен лопатар, муфлон и дива свиня и 15 ферми за производство на ловни птици, от които 9 за производство на фазани и 5 за производство на полудиви патици. Рибното богатство на България също е голямо и разнообразно. Освен по черноморското крайбрежие, обекти за риболов са и големите язовири Искър, Белмекен, Голям Беглик, Широка поляна, Доспат, Батак, Вьча, Рабиша, Бакър дере, Караджа дере. Речният риболов е достъпен по водите на Камчия, Тунджа, Ропотамо, Велека и техните притоци, които привличат аматьори и професионалисти и по-слабо по река Дунав. Като цяло към добрите предпоставки за развитие на ловен туризъм са и изградената специализирана инфраструктура - удобни пътища, добра комуникация, високо проходими транспортни средства, ловно-стопански съоръжения ловни резиденции, домове и хижи. Практикуването на ловен туризъм в България се намира под строг контрол, което допринася за опазването на биоразнообразието.

- **Събитие (конгресен туризъм).** В последните години България започва да се утвърждава като дестинация за провеждане на срещи и конгреси на международно и национално ниво. Предпоставка за това са елитните хотели, атрактивните цени и

приятната атмосфера. Четирите международни летища осигуряват лесен достъп от всяка точка на света. Заради наличието на подходяща инфраструктура за провеждане на конгреси, конференции, изложения и други делови събития, страната ни е място за изложения в областта на промишлеността и услугите, селското стопанство и новите технологии, туризма и др. Предимство е и голямото разнообразие от конферентни възможности, предлагани от високо категорийните хотели в страната, инициативността на НПО за организиране и провеждане на МІСЕ и наличието на национални туроператори, специализирани в МІСЕ туризма. Като слабости могат да се посочат слабо развитата конферентна инфраструктура в по-малките туристически места, ограниченият брой на директни полети към България и застаряването на предлагания от страната панаирен туристически продукт.

В Концепцията за туристическо райониране на България, 2015 г. са систематизирани всички видове специализирани (алтернативни) туристически продукти, които до голяма степен се припокриват с тези в Стратегията за туризма.

Морски туризъм	Морски рекреативен туризъм - традиционни морски рекреационни дейности (слънце, пясък и море)
	Морски спортен туризъм – яхтинг, гмуркане, сърфинг и други
Планински туризъм	Планински ски туризъм (ски спорт и други зимни спортове)
	Планински пешеходен туризъм – мотивиран основно от желанието за пешеходни преходи в планината
	Планински рекреативен туризъм – мотивиран основно от желанието за стационарен отдих в планински селища и извънселищни курорти
Приключенски и екотуризъм	Приключенски туризъм - откривателски, екстремен (алпинизъм, делта- и парапланеризъм, рафтинг, пещерен туризъм и др.)
	Екотуризъм – отговорно пътуване до запазени природни комплекси с основна цел наблюдение и изучаване на дивата природа (включително в защитени природни територии)
Здравен туризъм	СПА и уелнес туризъм – свързан с процедури за отпускане и комфорт за тялото и душата, основани на различни природни ресурси и продукти (минерална вода, етерични масла, лечебна кал, вино, шоколад и др.)
	Балнеотуризм – свързан с ефективно лечение и рехабилитация под медицински контрол, чрез минерална вода, лечебна кал и др.
	Медицински туризъм - основна цел на пътуването и подобрене или възстановяване на здравето чрез медицинска интервенция
Селски туризъм	Етно-селски туризъм - пътуване до селските райони с основна цел пасивно или активно участие в селските традиции
	Еко-селски туризъм - пътуване до селските райони с основна цел пребиваване в екологично чиста среда, консумация на екологични продукти, общуване с природата и местните общности
	Аграрен туризъм - пътуване до селски райони с цел активно участие в аграрните трудови дейности
Културен туризъм	Културно-исторически туризъм: мотивиран от интерес към материалното и нематериалното наследство (музеен, археологически, културно-религиозен, етно-фолклорен и др.)
	Фестивален и събитиеен културен туризъм: основен мотив е посещението на конкретни културни прояви (обикновено с фиксиран период на провеждане и кратка продължителност)
	Културен туризъм на изкуствата: мотивиран основно от интереса към различни изкуства (музика, танц, литература, изобразително, филмово изкуство)

	Творчески туризъм: основен мотив за пътуване е желанието за творческа изява и създаването на култура заедно с местните общности (фотографски, занаятчийски туризъм и др.)
Религиозен туризъм	Религиозен туризъм – посещение на религиозни обекти и места, основно мотивирано от задоволяването на духовни потребности
	Поклоннически и култов туризъм - пътуване с цел поклонение пред свети места на вярата или участие в религиозни ритуали, независимо от художествената стойност на обектите или събитията
Винен кулинарен туризъм	Винен туризъм - основна цел на пътуването е дегустацията на вина и продукти на гроздето
	Кулинарен туризъм - основна цел на пътуването е дегустацията на ястия и напитки, характерни за определена дестинация.
	Гурме туризъм – разновидност на кулинарния туризъм, с изискване за еклузивност в качеството и уникалността на храната и напитките
Градски туризъм	Градски културно-познавателен туризъм – мотивиран от интереса към материалното и нематериалното наследство на градовете, както и към съвременната градска култура
	Шопинг туризъм – мотивиран от възможността за пазаруване, каквато обикновено предлагат по-големите градове
	Развлекателен туризъм – мотивиран от възможността за преживявания и развлечения в типично градска среда
Делови туризъм (MICE)	Конгресен туризъм – мотивиран от участието в конгреси, конференции, семинари и др.
	Бизнес туризъм – мотивиран от участието в бизнес срещи, търговски изложения, борси и други делови прояви
	Тийм билдинг туризъм – мотивиран от желанието за неформално общуване на служителите на фирми и организации в извънработна среда
	Инсентив туризъм – свързан с поощрителни или наградни пътувания, обикновено финансирани от големи корпорации
Спортен туризъм	Активен туризъм: мотивиран от практикуването на спортни и спортно-тренировъчни дейности
	Спортно-събитийен туризъм: мотивиран от посещението на спортни прояви
Круизен туризъм	Морски круизен туризъм – пътуване на кораб по море до различни дестинации по маршрут с определена продължителност, с цел отдих и с обща цена
	Речен круизен туризъм – пътуване на кораб по река до различни дестинации по маршрут с определена продължителност, с цел отдих и с обща цена

- **Други видове алтернативен туризъм**

Съществуват и други видове алтернативен туризъм, които не са включени в Стратегията за устойчиво развитие, но са класифицирани като отделни форми или като отделни продукти в редица справочници, изследвания и туристически оферти. Така например, като отделен вид туризъм е определен **фото туризмът**. По принцип, по време на всички пътувания туристите обикновено правят снимки за спомен, но понякога единствената цел и мотив на посещението е фотографирането с цел изложба, правене на албуми, научно изследване. Когато обектите на заснемане са диви животни в техните естествени местообитания, се говори за фото лов или фото сафари. Някои изследователи отделят като вид специализиран туризъм т.нар. **тематични турове**, които включват туристически посещения с цел изучаване на местни занаяти или съвременни изкуства, летни школи по пеене и рисуване и т.н. Типичен пример са

„зелените училища“ за подрастващите. За **научен туризъм** се говори, когато основната цел на посещението е научно изследователска, включително участието в различни семинари или конференции. В много от случаите понятието припокрива екологичния или познавателно-историческия туризъм, защото се изследват интересни обекти от природата или архитектурата, както и събитийния туризъм заради участието в някакъв форум. Има случаи обаче, когато обект на посещението не са точно туристически забележителности, а мини или находища, фабрики и заводи, селскостопански ферми, а изследването е посветено на начините, по които работят в икономически смисъл; или пък от природните обекти на наблюдение се търсят определени параметри – химичен и геоложки състав, произход и т.н., което дава основание този вид туризъм да бъде определен като различен вид. **Развлекателният туризъм** понякога е разновидност или част от градския туризъм, но в други случаи е свързан с целенасочено посещение единствено на различни специално създадени увеселителни паркове, увеселителни заведения или съоръжения - аква- и луна-паркове, тематични паркове (на Пинокио, на Малката русалка), Дисниленд и др., а те често се намират извън границите на градовете. Като специфичен развлекателен туризъм се определят и панаирите за развлечения, карнавалите, круизите. Тук като подвидове се включват и шопинг-туризмът, характерен особено за градовете, в които има модна индустрия, секс-туризмът, обиколки на барове и нощни заведения.

4.3. Проблеми на алтернативния туризъм в България

През последните пет години алтернативният туризъм в България се развива все по-бързо и печели голям брой привърженици. Малко известни доскоро, населени места като Рибарица, Доспат, Добринище, Добърско, Лещен, Ковачевица, Боженци, Долен и много други стават все по-предпочитани дестинации за сметка на големите планински и морски курорти. Въпреки кризата в туризма през миналата година и намаления брой туристи по Черноморието, според туристическите оператори, слабият сезон на морето е бил компенсиран донякъде от другите видове туризъм – предимно културен, спа и спортно-приключенски, градски. Основните фактори за това са ниско тарифните полети и факта, че Пловдив беше европейска столица на културата. Петзвездните хотели успешно се заместват от къщи за гости и къмпинги, а за разлика от големите планински и морски курорти като Банско и Слънчев бряг, където активният сезон е в рамките на няколко месеца, при алтернативния туризъм посещаемостта не се променя в рамките на годината. Трябва да се подчертае обаче, че успешното развитие на алтернативен туризъм у нас се крепи почти изцяло на българския потребител, макар че има и немалко чужди гости, както и предимно на частната инициатива или осъществени публично-частни партньорства, включително и чрез ЛИДЕР/ВОМР.

Основен проблем на алтернативния и нестандартния туризъм у нас е **липсата на държавна политика в промоцирането и рекламата му**. Въпреки заявените добри намерения, Министерство на туризма не отделя никакви средства за рекламата на този вид туризъм зад граница, не се осигурява участие в международни изложения и борси за алтернативните туристически продукти. И през 2020 г. отпусканият бюджет отива отново единствено за реклама на морските курорти и то при положение, че повечето почивки са договорени с туроператорите още през месец февруари. Едва през миналата

2019 г. за първи път в България се провежда национално изложение за алтернативен туризъм - пилотното издание на **форума „Четири сезона България”**, организирано от частната “Конгрес Тур” , с подкрепата на Община Пловдив. Все пак през последните две години, все повече от обектите сами се рекламират активно в различни специализирани сайтове и на чуждите туристически борси, появяват се и първите туроператори, които продават само алтернативни продукти, както и редица сдружения – регионални или на база вида туристически продукт (за селски и приключенски туризъм, екстремни спортове). Маркетингът обаче трябва да се реализира с общи усилия, защото някои дестинации са прекалено малки, за да правят всичко самостоятелно - както от гледна точка на финансов ресурс, така и като знания на собствениците.

Друг проблем е **липсата на комплексен подход към инфраструктурата** за развиване на алтернативни туристически услуги, който за съжаление отново може да се разреши единствено на държавно ниво. Места, които са подходящи например за селски и еко туризъм са практически недостъпни заради разбитите пътища, които водят до тях. Като пример най-често се дават живописните местности и села край Дунав, в които туризмът не се развива не поради липсата на ресурси и дадености, а поради лошото състояние на инфраструктурата – освен пътищата, канализация, водоснабдяване, замърсяване, лошо стопанисване, вкл. и на реката. Обезлюдяването в много от планинските райони прави безсмислен разговора за туризъм там, защото просто няма кой да го движи – ярък пример е Трънският край, в който има едновременно прекрасна дива природа и най-много населени места без нито един жител.

Състоянието на **обществения транспорт** – БДЖ и автобуси също е пречка – алтернативните туристи предпочитат смесения начин на придвижване – с колело сред природата, но все пак трябва да стигнат до планината или парка с влак, а не с лек автомобил. В много от селата има **деградирани архитектурни пространства** – порутени и запустели къщи, неремонтирани площади и нерегламентирани сметища, които не са привлекателна гледка за посетителите дори на най-луксозните къщи за гости в същото населено място. За развитието на алтернативния туризъм **няма единна концепция и политика** – Министерство на туризма определя приоритетите и дестинациите, но пътищата и канализацията, сметосъбирането, архитектурните планове, реставрацията на културни ценности, опазване на биоразнообразието са в правомощията на най-различни администрации, министерства и на местните власти, които много рядко действат координирано и в една посока. Според Българската асоциация за алтернативен туризъм, донякъде този проблем може да се реши именно чрез **прилагане на подхода ВОМР**, тъй като той предполага интегрираните усилия на частни и публични инвестиции на местно ниво, съобразно целите, формулирани в Стратегиите на МИГ, вкл. и целите за развитие на туризма в селските райони.

Друг проблем на алтернативните туристически услуги в България е скъсаната връзка между **местните производители на земеделска продукция и туристическото предлагане**. За разлика от другите държави в ЕС, българските фермерски храни стигат трудно до хотелите или къщите за гости (освен ако не са собствено производство и не се сервират на място). Дребните земеделци трябва да спазват същите хигиенни

изисквания, както и промишлените стопанства, независимо от различната технология на производство. Отрицателните нагласи към сдружаването между производителите също са проблем и са причина те да не могат да предложат големи количества, адекватни на търсенето, примерно в курортите. Директните продажби са регулирани едва от няколко години от Наредба 26 и са усложнени с административни изисквания, което затруднява фермите да предлагат пресни храни директно на потребителите, които ги посещават именно с цел покупка или пък на местния ресторант, който иска да сервира рецепти от местните кулинарни традиции. Контролът над храните се упражнява от МЗХГ и БАБХ, а изискванията към туристическите обекти – от Мин. на туризма и Мин. на здравеопазването. Това е и причината у нас т.нар. „**регионални марки за качество**“ (местни храни, занаяти и туризъм), препоръчани от ЕК за селските райони, и в България управлявани от Министерство на регионалното развитие да са половинчати и да нямат желаните ефекти за развитие на местния туризъм.

Липсата на квалификация и предприемачески опит у собствениците, бизнесмените и местните също представляват проблем за алтернативния туризъм. Не се познават правилата (често доста административно усложнени), не се знаят и възможностите за финансиране по европейски програми (също сложни и трудни за жителите на селата), няма достатъчно курсове за обучение или пък няма интерес към тях, защото туризмът е „бизнес като всеки друг“ и „какво повече мога да науча“, не се разбира същността на алтернативните услуги – не е достатъчно само да построиш къща за гости или приличен хотел, но трябва да предложиш домашна храна, атракции и забавления, програми за децата. Намирането на работна ръка също е непосилно понякога – населението е застаряващо, младите са малко, а работата не е сезонна и изисква квалифицирани умения – планински и пешеходни водачи, катерачи, историци, експерти по културното наследство, етнографи, занаятчии. Обслужващият персонал рядко знае чужди езици и е изпълнен с психологически предразсъдъци към чужденци и посетители от други места. Затова и много от програмите за финансиране на туризма включват и обучение по най-различни теми, тъй като човешкият фактор е сред най-важните. Развитието на алтернативния туризъм и изискването за устойчивост предполага максимално използване на трудовия потенциал на местното население и повишаване на неговата квалификацията и езикова култура.

Макар че в България действат **стотици асоциации, сдружения, обединения и камари** за туризма, те са по-скоро браншови и професионални организации, някои от тях с районни структури, но без да фокусират внимание върху определена територия. Най-големите са Българска Туристическа Камара (БТК), Асоциация на българските туроператори и турагенти (АБТТА), Българска Хотелска и Ресторантърска Асоциация (БХРА), Българска асоциация за алтернативен туризъм (БААТ), Българска асоциация за селски и екологичен туризъм (БАСЕТ), Българска асоциация на туристическите агенции (БАТА) и др. Създаден е и Национален борд по туризъм, който обединява освен туристически услуги, частен бизнес и браншови организации, общини и големи инвеститори и взаимодейства с държавните институции, които имат отношение към формиране на националната туристическа политика, стратегия и съответната законова регламентация за развитието на туристическата индустрия в

България. Организацията има разработена „Визия 2030“ за стратегическото позициониране на дестинация България. Почти липсват обаче **асоциациите и сдружаването на регионален принцип**. В Концепцията за туристическо райониране (2015) за 9-те туристически района е предвидено да бъдат създадени такива регионални структури за всеки от тях, но на практика засега съществуват само няколко (Бургаска, Ямболска, Родопи и Стара планина), които не съвпадат с районите, други не отговарят на условията или са обединения на местни туроператори и хотели и защитават частни интереси, а не тези на местните общности. Регионалните асоциации са необходими именно за да работят за комплексното решаване на проблемите на туризма в съответния район и би трябвало да обединяват не само хотели, ресторанти и предлагащи атракции фирми, но и производители на земеделски продукти, вкл. и биологични производители, местни услуги и дребен бизнес (търговия, поддръжка и ремонт, лодки, велосипеди и т.н.), публични власти – областна и общинска администрация, които се грижат за благоустрояването на инфраструктурата, пътищата, архитектурата и реставрациите, НПО в сферата на културата и опазване на околната среда. Такива обединения се ангажират и с професионален маркетинг и обща реклама на целия регион, създават партньорства и мрежи, занимават се с общо промотиране на дестинацията-региона с оглед изграждане на силен общ бранд, координиране на дейности на различните членове, както и периодично се допитват и консултират с местните общности. Липсата на регионални обединения е и една от причините в страната ни да няма силни регионални туристически брандове, каквито имат например Испания, Италия, Португалия, Гърция, и др. държави от ЕС.

4.4. Най-нови данни за туризма в България – все повече извън големите курорти

Туризмът продължава да е сред структуроопределящите сектори за българската икономика и тази тенденция е видима и според данните за последната година, както и през първите месеци на 2020 г. (преди кризата с Ковид 19). През 2019 г. приходите от входящ туризъм надхвърлят 3,7 млрд. евро, ръстът спрямо 2018 г. е 0,4%. За периода декември 2019 г./ февруари 2020 г. приходите от входящ туризъм възлизат на над 457 млн. евро. Ръстът спрямо периода декември 2018 г./февруари 2019 е 7,7%. През месец януари 2020 г. общият брой туристически посещения на чужденци в България е 478 931. Увеличението спрямо януари 2019 г. е 13,2% . От данните, събрани от НСИ, Министерство на туризма и Евростат може да се направят и някои изводи, извън икономическите сметки.

Посещенията на чужденци в България за 2019 са общо 12 552 152 (НСИ). Най-много посещения има през летните месеци: юни 1 537 033, юли 2 083 051, август 2 325 187, септември 1 286 370. Най-малко те са през февруари - 482 982, а през останалите месеци варират между 766 411 (октомври) и 554 276 (януари). Очевидно България продължава да е дестинация основно за морска почивка, но все пак стабилният брой туристи и през останалите месеци на годината показва, че алтернативните форми на туризма имат все по-добри резултати. Като курioз може да се спомене и факта, че по брой туристически посещения България изпреварва Австралия, която има 8.25 млн. посещения, но там туристите са похарчили около 9 пъти повече пари. В ЕС България

също продължава да изпъква като евтина дестинация. Според СТО, един чуждестранен турист оставя у нас средно 440 евро, като този показател за Европа е средно 750 евро. Все пак приходите от нощувки за 2019 г. са общо 1 521 865 800 лева (около 780,5 млн. евро), като от тях 1 097 177 131 лева са от чужденци – т.е. местата за настаняване, независимо дали са в курорт, голям град или село печелят предимно от чуждите гости. Също така е видно, че приходите от нощувки вече са малка част от общите приходи от туризма и хората харчат средства повече за храна, развлечения, атракции, различни активности и покупки.

Реализираните нощувки за 2019 г. са общо 27 154 791, от които 17 479 846 на чужденци, българите са реализирали по-малко нощувки – 9 674 945. Пренощувалите чужди туристи обаче са 4 067 350, а българските – 4 120 284, т.е. почти поравно. Общо 1 908 628 души са нощували в курортите с национално значение. Според НСИ, 10 950 728 са нощувките в курортите на чужденци - 5 016 304 нощувки в Слънчев бряг, 3 469 287 Златни пясъци, 1 100 186 Албена срещу зимните курорти - 250 497 в Боровец, 123 569 Пампорово (Банско не е сред курортите с национално значение и не се отчита в данните на НСИ). За местата за алтернативен туризъм няма данни, но все пак се вижда, че по-голямата част от нощувките са реализирани извън дестинациите за масов туризъм, както и броят туристи, нощували в тях са около ¼ от всички туристи – български и чужди. Трябва да се отбележи и това, че много от местата за настаняване за алтернативен туризъм също не влизат в статистиката (къмпинги, стаи за гости, които не са отделни обекти, апартаменти под наем), тъй като не са категоризирани, предлагат се чрез платформите за споделяне, които не подават данни, има разминаване между методиката на НСИ и Министерство на туризма (например според НСИ в община Никопол няма места за настаняване, а според МТ има 3 такива).

Най-много чужденци посещават България от съседните страни, като водещ пазар за 2019 г. остава Румъния (1 287 млн. туристи у нас), следвана от Гърция (1 168 млн.), Турция, Сърбия и Македония. През 2019 г. страните от Европейския съюз продължават да са най-важният генериращ пазар за международен туризъм на България с относителен дял 60,8%, общ обем от 5 662 041 туристически посещения и 55% от всички чужди туристи. Най-много са от Германия, увеличават се посещенията от Обединеното кралство, Италия, Австрия и Гърция, намаляват посещенията от Чехия, Словакия и Белгия. Преразпределението също се дължи на променения пазар на туристически услуги – алтернативният туризъм по принцип е по-краткосрочен – едnodневен или уикенд, както и дестинациите обикновено се избират на разстояние не повече от 150 км, което не важи за почивките, независимо дали са в масов курорт или в къща за селски туризъм. Посещенията с цел почивка и ваканция през 2019 г. формират 62,9% от всички туристически посещения.

Във вътрешен план, Северозападният район отново се представя най-зле по отношение на туризма през 2019 г. Реализираните нощувки общо са 566 530, от които 75 065 от чужденци, пренощувалите гости са 284 128, от които едва 35 939 чужденци (предимно румънци). За сравнение - в Северен централен са реализирани 893 810 нощувки от 525 726 лица (130 984 чужденци), в Североизточен - 7 888 370 нощувки от 1 784 731 лица (1 188 759 чужденци), в Югоизточния - 10 565 610 нощувки от 2 089 330 лица (1

345 581 чужденци), в Югозападния 4 456 931 нощувки от 2 237 214 лица (1 126 008 чужденци), в Южен централен - 2 783 540 нощувки от 1 266 505 лица (240 079 чужденци). В самия Северозападен район най-добре по отношение на туристическите посещения е област Ловеч - 272 184 нощувки, 127 097 посетители и 9 187 чужденци. По принцип там е и най-развитата база за настаняване, включително и най-много къщи за гости, както и допълнителни атракции. Най-зле се представя област Видин с реализирани 67 568 нощувки, 43 011 посетители, но чужденците са повече дори от област Ловеч - 9 672. В област Плевен нощувките са 79 673, посетителите 43 546, а чужденците - 9 720. Малкият брой нощувки и високият брой чужди туристи в целия Северозападен регион подсказва, че става дума за еднокдневни румънски туристи, които идват с цел забавление, разходка или по работа, но приходите от нощувки се реализират предимно от българите. От данните на НСИ не става ясно каква е целта на посещенията, но за област Ловеч приходите са 10 194 181 лева при 78 места за настаняване, от които едва 957 842 от чужденци, а за област Плевен - 3 841 671 лева при 24 места за настаняване, от които 1 723 425 от чужденци, т.е. може да се предположи че в единия случай става въпрос за почивка, а в другия – за командировки по работа.

5. Предпоставки за развитие на алтернативни и нестандартни форми на туризъм на територията на МИГ „Белене-Никопол“. Оценка на ресурсите

5.1.Общо състояние на туристическото предлагане

Както вече многократно беше казано, туризмът се смята за неделима част от възстановяването и устойчивото развитие на селските райони. От една страна се отчита засилената необходимост от диверсификация в неземеделски дейности в районите, където земеделието е почти единствена форма на препитание, а от друга, новите тенденции в потребителското мислене изискват преразпределение на туристическите потоци и дестинации, както и по-отговорно отношение към опазването на природата и активна почивка.

По отношение на туризма Белене и Никопол са типични дунавски общини, в които въпреки близостта на реката, която е естествен воден път, място за риболов и спорт и местообитание на редки растителни и животински видове, туризмът е слабо представен. Въпреки богатия и неизползван досега ресурс - природни забележителности и множество културни ценности, цялото поречие на Дунав на практика е откъснато от основния поток туристи в страната. В другите държави от ЕС – Германия, Австрия, Унгария и дори Сърбия и Румъния, едни от най-богатите региони са около река Дунав, а в България е точно обратното – там са най-бедните общини. Въпреки че от 2011 г. съществува Дунавската стратегия, която трябва да помогне на крайречните региони да се развиват, у нас тя все още се използва слабо. Основното финансиране е по Програмата за транснационално сътрудничество "Дунав" 2014-2020, чийто общ бюджет е близо 263 млн. евро. От тях по данни на Регионалното министерство досега са реализирани проекти едва за 10.5 млн. евро. Проблемите са много – поддръжката на самата река, свързаността с пътища, състоянието на инфраструктурата в малките населени места, лошото състояние на културните

паметници, малките общински бюджети. Едната причина за слабото използване на европейския механизъм е, че не се планира устойчиво и дългосрочно, а се работи "на парче" по отделни проекти, тъй като у нас отговорни за различните структурни проблеми са най-различни институции, между които трудно се получава координация. Друг проблем е, че няма обособен отделен Дунавски регион, а трите района за планиране на север включват големи територии, които са във вътрешността на страната и по черноморското крайбрежие и на практика нямат общо със спецификите на общините по реката. Така дунавските селища не са обединени, макар че имат сходни характеристики и проблеми.

Туризмът в двете общини на МИГ Белене и Никопол също не е добре представен като икономически сектор, въпреки че в последните години има известен напредък, главно като следствие на реализирани европейски проекти. Макар че на територията има запазени редица паметници на материалното културно наследство, както и интересни природни зони и забележителности, а напоследък се увеличават местата за настаняване и ресторантьорството, в сектора приходите от продажби са малко, броят на заетите лица спада. Настанителната база не се използва ефективно, което се изразява в ниската заетост и краткия среден престой на туристите. На територията на МИГ липсват туристически атракции, повечето архитектурни паметници не са в добро състояние (с изключение на крепостта „Димум“, реставрирана по проект), а достъпът до тях е затруднен. Не се развива и речният транспорт, нито възможностите на природен парк „Персина“ за отдих и разходки, както и за наблюдение на редки видове животни и птици. Ограничено е също така използването на круизен туризъм, който може да допринесе за туристическото развитие, подценява се потенциала за риболовен туризъм, не само за любители риболовци, но и за по-широка аудитория, чрез предлагане на разходки с местни рибари.

В целия Северозападен район за планиране, който обхваща пет области: Видин, Монтана, Враца, Плевен и Ловеч, селският туризъм също не е особено добре развит. Изключение прави единствено Ловешка област, в която 30 села имат къщи за гости, което се дължи на централното разположение на областта в страната, разнообразния климат и релеф, резерватите и екопътеките в Националния парк „Централен Балкан“. Във Видин къщите за гости са в 4 села, в Монтана – в 8 села, във Враца – 5 села и в Плевен – 3 села. В област Плевен селският туризъм е застъпен в селата Сухаче и Бресте (община Червен бряг) и Опанец (община Плевен) с общ капацитет от 43 легла, разпределени в 3 къщи и 1 вила за гости. И в трите села съществуват условия за риболов и плаж на реките Искър и Вит и на малки язовири, както и екопътеки сред липови и дъбови гори. На територията на МИГ Белене-Никопол засега няма обекти за селски туризъм, макар че някои от местата за настаняване са категоризирани именно като къща за гости, но всъщност представляват малки семейни хотели. Впечатлението за нивото на битовите условия е, че са в добро състояние и отговарят на съответните санитарно-хигиенни условия. За да бъде обаче този вид туризъм в прекия смисъл селски туризъм, би трябвало собствениците да притежават и неголеми дворни площи с някои от основните овощни и зеленчукови насаждения, както и да отглеждат домашни

животни и птици. Това ще позволи на туристите, при желание от тяхна страна, да участват в прибирането на съответните видове плодове и зеленчуци или грижа за домашните животни. При осигуряването на необходимите безопасни условия посетителите могат да участват и в някои несложни стопански дейности, особено на такива, които са характерни за съответното землище. Необходими са и допълнителни атракции – разходка с лодка или колело, пешеходни маршрути, организиран лов и риболов и др.

Затова и в двете общини на МИГ е установена **обща потребност от инвестиции и диверсификация на дейностите** в тази посока. Чрез развитието на туризма се очаква да се запази, съхрани и доразвие потенциала на съществуващите природни и културни забележителности, както и да се осигури развитие на икономиката, повишаване на заетостта и доходите, да се създадат условия за отдих и възстановяване, освен на туристите, така и на местните жители.

5.2. Туризмът като приоритет в стратегиите на двете общини и МИГ

Развитието на туризма е приоритет в местните планове за развитие на повечето Дунавски общини, както и в стратегиите на съществуващите МИГ.

В Общинския план за развитие на община Белене с обща цел за периода 2014-2020 г. *„Съхранение, подкрепа и развитие на хората, бизнеса и средата за устойчиво развитие на община Белене“*, развитието на туризма е част от **Стратегическа цел 2: Създаване на условия за икономически растеж, чрез развитие на предприемачеството, човешките ресурси и привличане на инвеститори** чрез нейния **Приоритет 3: Развитие на туризъм в община Белене**. Приоритетът има две специфични цели, първата от които включва *Подкрепа за създаване на модерна туристическа инфраструктура и популяризиране на възможностите за туризъм в община Белене*: Реконструкция, модернизация и изграждане на туристическа инфраструктура, включително инвестиции за достъп и съпътстващи съоръжения до природните забележителности в община Белене“; Продължаване на археологическите проучвания и възстановка на античния кастил „Димум“ и др. археологически обекти; Дейности по проучване, опазване и възстановяване на биологичното разнообразие; Дейности по проучване, събиране и съхранение на културно-историческото наследство; Реконструкция, модернизация и подобряване състоянието на културно-исторически и религиозни институции и паметници; Изграждане на музей в гр. Белене; Изграждане на паметен мемориал на остров Персин; Превръщане на общинската рибарска хижа на остров Магарец в зелена училище и музей на р. Дунав; Изграждане и/или модернизиране на туристически посетителски и информационни центрове; Изграждане на туристически пристан и съпътстваща инфраструктура; Изграждане на нови туристически атракции“; Дейности за популяризиране на природните и културно-исторически забележителности на община Белене и възможностите за туризъм. Втората специфична цел е свързана с *Подобряване качеството на човешкия ресурс в туристическия сектор на община Белене* и предвижда: Обучение и придобиване на умения за работа в туристическия сектор, включително чрез демонстрационни

дейности, обмяна на опит, стажуване и практика; Обучение и придобиване на умения от млади предприемачи в туристическия сектор на община Белене.

Сериозните намерения на общинската администрация за развитие на туризма са отразени и в другите цели и приоритети на Общинския план. В **Стратегическа цел 1: Подобряване на условията на живот и развитие на техническата инфраструктура и комуналните услуги, Приоритет 1: Подобряване на техническата инфраструктура** има Специфична цел 1.4.: Благоустрояване на средата в населените места на община Белене, която включва и мерки като „Изграждане на Крайдунавски парк в гр.Белене” (в границите му ще се включат посетителския център на ПП , както и античната крепост „ Димум”) и „Изграждане и рехабилитация на спортни, детски площадки и съоръжения за масов спорт” В същата цел по **Приоритет 2: Модерна инфраструктура за съвременни публични услуги** има Специфична цел 2.1: Модерна база за съвременни образователни и културни услуги на населението, която включва: Читалищата – информационни и културни центрове на община Белене - дейности за обновяване на оборудване и материално-техническата база, допълващи мерки за енергийна ефективност и подмяна на енергийната база, обновяване и дигитализиране на библиотечния фонд, осигуряване на публични зони за безжичен достъп до интернет, създаване и развитие на иновативни културни събития и продукти. В **Стратегическа цел 2: Създаване на условия за икономически растеж, чрез развитие на предприемачеството, човешките ресурси и привличане на инвеститори, освен развитие на туризма,** освен Приоритет 3, който е изцяло посветен на туризма, в **Приоритет 1: Създаване на условия за икономически растеж в община Белене** в Специфична цел 1.1: Създаване на модерна инфраструктура за развитие на бизнеса на територията на община Белене е предвидено и „Изграждане на рибарски лодкостоянки и пазар за риба, включително инвестиции за достъп и съпътстваща инфраструктура”, което също има отношение към развитието на туризма.

В **Общинския план за развитие на община Никопол** е формулирана общата цел: „Създаване на нови възможности за подобряване условията за развитие на местната икономика и средата на живот на хората, съпроводжани от повишаване на заетостта, доходите, образователното равнище, здравния статус на населението“, като туризмът е изведен в **Приоритет № 1: Интелигентен растеж и икономическо развитие** в **Специфична цел 6: Разнообразяване на икономическите дейности и повишаване качеството на живот в селските райони** в Мярка 3: Подпомагане на частните инициативи в областна на туризма - Проучване и информиране за възможностите за финансиране, помощ при изготвяне на проекти за кандидатстване, включване в регионалните туристически продукти и **Специфична цел 8: Развитие на алтернативен туризъм с 6 мерки:** Мярка 1. Професионална промоция и реклама на туристически продукти, базирани на настоящото предлагане - Програма за визуална информация, ориентация и реклама на туристическото предлагане в общината; Мярка 2 - Създаване на актуализирана общинска програма за алтернативен туризъм (2014-2020); Мярка 3 - Създаване на туристически продукт „Археологически и исторически училища на терен”; Мярка 4 - Информирание на населението за възможните инициативи

и достъпните финансови източници за изграждане на туристическа инфраструктура и предлагане на туристически услуги; Мярка 5 - Създаване на специализирана устройствена схема за развитие на туризъм в общината; Мярка 6 - Подобряване на туристическата инфраструктура и информация: изграждане на екопътеки, обновяване на пътната инфраструктура в туристическите ареали, подкрепа за туристическия информационен център – създаване на пълен актуализиращ се информационен и рекламен пакет за туристическо предлагане, изграждане на туристически лифт – хълма над гр. Никопол, превръщане на р. Осъм в привлекателно място за екотуризъм.

Още цели за развитие на туризма са формулирани като част от **Специфична цел 1: Повишаване производството и продукцията в промишлеността и селското стопанство на Приоритет № 1. Интелигентен растеж и икономическо развитие**, в които част от Мярка 2 е „Инициране, разработване и реализиране на проект за създаване и развитие на клъстер туризъм“ В Мярка 3 от същата цел и приоритет се предвижда Организиране на фестивал на виното, Никопол - развитие и утвърждаване на изложението, като предпочитано място за реклама и представяне на нови продукти за български и чуждестранни фирми; Организиране на ежегодно търговско изложение за здравословни хранителни продукти. По **Приоритет № 2. Постигане на социална кохезия чрез укрепване и развитие на човешкия капитал**, **Специфична цел 4: Развитие на културата, спорта и младежките дейности**, Мярка 1 е Развитие на културата, опазването и експонирането на културно историческото наследство: Инвестиции за обновяване на културните институции; Опазване, експониране, социализиране и популяризиране на културно- историческото наследство; Насърчаване на предприемачеството в сферата на културата. Мярка 2 е Развитие на спорта и местата за отдих: Изграждане на крайдунавски паркове в селищата по брега на река Дунав.

В **Стратегията на МИГ Белене-Никопол** е заложена основната цел: *Устойчив растеж и европейско развитие на територията чрез балансирано пространствено развитие, инвестиции в публична и социална инфраструктура, стимулиране на икономическия потенциал в земеделието и промишлеността, защита на природното и културното наследство и развитие на туризма*, чрез 3 приоритета:

1. Повишаване на ефективността и производителността на малките и средни селски стопанства чрез модернизация и разнообразяване към неземеделски дейности
2. Подобряване на условията на живот чрез развитие на техническата инфраструктура и опазване на околната среда;
3. Създаване на условия за икономически растеж и развитие на работната сила на местния пазар на труда

Развитието на туризма е заложено в **Приоритет 1: Повишаване на ефективността и производителността на малките и средни селски стопанства чрез модернизация и разнообразяване към неземеделски дейности**, **Специфична цел 2 - Развитие на неземеделски дейности, услуги и туризъм**, като основното средство за постигане на тази цел е мярка 6.4 от ПРСР „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“, а

също и в **Приоритет 2: Подобряване на условията на живот чрез развитие на техническата инфраструктура и опазване на околната среда в Специфична цел 2** – Развитие на малка инфраструктура в областта на отдиха и туризма, като ще бъдат използвани възможностите на мярка 7.5. от ПРСР „Инвестиции за публично ползване в инфраструктура за отдих, туристическа информация и малка по мащаб туристическа инфраструктура“.

Трябва да се отбележи, че в подадените проекти по мярка 6.4 досега само два са свързани с туризъм – „Предоставяне на атракционни услуги“ от „АГРО СТИЛ – С“ ЕООД и „Развитие на иновативни образователни алтернативни туристически услуги на територията на МИГ Белене – Никопол от“ "ЕВРОКОНСУЛТ МИГ" ООД. Прием на проекти по мярка 7.5 все още не е обявен.

5.3. Оценка на туристическите ресурси – изходна точка за формиране на туристически продукт

Туристическите ресурси са природните или антропогенни обекти и явления, които привличат посетители в дадена дестинация. Превръщането им в забележителности и източник на туристическа дейност обаче не става само по себе си. За да може потенциалната им атрактивност да се превърне в туристически продукт, в тях трябва да се направят значителни вложения на средства и труд – за реставрация, опазване, улесняване на посещенията, съпътстваща инфраструктура, реклама. Оценката на ресурсния фонд се извършва по две направления: **оценка на атрактивността** (познавателни, ценностни, рекреационни качества) и **оценка на състоянието**, условията за използването им и технико-икономическите възможности. Например, един добър ресурс (манастир, архитектурна забележителност и др.) може да е безценен като историческа стойност, но неизползваем като туристически обект (заради лошо състояние, липса на пътища, липса на хора). В крайна сметка може да се окаже, че е целесъобразно и по-печелившо усвояването на по-некачествени и по-непривлекателни, но с по-добри експлоатационни условия туристически ресурси.

Освен това, развитието на туризма в селските райони, който на практика е нова дейност за повечето от тях, зависи от много условия и фактори, като най-важните могат да бъдат диференцирани в няколко групи: местоположение и достъпност, наличие на съхранена природа и условия за отдих и почивка, наличие на културни забележителности и възможности за запознаване с характерните местни обичаи, занаяти, бит и кулинария, качество на настанителната база, услуги. С известна условност местата за настаняване могат да се определят като вторичен фактор, защото без наличието на природни и културни ресурси, туризъм не може да се развива, но от друга страна, без наличие на подходяща база за настаняване тези дадености не биха се превърнали в туристически продукт. Също като вторичен фактор се определя и доброто състояние на селското стопанство в районите – ферми за плодове и зеленчуци, месо и сирене, особено ферми за биологично производство, тъй като потребителите на алтернативния туризъм предпочитат да ядат пресни и традиционни за района местни продукти.

5.3.1. Местоположение и достъпност, пътища

Разположени в най-северната част на България, крайдунавските общини, включително Белене и Никопол, са до голяма степен отдалечени от столицата и градовете в Южна България, където се формира голяма част от туристическото търсене в страната. Тази степен на отдалеченост се наблюдава и по отношение на летищата в София, Пловдив, Варна и Бургас, като летището в Букурещ в Румъния е на приблизително същото разстояние, а до някои от общините по Дунав и доста по-близо от българските летища. Отдалечеността на района от основните курортни центрове и големите градове, които генерират туристически потоци, ограничава възможностите за практикуване на краткотраен отдих или уикенд туризъм до посетителите от най-близките областни градове или от съседна Румъния. Възможности за идване на чужди туристи съществуват и чрез транспорт по реката, но те не се използват пълноценно, тъй като там има редица други проблеми.

Връзката на района около Дунав с Южна България се осъществява чрез първокласни пътища по направленията Видин-Кулата, Русе-София и Русе-Стара Загора. Русе и Силистра са свързани по първокласни пътища с Шумен и Варна, а на територията на крайдунавските общини няма автомагистрали и скоростни пътища. Както се вижда, до Белене и Никопол се стига по второкласни пътища, които осигуряват връзка с първокласната мрежа или областните центрове. Огромен проблем за целия район е отсъствието на първокласен път, който да свързва селищата по поречието на Дунав в посока запад-изток. Това е и основната пречка трудно да бъдат реализирани културни, велосипедни, спортни, винарски, пешеходни и др. маршрути, каквито има заложиени в редица програми на ЕС.

Основен елемент на транспортната инфраструктура в **община Белене** са общинските пътища, като през територията ѝ не преминават международни пътища, както и автомагистрали и първокласни пътища от републиканската пътна мрежа. Значителна част от местната пътна мрежа е от бившите четвъртокласни пътища (сега общински), чрез които се осъществява и свързаността между селата. Повечето от тях са в лошо състояние, а поддръжката и реновирането са проблем, тъй като общината няма бюджет за основен ремонт, както и за поддръжка на съоръженията по съответните отсечки – мостове, канавки, отводнителни съоръжения и др. Изградената транспортна мрежа в община Белене е с гъстота под средната за страната, но сравнима със съседните общини е над гъстотата на транспортната мрежа в общините Свищов и Никопол. Транспортната инфраструктура в **община Никопол** осигурява достъп до всички населени места, но също не може да се поддържа в добро състояние поради недостиг на средства. Пътищата от републиканската мрежа са от втори и трети клас, а общинските са пет, всичките в лошо състояние, няма обходни пътища до селата, тези от републиканската мрежа преминават директно през тях, което нарушава качеството на околната среда и затруднява развитието на природния и селския туризъм.

Железопътният транспорт, който често е използван от алтернативните туристи, особено от колоездачите, също не е в добро състояние. До Белене има изградена

железопътна мрежа, която напоследък обслужва само товарни превози, тъй като пътническият превоз по отсечката Ореш – Белене е спрял поради нерентабилност. През територията на община Никопол преминава ж.п. линия Ясен – Сомовит-Черковица, като линията има връзка с 2-ра главна ж.п. линия София – Варна. Дължината ѝ на територията на общината е около 4, 6 км и е в добро техническо състояние, като има една жп гара в село Черковица. В програмата за развитие и модернизация на железопътната инфраструктура до 2020 г. не са включени инвестиционни инициативи нито за Белене, нито за Никопол. Достъпът с влак до територията на крайдунавските общини по принцип е затруднен и времето за пътуване е значително, поради амортизацията на релсовите пътища.

По отношение транспорта по реката, **водният път** на река Дунав е един от трансевропейските транспортни коридори, които имат важна роля за интеграцията на регионите от Източна Европа и Черноморския ареал. По него обаче засега пътуват предимно товарни кораби и от време на време круизни, които за съжаление могат да спират само в няколко пристанища. На практика от язовир "Железни врата" до вливането на реката в Черно море на територията на България, няма изградени съоръжения за управление на водите. В Германия, Австрия и Унгария например, по течението на изградените язовирни стени, където нивото на водата е постоянно, са се развили успешни рекреационни пространства, велосипедни алеи и т.н. При Братислава до изградения язовир е построен хотел, където се предлагат кану-каяк, музей на модерното изкуство и други развлечения. Съществен елемент в използването на парковете и правенето на велоалеи е осигуряването на защитата от свлачища. България не изпълнява и задълженията си за драгиране на речното дъно, което е от първостепенна важност не само за корабоплаването, но и за превенцията от наводнения. Едва през 2018 г. е сключен договор за изпълнение на драгаж за 13.6 млн. лв., като такъв е извършван около островите Белене и Вардим, които са критични участъци за корабите.

Местоположението на гр. Белене по второстепенния ръкав на р. Дунав и наличието на Беленския комплекс острови не позволяват изграждането на **пристанищен терминал** за речен превоз, непосредствено до града. Предимство е наличието на пристанище в град Никопол, както и **фериботния комплекс** Никопол – Турну Мъгуреле. "Пристанищен терминал Никопол" е част от пристанище за обществен транспорт с национално значение, собственост на "Параходство Българско речно плаване" АД, Русе.

Като общо за разположението и достъпността може да се каже, че близостта на реката и запазената природа по крайбрежието ѝ определят **благоприятни възможности** както за по-краткотрайни алтернативни почивки, така и за по-дълготрайни обиколни пътувания на туристи. Свидетелство за този потенциал са няколкото туристически маршрута, които следват територията в посока запад-изток. Пътят на римските императори и дунавското вино (The Roman Emperors and Danube wine route) е Европейски културен маршрут, утвърден през 2015 година, а Дунавският велосипеден маршрут Евро вело 6 също е в процес на разработка и популяризиране сред чуждите

туристи. От 2017 г. ПП „Персина“ е включен в проект за създаване на мрежа от Дунавски паркове, в който приоритет е развитието на екологичния туризъм в защитените зони по реката. През 2020 г. е поставено началото на проектиране и на непрекъснатата велоалея по поречието на Дунав, която се очаква да свърже Видин със Силистра. Мащабното начинание ще бъде подкрепено от Програмата за трансгранично сътрудничество между България и Румъния в следващия Програмен период като стратегически проект. Като **недостатък** трябва да се изтъкне факта, че транспортната достъпност на общините е по-добре обезпечена в посока север-юг, с което се осигуряват връзките на района с вътрешността на страната. Фактичката липса на редовна пътническа речна връзка, в комбинация с липсата на първокласен път, който да свързва общините в направление запад-изток, е сериозна пречка пред икономическата интеграция на района, както и за развитието му като туристическа дестинация. Затова изключително важно е изграждането на първокласен крайдунавски северен път Видин – Лом – Свищов – Русе - Силистра, който ще подобри транспортната достъпност до крайбрежните зони и по този начин ще засили инвеститорския и туристическия интерес към тях. Заедно с река Дунав като воден път, направлението ще има важно значение за интегриране на областите и общините, разположени по крайбрежната територия и засилване на териториалното сътрудничество със съседните гранични райони.

5.3.2. Природни ресурси – пешеходен, велосипеден, еко и спортен туризъм, лов и риболов, водни спортове

Природата обикновено е една от основните цели на туристическите пътувания. Те могат да са свързани с почивка и да имат оздравителен и възстановителен ефект, да са разходка с цел разглеждане на природни феномени – пещери, скални църкви, водопади, редки видове растения и животни. Често пъти използването на природните ресурси включва няколко туристически дейности (почивка и риболов, почивка и спорт) или се съчетава с друг вид туризъм – примерно опознаване на културни забележителности, местната кухня или участие в местен фестивал. Обикновено природните ресурси с рекреативна (възстановителна) стойност предполагат по-продължително пребиваване и подлагане на полезните им въздействия, което означава по-дълъг престой на туристите. Природната среда включва различни компоненти: релеф, климат, води, биогенни ресурси (флора и фауна). Тяхната стойност се оценява комплексно, като за различните видове туризъм има и различен водещ ресурс – примерно комбинация от топъл климат и минерална вода за спа почивка, планински релеф и чист въздух за пешеходен и спортен туризъм, равнинен релеф и горски фонд плюс води с цел лов и риболов, колоездене и т.н.

Сред **типозете релеф**, след морското крайбрежие, най-голямо значение за туризма има планинският, тъй като предлага чист въздух, гъсти гори, естествени места за спорт и пешеходни турове. Тъй като на територията на МИГ Белене-Никопол няма нито море, нито планини, засега няма и условия за рекреационен (курортен) туризъм, като той е свързан и с много други фактори – освен по-люксови места за настаняване, също и с минерални води, лечебен климат и т.н. Релефът на всички крайдунавски общини е равнинен с преобладаващи низини, плата и хълмисти форми. Средната надморска

височина се увеличава от север на юг, като най-ниските части са низините по брега на река Дунав, където надморската височина е между 10 и 30 м. н. в. При община Никопол е едно от най-високите места - 180 м. н. в. (най-висок е брегът при Оряхово - 200 м.н.в.). Характерни форми на релефа в Западната част на Дунавската равнина, където е територията на МИГ са плоските вододелни плата и асиметричните долини. По течението са се формирали множество острови, а в по-високите части на равнината са се образували пещери. Българският бряг на Дунав е по-висок и разчленен в сравнение с румънския. Релефът е идеален за развитие на велосипеден и пешеходен туризъм, както и за комбинация между плавателен (кану, моторница) и спортен туризъм по суша. Редуването на низини и хълмове в посока запад-изток е предпоставка за непрекъсната поредица от изкачвания и спускания, които имат голямо значение при съставянето на различни маршрути. Наличието на по-високи терени осигурява гледки към реката с висока естетическа стойност на пейзажа.

Климатът също е с голямо въздействие върху туристическата дестинация. Повечето потребители обикновено предпочитат места с топъл до умерен климат и избягват прекалено студени места, освен ако точно ниските температури и екстремното преживяване свързано с тях не са цел на пътуването. Климатът е причина и за сезонността в туризма, както и за продължителността на посещенията в съответния район. Двете общини на МИГ попадат в Европейско-континенталната климатична област - Умереноконтиненталната климатична подобласт, която обхваща два климатични района, а именно: Северен и Среден климатични райони на Дунавската хълмиста равнина, за които е характерна студена зима и горещо лято. В тази част на Дунавската равнина се проявява една от най-големите за България средногодишни температурни амплитуди - 25,2°C. Откритостта откъм север и северозапад дава възможност за нахлуване на студени континентални въздушни маси през зимата, валежите в този период са предимно от сняг. Зимата е студена, а лятото – горещо. Пролетта настъпва рано, но времето остава хладно, докато есента е по-топла. Това означава, че алтернативен туризъм може да се развива през трите сезона – лято, есен и евентуално пролетта, като не се пренебрегват и зимните месеци, но за по-екстремни преживявания. Климатът също не предполага рекреационна цел за туристите, освен ако не се използват най-топлите месеци и ако примерно бъдат изградени модерни къмпинги и плажове на подходящи места по реката, които ще бъдат използвани като алтернатива на по-малките морски курорти. В района няма доказани лечебни свойства на климатичните условия.

Водни ресурси. За развитието на туризма имат значение морето, реките, езерата и минерални извори. След морските и ски-курортите, най-известните курортни места по света са тези с минерални басейни – открити и закрити и с води за лечебна балнеология. В тях престоят на туристите е най-дълъг, а сезонността намалява във връзка с изграждането на закрити СПА и балнеоцентрове, които могат да се използват цялостно. От значение е състава и чистотата на водата, както и комбинацията с благоприятен мек климат. Реките и езерата са ресурс за риболовен туризъм, както и за различни видове спортен туризъм – рафтинг, каяк, гребане, плуване. Той обаче е

сезонно ограничен, но пък може да се предлага в комбинация с други алтернативни форми – еко, селски, винен и кулинарен туризъм, както и с културно-познавателен туризъм. На територията на МИГ няма минерални води, нито езера и язовири (единственият язовир е ретезионен), основният туристически воден ресурс е река Дунав, както и долното течение на река Осъм, в отсечката преди вливането ѝ в р. Дунав в община Никопол. Река Осъм протича през землищата на селата: Бацова махала, Санадиново, Новачене, Дебово, Евлогиево, Муселиево, Жернов, Черковица и гр. Никопол, като е една от трите големи реки в Плевенска област. Както в Дунав, така и в р. Осъм се въдят множество видове риби, които са обект на любителски и спортен риболов в разрешените сезони и места. Разрешени за риболов на територията на МИГ са: р. Дунав - в участъка от източната част на ферибота в гр. Никопол при р. км. 598 в продължение 4 р. км. до р. км. 594 (Канарата) в землището на Никопол; р. Дунав – от р. км. 578 до р. км. 579 в землището на общ. Белене. В община Белене функционират 2 рибни стопанства. Потенциалът за риболов не е достатъчно използван.

По отношение на водните спортове, въпреки наличието на добри условия, засега те не се развиват организирано. В Белене има три плажа: плажът на остров Белене, който се намира в ниската му югоизточна част, на територията на резервата “Персински блата”, който през лятото е покрит с фин пясък и заобиколен с невероятни гледки, но през зимата често се наводнява и който поради затруднения достъп не се използва с туристически цели; плажът в местността Хисарлъка, който е на около три километра северозападно от град Белене и често се използва от местните жители, като напоследък става популярен и сред туристите, особено за диво къмпингуване; централния градски плаж до хотел "Престиж". Покрай Никопол също има плажна ивица, използвана като градски плаж. Проблем за развитието на плажните зони са честите забрани за къпане и плуване в реката по най-различни причини (замърсяване, високи води и опасност от течения), и то точно през летните месеци. В Никопол има и „Клуб по водни спортове“. Потенциалът за развитие на различни водни спортове – плуване, гребане, водни ски, каяк, джетове, различни водни атракции и т.н. е много голям за територията на МИГ и засега не е използван достатъчно.

Горски фонд, флора и фауна. Горите и планините са свързани с пречистването на въздуха, поддържането на естествена влажност, спират вятъра, въздействат естетически, поглъщат шума, създават уют. В това отношение най-голямо значение имат естествените горски масиви. В равнините в зоните за туризъм дори се създават изкуствени горски насаждения от парков или градински тип, които са предназначени за краткотраен отдих и разходки. Горите са ресурс за пешеходен, приключенски, спортен и рекреативен туризъм, както и за високодоходният ловен туризъм и наблюдение на диви животни и птици. Макар и малък, и в двете общини на МИГ има запазен горски фонд - горите представляват около 12% от общата територия на Белене и съответно около 7.8% от общата площ на община Никопол.

Естествената растителност на **община Белене** е била предимно блатна и крайводна, днес запазена основно на островите (блата, заливни върбово-тополови гори) и по-малко край каналите и остатъчните блата в низината. По стръмните склонове на височините.

са съсредоточени естествените гори (предимно от липа) и салкъмовите култури. Най-значителни са западно от село Бяла вода (м. „Кованлъка“). Съществуващата растителност на територията е производна. Представена е от агрофитоценози на мястото на гори от дръжкоцветен дъб, летен дъб, бряст, ясен. Автохтонната растителност е представена от върба, бяла топола, черна топола, елша. В **община Никопол** преобладават високостеблени широколистни гори, разположени най-вече в землищата на Никопол, Новачене, Санадиново, Въбел и Драгаш войвода. Горските формации са от бял бор, смърч, черен бор, летен дъб, зимен дъб, цер, бряст, явор и акация. Горите се управляват от Държавно горско стопанство "Никопол", което обединява горския фонд на общините Гулянци, Белене и Никопол. Освен дърводобива, в горите е разрешен и ловът – дивечът е зайци, лисици, диви прасета, елени и сърни, както според съобщенията на ловци - чакали по каналите на Дунав.

На територията на МИГ има две ловни сдружения - Ловно-рибарско дружество „Персин“ – гр. Белене и Ловно-рибарско дружество „Никопол“, с които евентуално може да се разработват продукти за ловен туризъм, заедно с ДГС „Никопол“. Ловно-стопанските райони на ЛРД „Персин“ са ПЛСР Белене, ПЛСР Деков, ПЛСР Кулина вода. Ловците са 169. Ловно-стопанските райони на сдружението в община Никопол са: ПЛСР Бацова махала, ПЛСР Лозица, ПЛСР Санадиново, ПЛСР Новачене, ПЛСР Муселиево. Сдружението е основано през 2001г. и към днешна дата се състои от 11 ловни дружини от 2 общини и 388 ловци. И двете сдружения са към РДГ Ловеч, като е важно да се каже, че имат право двете да организират курсове за ловци и съответно да привличат нови членове.

5.3.3. Защитени зони и територии – ресурс за еко и образователен туризъм

Защитените зони и територии създават редица ограничения пред стопанската дейност, но могат да бъдат валоризирани чрез туризма и внимателното използване на ресурсите им. Нещо повече – туризмът в алтернативните му форми може да допринесат за по-голямо опазване на околната среда чрез повишаване информираността не само на посетителите, но и на местното население, да подпомогне устойчивото развитие на селските райони и да ги предпази от обезлюдяване, а природата – от разрушаване, защото ако ги няма хората, няма и кой да опазва видовете и природните забележителности, видове и местообитания. Националните паркове в Европа вече са неотменна част от екологичния туризъм. Концепцията и функцията на защитените зони и територии са различни, но навсякъде освен за опазване на видове и местообитания, те се използват за туристически посещения с познавателна и образователна цел. Единствено при резерватите, туристическата дейност е силно ограничена и редуцирана заради по-строгия режим на опазване. Защитените обекти са основна цел на организирания туризъм с учебна, научна, познавателна или хоби дейност. Често пъти, поради забрана за застрояване, този вид туризъм се комбинира със селски, къмпинг туризъм или се предлага като допълнителен продукт към основния туристически пакет.

Защитени зони в мрежата Натура 2000 на територията на МИГ „Белене-Никопол“

На територията на двете общини, съставляващи МИГ са разположени изцяло или частично 8 защитени зони, включени в мрежата Натура 2000 – по Директивата за местообитанията и по Директивата за птиците. В община Белене има 5 зони (2 за местообитанията и 3 за птиците), в община Никопол – 6 зони (3 за местообитанията и 3 за птиците), като 3 от зоните са общи за двете общини: Никополско плато BG0000247, Персина BG0000396 (и двете за местообитанията) и Никополско плато BG0002074 (33 за птиците).

Никополско плато BG0000247, 33 по Директивата за местообитанията
Персина BG0000396, 33 по Директивата за местообитанията
Обнова - Караман дол BG0000239, 33 по Директивата за местообитанията
Никополско плато BG0002074, 33 по Директивата за птиците
Комплекс Беленски острови BG0002017, 33 по Директивата за птиците
Свищовско-Беленска низина BG0002083, 33 по Директивата за птиците
Обнова BG0002096, 33 по Директивата за птиците
Остров Лакът BG0002091, 33 по Директивата за птиците

Защитени територии в МИГ „Белене-Никопол“

На територията на МИГ съществуват общо 11 защитени територии от всички видове, с изключение на категорията Национален парк. В община Белене защитените територии са 7 – 1 природен парк, 2 резервата, 1 поддържан резерват и 3 защитени местности. В община Никопол защитените територии са 5 – 1 природен парк, 2 защитени местности и 2 природни забележителности. Обща защитена територия за двете общини е Природен парк Персина. Много от защитените територии се припокриват или попадат в защитените зони по Натура 2000.

Име	Код	Категория	Цели на опазване
Община Белене			
Китка	37	Резерват; Международен статус: Рамсарска конвенция	Първична характерна растителност и съществуващо гнездо на морски орел.
Милка	55	Резерват; Международен статус: Рамсарска конвенция	Първични върбови гори
Персински блата	34	Поддържан резерват	Образци на островната природа на долен Дунав, съхраняване местообитанията и популациите на редки и застрашени от изчезване водолюбиви растения и животни.
Персин изток	316	Защитена местност	Опазване на местообитания на застрашени, редки и уязвими растителни и животински видове и съобщества.
Персин	537	Защитена местност	Бившата буферна зона на поддържания резерват „Персински блата“.

Киселец	311	Защитена местност	Опазване на находище на уязвим вид - червен божур (<i>Paeonia peregrina</i> Mill.)
Персина	9	Природен парк; Международен статус: Рамсарска конвенция	1. Опазване, възстановяване и поддържане на разнообразието на местните екосистеми и ландшафти, местните видове диви растения и животни, както и на местните сортове и породи. 2. Възстановяване на заливни гори и влажни зони в Свищовско-Беленската низина и съседни дунавски острови.
Кайкуша*	45	Защитена местност	Опазване на блатна екосистема
Община Никопол			
Елията	59	Защитена местност	Характерна крайречна гора с отделни вековни дървета;
Плавала	309	Защитена местност	Опазване на находище на редкия вид гол сладник (<i>Glycyrrhiza glabra</i> L.)
Пещера Нанин камък	523	Природна забележителност	1. Пещера 2. Местообитание на прилепи
Скалната църква	529	Природна забележителност	Опазване на забележителен ландшафт, резултат на хармонично съжителство на човека и природата.
Персина	9	Природен парк; Международен статус: Рамсарска конвенция	

*Макар че се намира на 3 км от Белене, местността Кайкуша е в рамките на с. Орещ, община Свищов, област В. Търново

На територията на **община Белене** се намират и група защитени вековни дървета:

Вид	Място	Обиколка метри	Височина метри	Възраст години	Заповед за обявяване №
Бяла топола	о. Персин	6.2	26	200	715/12.03.1975г
Бяла върба	о. Персин	5.4	23	180	715/12.03.1975г
Бяла топола	о. Персин	5	10	125	715/12.03.1975г
Група от 15 тополови дървета	о. Персин	до 6.5	25-30	150/200	715/12.03.1975г
Бяла топола	Петокладенци м. „Елията				441/07.08.1978
Дива круша	Петокладенци м. „Елията				441/07.08.1978
Дива круша	Петокладенци, м. „Елията				441/07.08.1978

На територията на **община Никопол** се намират и няколко защитени вековни дървета:

Летен дъб в местността "Плавала", землището на гр. Никопол.
Летен дъб м. „Рогът”, землище с.Муселиево
Летен дъб при входа на с. Муселиево

Трябва да се отбележи, че въпреки многообразието на защитени зони, територии и видове, на практика основният туристически ресурс е **Природният парк „Персина“**, който до голяма степен припокрива останалите места. Въпреки работата по европейски проекти през последните години, все още на територията на парка няма развит туризъм. Маркираните туристически маршрути са малко, старите почивни бази са в лошо състояние и не се ползват, няма места за настаняване на туристи (например къмпинг), няма и достатъчно туристическа инфраструктура за краткотраен отдих – беседки, укрития, пейки, кули за наблюдение. Информационното обезпечаване (маркировки, указателни табели и информационни/интерпретативни табла, инфо-точки и центрове) също е оскъдно. Все пак в парка е създаден Посетителски център, който разработва програми за деца и възрастни, организира изложби и конкурси и изработва различни информационни материали. Изградени са места за почивка и наблюдение на птици, които предлагат забележителни гледки: залети гори, колоритни пейзажи и различни видове птици. Пет каяка са на разположение да бъдат наети, а също така и шест местна моторна лодка, която се използва за специалния воден маршрут “В обятията на Дунав”. Вече има и маршрут фокусиран върху възстановяването на влажни зони и наблюдението на множество редки и застрашени видове. Този маршрут води до влажната зона и блатата на остров Персин, като за него се изисква специално разрешение за достъп до острова, заради затвора там. Направен е и веломаршрут Белене-Кайкуша (10,6 км). Посещения с цел туризъм се осъществяват основно по линия на Българското дружество за защита на птиците (клон Свищов), които имат разработени оферти за едно-и двудневен маршрут Свищов – Белене – Беленски острови с наблюдение и фото-сафари на птици и разходки с катер/лодка, както и посещения на ученици от учебните заведения в района.. Доизграждането на парковата инфраструктура, както и рекламата му, трябва да са приоритет за развитието на алтернативния туризъм на територията на МИГ. Други природни забележителности, които могат да бъдат обект на туристически интерес са Скалната църква, пещерата Нанин камък и местността Елията, чието посещение може да бъде включено като допълнителни пакети (обиколка и разглеждане на района) към друг вид туризъм.

5.3.4. Ресурси за културен туризъм

Културното наследство е **основен ресурс** за развитие на културно-познавателен туризъм, който е сред приоритетните специализирани туристически продукти в националната стратегия на България. Културният туризъм е с голям потенциал, и присъства като доминиращ продукт в почти всички туристически дестинации на страната. Това обаче увеличава конкуренцията и съответно изискванията за качество на услугите, състоянието на паметниците, достъпността на дестинациите. Културният туризъм лесно се съчетава с друг вид туристически продукти, включително и

алтернативни, което увеличава конкурентоспособността му. Предимство е и пространствената концентрация – забележителностите да са близо една до друга, както и комбинацията с природни забележителности.

Смята се, че основен обект на културния или културно-познавателния туризъм са **недвижимите паметници** на световното и културно историческо наследство. Около 60% от европейците (по данни на Евростат) посочват, че се интересуват от културните елементи по време на пътуванията си, независимо с каква цел са осъществени. Международният съвет на паметниците и местата на културата (ICOMOS), определя културата, като съвкупност от открояващи се духовни, материални и емоционални елементи, чрез които може да се характеризира отделна общност, общество или социална група. Все повече в терминологията като компонент от културата започва да се използват термините „наследство“ и „идентичност“. В ресурсите на културния туризъм вече се включват не само паметниците и изкуството, но и моделите на живот, аргументациите, човешките права, традициите, вярванията на местните общности. Туристическият модел на европейската комисия пояснява, че културното наследство се удостоверява от наличието на два фактора: елемент на принадлежност, форма на онаследяване, неразривно свързана с определена територия; елемент за време в смисъла на наличието на връзки с историята или географията на общността, поне през едно поколение. Конкретните обекти и явления, при които посочените фактори се откриват и са обект на културния туризъм са исторически паметници, сгради, значими исторически събития, типични релефни форми, но и езици и езикови групи, литература, музика, изобразително изкуство, местни обичаи и занаяти, вече се включват и специфичен начин на живот, хранене, развлечение.

Наличието на богато културно-историческо наследство в едно населено място е важно за развитието на туристическия отрасъл като цяло, тъй като от една страна културният туризъм заема второ място след туризма с цел почивка през отпуската, а от друга, според последните тенденции, разглеждането на културни забележителности често се съчетава с практикуването на други видове алтернативен туризъм.

Архитектурни паметници

Важни за използването на ресурсите на културното наследство за туризъм са **степената на съхранение и поддръжка**, както и **достъпността** и състоянието на инфраструктурата. Дори най-интересният и рядък археологически обект не може да бъде използван ефективно за туризъм, ако е полуразрушен и до него няма път. Тъй като посещенията за културен туризъм са предимно с познавателна цел, те обикновено са **кратки като време, в тях няма сезонност** (освен при изключително лошо време) и съответно подходящи за комбиниране с най-различни видове туризъм – еко, селски, спортен. В последните години значение за това дали едно място с богати културни ценности ще се превърне в устойчив обект за туризъм имат и **съпътстващите дейности** – например наличие на винарски изби, биологични ферми, производство на сувенири, атракции за децата, съоръжения за спорт. Типично е и **групирането на близки по територия обекти** в т.нар. културни маршрути или коридори. Местата с

исторически забележителности са посещавани повече от **платежеспособни и с високо образование** туристи и могат да се предлагат както на вътрешния, така и на външния туристически пазар. Предлагането обаче изисква допълнителни комплексни проучвания на средата и по-специфично таргетиране на потребителите, поради гореизложените причини, че търсенето е по-скоро в горния ценови клас. Смята се, че културните забележителности, освен познавателно, имат и **възпитателно значение**, което ги прави подходящи за организирани посещения от деца, ученици и студенти. Много важно за оползотворяването им е наличието на **пояснителни и рекламни материали** – брошури, книги, албуми, интерактивни устройства, както и квалифицирани гидове и екскурзоводи. Тъй като материалните обекти изискват поддръжка, необходимо е включването им в **териториално-устройствени решения** и специални режими на опазване, както и осигуряването на средства за реставрация, консервация и адаптация за туристическо използване. Често пъти около групови или по-големи обекти се налага създаване на **буферна зона** – оформена чрез паркови или затревени терени, водни площи, алеи, специално изградени съоръжения. Именно в буферната зона се извършват търговски дейности и се изграждат магазини, заведения или други атракции за посетителите.

Белене е формирано в сегашния си вид през 1086 година, когато част от павликянското население напуска околностите на Пловдив след Тракийското въстание и се заселва до разрушения и обезлюден древноримски кастел Димум. Мястото обаче е било населено от дълбока древност. В археологическите находки се откриват пет културни пласта. Първите датират от късния неолит, продължават през бронзовата и медната епоха, а от IV век пр.н.е. до началото на I-ви век от н.е. тези земи са обитавани от траките, а много от останките са свързани с римляните и после с първата и втората българска държава. В община Белене са регистрирани над 20 тракийски могили и 36 паметници с национално значение от римски, ранносредновековни и средновековни периоди – останки от крепости и селища. По-важните от тях, които могат да бъдат използвани като туристически ресурс или да станат част от културни маршрути – местни и международни са:

Антична римска крепост "Димум"	Северния край на град Белене	Паметник на културата от национално значение. През I век много важен стратегически пункт на Римската провинция Мизия. В началото на II до края на III век - лагер на конна военна част на Римската войска
Некропол	Село Деков	Некропол от 7 могили
Менхир („Правия камък“)	Село Петокладенци	Менхирът е култов езически паметник, приет след това за християнски. Почита се като оброк под името Правият камък. Представлява каменен блок без никакво оформление, с удължена форма.
Антични канали "Гърла"	западно и източно от Белене и на остров Белене	Смята се, че каналите са изградени за отводняване на блатата или за привличане на пасажни риби за хвърляне на хайвер. От военна гледна точка обаче, каналите са съоръжения, които са построени да пречат на разгъването и построяването на вражеска армия, както и на предвижването на обсадни машини.

Останки от средновековното селище „Секуриска”	Село Бяла вода	Късно антична и средновековна крепост с правилна петогоълна или шестоъгълна форма. По всяка вероятност през късната античност тук е преместена пътната станция „Секуриска”. Крепостта е отделена от останалата част на възвишението чрез дълбок вал и ров от около 20 м. В днешно време е запазен само ровът от западната стена, тъй като мястото е разрушено от иманяри.
Музей-мемориал на жертвите на тоталитаризма	Остров Белене	По инициатива на „Комитет за остров Белене“, създаден в навечерието на 65-тата годишнина от официалното основаване на ТВО на о. Белене
Музейна сбирка към читалище „Христо Ботев-97“	Белене	Етнографски и исторически предмети
Музейна сбирка в читалище „Виделина 1897“	Село Деков	Етнографски и исторически предмети. Откриването на музея е през 1971 г.

В общината има и военни паметници - два в град Белене (в Парка на признателността и в църквата „Рождество на Блажена Дева Мария“) и един в с. Татари на градския площад.

Никопол е един от най-старите градове в България. Според археологическите проучвания най-ранните следи от живот датират от времето на старокаменната епоха. В района на хълма Калето са открити останки от времето на траките, а по времето на Римската империя селището влиза в провинция Мизия. През IV век, след разделянето на Римската империя, остава в границите на Византия. През 1059 г. получава името Никопол — град на победите. Битката при Никопол от 1396 г. е повратната точка в историята не само на България, но и на Балканите в Европа. След превземането му от турците Никопол станал център на Никополския санджак, който обхващал територията на Търновското царство в границите от края на съществуването му. През периода XV век — XVII век, по време на османското владичество, Никопол е един от най-големите военно-административни центрове със силна крепост и интензивен стопански, духовен и политически живот. Градът започва да запада през XVIII — XIX век и в крайна сметка загубва статута си на голям военно-административен и обществено-политически център.

Обектите на недвижимите културни ценности посочени в общия устройствен план на община Никопол и предоставени от НАИМ-БАН са 60 на брой и всички те са с национално значение. Не навсякъде обаче има археологически останки, подходящи да се превърнат в туристически забележителности. По-важните места, които биха могли да са обект на туристически обиколки или предлагане са:

Никополска крепост, известна и като Цар Иван Шишманова крепост	На хълм до западния край на град Никопол, м. Змийската канара	Римска крепост, принадлежи към системата Дунавски лимес. Смята се, че след изоставянето на Търново, Иван Шишман се е пренесъл там. До нея е "Шишмановата врата", която в действителност датира от началото на 19 в. Крепостта не е отворена за посетители.
Останки от крепостта „Асамус“ (Осъмско кале)	Село Черковица, м. Манастира	Късно-антична крепост на площ около 20 дка, разположена на естествено възвишение. Използвана и по време на Втората българска държава В източната ѝ част все още са запазени стени на височина до 2 метра и множество основи на сгради
Скална църква „Свети Стефан“	местността „Плавала“, град Никопол	Обявена е през 1976г за историческа местност с име „Скалната църква“, датирана е от 3-4 век; през 2003 г е категоризирана като природна забележителност
Чешма „Елия“	гр. Никопол	Паметник на културата със старо име Сютлийка, представлява античен римски саркофаг с латински надпис-епитаф, датиран от 160-181г; по-късно саркофагът е вграден в чешма
Средновековна кръстокуполна църква „Св. Св. Петър и Павел“	Гр. Никопол	Построена е през 13 век. Църквата е проучена за пръв път през 1871 г, от Феликс Каниц; Паметник на културата от национално значение
Скални помещения от 13- 15 век	Гр. Никопол	100 м. Югоизточно от църквата”Св.,Св. Петър и Павел”,
Три палеолитни находища	Две от тях в Муселиево и едно в град Никопол	Обектите са с неопределена функция, открити са през 60-те години и трудно могат да бъдат превърнати в забележителност; до с. Муселиево има археологическа база
Селище от бронзовата епоха	Село Вълбел	Останки от пещи, керемиди и тухли, енеолит. С площ над 5 дка
Некропол	Село Вълбел, м. Три кладенци	Праисторически материали при изграждане на каптаж. Средновековно селище и некропол непосредствено. Откриват се гробове.
Три тракийски могили	Село Драгаш войвода	Археологическа културна ценност с национално значение
Останки от манастир	Село Любеново	Археологическа културна ценност с национално значение;
Останки от римско селище	Село Лозица	Археологическа културна ценност с национално значение
Тракийска могила	Село Черковица	Археологическа културна ценност с национално значение
Смолянова къща		В къщата се съхранява надгробната плоча на Филип Станиславов, който е отпечатал първата книга на кирилица в България – Абагар. Къща-музей „Васил Левски“.
Музей в читалище „Съгласие 1907“	Село Лозица	Съхранява експонати от историята на селото, в него се помещава и възстановка на класна стая от миналото

Паметна плоча на загиналите рицари хоспиталиери	Гр. Никопол	Поставена през 2014 г. в чест на в чест на загиналите рицари Йоанити в битката при Никопол през 1396 г.
Монумент "600 години от битката при Никопол"	Гр. Никопол	Паметник на кръстоносците, преминали през града през XII век, открит през 1996 г. по случай 600 години от битката между рицарите, предвождани от унгарския крал Сигизмунд Люксембургски и османските турци, начело със султан Баязид
тюрбето (гробницата) на мюсюлманския светец Али Коч Баба	Гр. Никопол	Али Коч Баба е обявен за светец, който е почитан като лечител с тържества, съвпадащи с православния Гергьовден. Хълмът на който е разположена гробницата е място, свързано с езическо оброчище още от времето на траките

На територията на община Никопол има редица паметници и паметни плочи от войните: паметник на Васил Левски, паметна плоча със списък на загиналите банкови чиновници – гр. Никопол, войнишки паметник – с. Новачене; войнишки паметник – с. Дебово; Славчова чешма – с. Жернов; войнишки паметник – с. Санадиново; паметник на загиналите във войните – с. Бацова махала.

Повечето от археологическите забележителности на територията на двете общини на МИГ се нуждаят от консервация и реставрация, за да могат да се използват като туристически ресурс. Единствено крепостта Димум е реставрирана и приведена във вид за експонация по проект „Димум – античната митница на Мизия“ през 2013 г. по Оперативна програма Регионално развитие. Възстановени са западната и южната кула и част от крепостната стена във вида им от IV век. Подобен е достъпът до крепостта, като са ремонтирани около 500 м улици, изградено е кръгово движение, а в обекта – подстъпи за инвалиди. Повечето обекти от римско време са включени в различни културни европейски маршрути, в близост се намира Археологическият комплекс „Улпия Ескус“ (община Гулянци), като е възможно съставянето и на нови маршрути, на местна основа, които да включват и забележителностите на Никопол и Белене.

Църкви и манастири – религиозен туризъм

Това са обекти, свързани с т.нар. религиозен туризъм, част от културно-познавателния туристически продукт. В последните години се наблюдава нарастване на този сегмент от туризма, като пътуванията са се увеличили над 3 пъти в сравнение с началото на века - от 4,4 млн. до 14,7 млн. души в световен мащаб. Ватикана например, удвоява посетителите си почти всяка година, същото важи и за религиозните обекти в Йерусалим. Това е все още неразработен пазарен сектор у нас, въпреки данните за нараснал брой пътувания с подобна цел. В някои райони на страната се правят опити за съставяне на културни маршрути (например Софийската Света гора), но те имат предимно пожелателен характер и не са обект на самостоятелно туристическо предлагане. Тъй като в общините Белене и Никопол, както и в съседните на тях

населени места има католически общности, може да се помисли за туристически продукт с поклоннически характер, насочен към католическата общност, вкл. и за туристи от чужбина, още повече, че в Белене се намират част от мощите на Монсеньор Евгени Босилков, обявен от папата за Блажен, които са обект на поклонение от католиците. На площада в Белене има и паметник на папа Йоан Павел II – единствен за България. В района са запазени и интересни свидетелства за живота на католическите свещеници и историята на католическата църква у нас. В двете общини в почти всички села има и доста стари православни църкви, в които има запазени интересни стенописи и икони, както и различни свидетелства на времето. Могат да бъдат съставени общи за България маршрути на тема „Скални църкви“, „Средновековни църкви“, църкви, посветени на определени светци и т.н., като тогава пътуванията ще бъдат повече историческо-познавателни, а не поклоннически:

Църкви:

Енорийска църква "Св. Антоний Падуански"	Град Белене	Построена през 1898 г. и осветена през 1902 г. от Никополския Епископ Монсеньор Хенрик Дулсе. Принадлежи на Конгрегацията на Пасионистите и сестрите от Конгрегацията на Свети Йосиф на Явлението
Рождество на Блажена Дева Мария	Град Белене	Католическа, изградена през 1860 г. В светилището ѝ има късче от мощите на Монсеньор Евгени Босилков – място за поклонение
Православна църква "Свети Великомъченик Георги"	Град Белене	Построена през 1879 г., действаща и сега
Православен параклис "Св. Димитър"	Село Бяла вода, Белене	Открит е на 19 май 2013 г., носи името на св. Димитър, който е покровител на селото. Старата църква в селото е строена и изографисана в периода 1870-1880 година. През 1992 г., след като е открадната камбаната, от църквата са извадени иконите и са прибрани, за да не станат и те жертва на крадци. Съхранените стари икони вече са в новия параклис.
Православна църква „Свети Димитър“	Село Кулина вода, Белене	Действаща църква
Православна църква „Свети Георги“	Село Деков, Белене	Построена през 1872 година, действаща.
Православна църква „Свети Георги“	Село Петокладенци, Белене	Работи само на големи християнски празници, каменна църква
Православна църква Св. Петка-Параскева	Село Татари, Белене	Построена през 1883 г. Светицата е покровителка на селото
Православна църква „Успение Богородично“	Никопол	Построена през 1840 г., с типична за българското възрожденско архитектура. Майстори от тревненската школа са автори на дърворезбования владшки трон и иконостас и на иконите.

Католическа „Света Троица“	Село Асеново, Никопол	Първият свещеник изпратен в Асеново през 1894 г. е белгиецът отец Павел Корселис, който строи малък параклис. През 1907 г. е положен основният камък на нова черква – „Света Троица“, която съществува и днес, а старата черква е преустроена в енорийски дом.
Православна църква „Света Троица“	Село Лозица, Никопол	Построена е през 1883г., действаща. Има изображения на братята Кирил и Методий
Храм „Св. Андрей Първозвани“	Село Бацова махала	Построен 2011 г., осветен 2015 г., действащ
Църква”Св. Николай Чудотворец”	Село Муселиево	Строежът на църквата е извършен през 1903 г
Църква”Св. Пророк Илия”	Село Вълбел	Църква, изградена с камък и олово
Православна „Св. Параскева“	Село Драгаш войвода	
Православна „Свети Георги Победоносец“	Село Дебово	Храмът е построен през 1923 г.
Православна „Свето Възнесение“	Село Новачене	
Православна „Свети Йоан Рилски“	Село Санадиново	

Нематериално културно наследство

В съвременното схващане за културно наследство, към него се включват и нематериалните обекти – традиции, фолклор, занаяти и ритуали и дори типичната кухня – всичко, което определя идентичността на местната общност. Нематериалното културно наследство може да е обект не само за културен, но и за селски туризъм - начин и стил на живот, традиции, фолклор, които се изучават „на място“. Като туристически ресурс са определени и различните събития и прояви – концерти, изложби, фестивали, събори. Те са важна част от културния живот на всяка община и ресурс за посещение на туристи.

В **община Белене** пазител на традициите, фолклора и обредите са читалищата. Те са център на културния живот във всички населени места. Най-голямото сред тях е Народно читалище “Христо Ботев-1892” - гр. Белене, което допринася в най-голяма степен за запазване на самобитния фолклор и обичаи на местното население. В **община Никопол** също има читалища във всички населени места, организират се празници, конкурси и кулинарни състезания. Фолклорът, песните и легендите се интерпретират от танцови състави и певчески групи, както и от индивидуални изпълнители, носители на призови места и награди от национални и международни фестивали и събори. Допълнителен стимул за развитие на туризма може да е възраждането и организирането на семинари, летни школи и събития за старите занаяти, сред като плетене на мебели от камъш, кошничарство, бъчварство, ковачество и плетене на рибарски мрежи.

Характерната за района на община Белене кухня включва уникални местни ястия като: триеница (супа с домашна юфка с месо), прясол (влашко ястие от печени чушки, домати и патладжан с чесън и печена риба), мазница и бърканица (вид тутманик), локуми (вид тиганици), качамак с кисело мляко и орехи, смесена туршия с постепенно добавяне на всякакви зеленчуци и плодове, като диви круши (киселици) и зелени малки дини и др. Като традиционни и особено значими за местната общност в последните години се утвърждават Празникът на град Никопол, Крайдунавски празници на културата, Фолклорните празници в село Новачене и Фестивалът в с.Асеново „Банатски вкусоити-традициите на моето село“.

Населено място	Читалище	Фолклорни групи, запазени обичаи	Типични храни и рецепти
Белене	Народно читалище „Христо Ботев-1892”	Автентичен фолклор "Извор"; Детски танцов състав "Димум", , Клуб за народни танци "Димум",Школа за народни танци "Димум"	Триеница
Бяла вода	Народно читалище „Възраждане 1924”	На Коледа излизат кукери с автентични кукерски костюми; Празник на Димитровден – 26 октомври	обичай с ръжена питка
Деков	Народно читалище „Виделина 1897” Етнографски музей в читалището	Има четири действащи самодейни колектива: Група за народни и стари градски песни „Детелина”; Коледарска група „Дековчани”; Клуб за народни хора „Весело хоро” и Детски самодееен танцов състав „Малки Дековчанчета”.	Разсол и Пълнени червени сухи чушки
Кулина вода	Народно читалище „Изгрев-1927”	Група за народни песни „Китка“	Сухи пълнени чушки и Кулиноводска халва
Петокладенци	Читалище "Напредък 1903"	Коледарска група, Лазарки	Жътварски таратор и Сарми с листа от лобода
Татари	Читалище "Развитие"	Група за автентичен фолклор и обичаи;Група за рецитал;Театрална група	
Никопол	„Народно Читалище Напредък 1871”	"Празник на рибата" град Никопол; Група за обработен фолклор "Дунавски звуци" за възрастни; Коледарска група - 10 ученика; Детски танцови състави; Организиране празник "Най - хубава лазарка"; Конкурс "Писано яйце за чудо и приказ";	
Бачова махала	Читалище ”Зора – 1905”	Коледарска група, Лазарска група, Певческа група "Еделвайс"	
Въбел	”Развитие 1900”	Кръжок по приложни изкуства"От нищо-нещо"; възраждане на	

		кошничарството като занаят Група за автентичен фолклор:обичай "Мошули"	
Дебово	Читалище ”Съгласие – 1927”	При стар свещен камък останал още от времето на татарите, всяка година се прави курбан на Гергьовден; кушии с коне на Тодоровден; Селото е известно с прочутия за този район танц „Калуша“; От 2008 г. насам всяка година в селото се провежда фолклорният събор „Живи Въглени“	Прясол или „Моаре де пеще“ (от румънското moare de pește – „рибна саламура“ моричика, прясол), която често се приготвя не само с риба, а и с пилешко месо.
Драгаш войвода	Народно читалище „Просвета 1927-Драгаш войвода”	3 групи за автентичен фолклор- "Бразая" ,"Лазарки" и "Коледарска група"; Празници:"Бразая", "Бабинден", "Баба Марта", "Ден на самодееца", "Първа пролет", "Великденски празници";	Триеница (домашна юфка с месо) Прясол (вляшко ястие от печени чушки, домати и патладжан с чесън и печена риба) Мазница и бърканица (вид тутманик) Лукми (вид бухти) Качамак Смесена туршия пупиреница
Лозица	Читалище ”Съгласие 1907-с.Лозица”	Празник на гроздето „Меден грозд“ септември; Трифон зарезан - февруари	Червено вино
Асеново	Народно читалище ”Петър Парчевич- 1927”	Международен кулинарен фолклорен фестивал "Банатски вкусотии-традициите на моето село"; Банатски фолклорен състав, който представя автентични песни, танци и възстановки на народни обичаи	Банатска кухня: брашнени каши и сосове, тестени храни: варени, пържени и печени; с използване на свинска мас, и дълготрайни сушено- пушени меса със слама и царевичак и месни изделия; червен асеновски козунак
Евлогиево	Читалище ”Хр.Ботев 1928”		
Санадиново	Читалище ”Хр.Ботев 1928”	Събор, който се провежда всяка първа неделя на месец ноември; Бразая; изучаване на български народни хора и ръченици на открито; клуб по краезнание; фолклорен състав; мъжка група за коледуване и детска група за лазаруване	Рибни специалитети

Жернов	Читалище ”Искра – 1948”	Детски фолклорен състав	
Любеново	Читалище ”Просвета-1924”	Клуб по приложни изкуства	
Муселиево	Народно читалище ”Петко Симеонов-1905”	Традиционен събор под надслов „Празник в края на лятото“ през август; "От златните ръце на баба в нашето село"	
Новачене	Читалище ”Съгласие-1907”	Летни фолклорни празници „Новачене“; Женски танцов състав; Вокална група "Колорит"; духов оркестър	
Черковица	Читалище „Зора-1939“	Съхранени автентични влашки традиционни обичаи като Калушари - ритуален танц, стар крайдунавски обред.	

5.3.5. Ресурси за селски туризъм, винен и кулинарен туризъм, занаяти и събития

Селски туризъм – оценка на селата с туристическо значение. Вече беше казано, че делът на селския туризъм в Европа се увеличава все повече в общия дял на туристическото предлагане. Това важи и за определени райони в България – планинските селища в Балкана, в Родопите и Пирин, места със запазена природа и естествени феномени, но и често около архитектурни резервати, езера или райони с типични фолклор и обичаи, манастири и занаятчийски центрове като Етъра и Троян. Селският туризъм се смята за естествено присъщ на малките населени места, но всъщност представлява доста комплексна услуга, която е зависима не само от усилията и желанието на местните общности и за която туристите имат определени критерии и очаквания. На първо място, значение имат красивите пейзажи, спокойствие и чист въздух като антипод на традиционната градска среда. От тази гледна точка подходящи на територията на МИГ са всички села, които имат гледка към Дунав или горите около него (например Санадиново, Бяла вода), достъп до плаж (Драгаш войвода, Черковица). Вторият критерий е свързан с общия изглед на селото – почти всички села в двете общини имат обновени общи пространства и зелени площи, но почти в никое няма типична стара архитектура на къщите (освен Деков и Бацова махала), няма запазени паметници на културата примерно от периода на Възраждането, има доста запустели и изоставени постройки, на места и лоша хигиена, сметища и свободно бродещи животни по улиците. Предимство е, че в повечето от селата има магазин, във всички е налично читалище, в някои работят и заведения за хранене, има и налично лекарско обслужване, няма села без постоянни жители. Проблем съществува и по отношение на достъпността – само в Черковица има ЖП гара, през някои от селата минават пътища от републиканската мрежа, което прави достъпа с кола лесен, но създава притеснения от замърсяване и наличие на шум, което съсипе впечатлението за „диво“. За съжаление, общото излъчване е за „соц“ и бедна атмосфера, а не за автентично старо българско

село. Места за настаняване засега има само в село Муселиево, като явно за да се избегне негативното усещане, и двата комплекса са разположени извън населеното място и сред природата. Селският туризъм има разновидности, според дейностите и мотивацията: класически селски туризъм, при който гостите са по-скоро наблюдатели и потребители, но и такъв, в който туристите желаят да са участници в ежедневните дейности на домакините. В този смисъл проблем се явява и отделянето на туризма от селскостопанското производство – посетителите би трябвало да се насочват към селата, в които има ферми, които предлагат плодове, зеленчуци, мляко и сирене, вино, биологична продукция. Също така, селският туризъм обикновено се съчетава с други активности - пешеходни преходи, разглеждане на близки културни забележителности, спорт – езда, лов, плуване, каяк и т.н. Тъй като критериите са комплексни, препоръчително е да се направи допълнително проучване на селата на територията на общините Белене и Никопол и да се изготви туристическа концепция. Разбира се, къде ще се създават места за селски туризъм до голяма степен зависи и от инициативността и възможностите на местните предприемачи и фермери, които обаче биха били улеснени от подобно проучване на възможностите.

Винен и кулинарен туризъм. Възможностите за този вид туризъм също подлежат на допълнителен анализ. Виненият туризъм е сравнително нов сектор, който се развива у нас в последните години. Състои се в посещение на една изба или обиколки на няколко изби в един район с цел дегустация на местни сортове вина. Виненият туризъм може да се съчетае с културен, селски, еко, спортен или приключенски туризъм, а може и да е самостоятелна цел на посещението. Характерното за него е, че той може да е по време на почивката, но е възможен и само за един уикенд или ден. Много от винарските изби в Европа, както и в България, след година-две само за дегустация на място, впоследствие започват да строят собствени хотелски комплекси, еко селища и ферми за биологична продукция, за да оформят цялостни туристически пакети.

Макар че след зърно-производството, единственият сравнително конкурентен отрасъл в района на МИГ е **лозарството**, на територията има 1089 регистрирани лозарски стопанства (по данни на Изпълнителната агенция по лозата и виното), избите са малко и нито една от тях не предлага дегустация. Повечето производители и кооперации, които отглеждат грозде го продават на големи винпроми извън територията на двете общини (Винпром Карнобат, Дамяница, „Търновска лоза“ във В. Търново и др.) Изба има „Ловико-Дионисий“ АД, което е собственост на „Северкооп-Гъмза холдинг“(София), а през 2017 г. дялово участие в него придобива и "Стара планина холд" АД (Търново). Все пак избата участва в изложения с вина, типични за района на Никопол. „Хове“ ООД, с. Муселиево е смесено българо-австрийско дружество, което произвежда ракия и дестилат от кайсии. Вина от собствен лозов масив правят и братя Николови – предимно червени вина: Каберне Совиньон и Пино Ноар, които се бутилират веднага след ферментация. По биологичен път е отгледано гроздето за никополските вина на Албена Симеонова, сред които е и виното от редкия български сорт сторгозия. Медовина по старобългарска рецепта представя избата "Кошерите" от село Дебово. Напитката се приготвя от пчелния мед, който се добива от кошерите край

р. Осъм. Тъй като територията е включена в Дунавския път на виното, както и в проекта Дунавски вина, а северните вина са известни със специфичните си свойства и добри вкусови качества, може да се помисли за съставяне на концепция и общ маршрут със съседните общини и включване във винени събития в района. По отношение на кулинарията вече има направени първи стъпки – фестивалът за банатски вкусови в село Асеново, но е възможно да се направи проучване и за традиционни рецепти и храни от региона, които да бъдат предлагани в местни ресторанти или представяни на кулинарни събития.

5.4. Оценка на ресурсите според Концепцията за туристическо райониране на България

През 2015 г. Министерството на туризма изготвя концепция за райониране на туризма в България, съобразно изискванията на Закона за туризма от 2013 г., а обособяването на отделни туристически райони в страната се прави с цел формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама, за да се подпомогне местния бизнес. На базата на тази класификация, за всеки туристически район се предлага основна и разширена специализация. **Основната специализация** е комбинация от два вида туризъм, които в съчетание определят уникалността на районите. **Разширената специализация** включва освен основните и до 4 допълващи вида туризъм. Съзнателно е търсен „фокус” в специализацията на всеки район, а не пълна инвентаризация на предлаганите продукти и наличните възможности. **Предложената основна и разширена специализация няма да бъде официално регламентирана, т.е тя не ограничава желанието на районите и съставните общини да развият туризма в една или друга посока.** Нейната основна цел е да открие онези видове туризъм, с които районът като цяло е най-разпознаваем на туристическия пазар. В този контекст е предложено примерно ранкиране на видовете туризъм, според тяхната значимост за съответния район.

Туристически райони	Основна специализация	Разширена специализация
Район Дунав	Културен и круизен туризъм	1. Културно-исторически туризъм
		2. Речен круизен туризъм
		3. Приключенски и екотуризъм
		4. Градски развлекателен и шопинг туризъм
		5. Винен и кулинарен туризъм
		6. Религиозен и поклоннически туризъм
Район Стара планина	Планински и екотуризъм	1. Планински пешеходен и рекреативен туризъм
		2. Приключенски и екотуризъм
		3. Културно-исторически, фестивален и творчески
		4. Селски туризъм
		5. Религиозен и поклоннически туризъм
		6. Планински Ски туризъм
Район Долина на розите	Здравен и културен туризъм	1. Балнео, СПА и уелнес туризъм
		2. Културно-исторически и фестивален туризъм
		3. Приключенски и екотуризъм
		4. Планински пешеходен и рекреативен туризъм
		5. Винен туризъм
Район Тракия	Културен и винен	1. Културен туризъм (всички видове)
		2. Винен туризъм

	туризъм	3. Делови туризъм (MICE)
		4. Градски развлекателен и шопинг туризъм
		5. Здравен туризъм (всички видове)
		6. Приключенски и екотуризъм
Район Родопи	Планински и селски туризъм	1. Планински туризъм (всички видове – ски, пешеходен, рекреативен)
		2. Селски туризъм
		3. Балнеотуризм, СПА и уелнес туризъм
		4. Приключенски и екотуризъм
		5. Културно-исторически и фестивален туризъм
		6. Религиозен и поклоннически туризъм
Район Рила-Пирин	Планински и религиозен туризъм	1. Планински туризъм (всички видове – ски, пешеходен, рекреативен)
		2. Религиозен и поклоннически туризъм
		3. Приключенски и екотуризъм
		4. Балнеотуризм, SPA&Wellness
		5. Културно-исторически и фестивален туризъм
		6. Винен туризъм
Район София	Делови и културен туризъм	1. Делови туризъм (MICE)
		2. Културен туризъм (всички видове)
		3. Планински туризъм (всички видове)
		4. Здравен туризъм (всички видове)
		5. Религиозен и поклоннически туризъм
		6. Приключенски и екотуризъм
Район Варна	Морски и спортен туризъм	1. Морски рекреативен туризъм
		2. Спортен туризъм
		3. Културно-исторически и фестивален туризъм
		4. Делови туризъм (MICE)
		5. Здравен туризъм (всички видове)
		6. Екотуризъм
Район Бургас	Морски и културен туризъм	1. Морски рекреативен туризъм
		2. Културен туризъм (всички видове)
		3. Приключенски и екотуризъм
		4. Здравен туризъм (всички видове)
		5. Селски туризъм
		6. Религиозен и поклоннически туризъм

Както се вижда от таблицата, обособен е Район Дунав, без да се отчитат разликите между отделните региони за планиране и общините по реката (например между Видин и Русе има огромна пропаст в икономическото развитие). Като основни са определени круизният и културният туризъм на база даденостите – река Дунав и създадените на европейско ниво културни маршрути – Пътят на римските императори, Дунавска граница и т.н. Не е взето предвид нито състоянието на реката и пристанищата по места (в правомощията на държавата), нито състоянието на паметниците и археологията. В допълнителната специализация липсва велосипедният туризъм, който се очертава като един от перспективните видове алтернативен туризъм по поречието на реката. Няма го и селският туризъм, който вече се развива бурно в някои от общините – напр. в Ловеч, Велико Търново, Русе. Все пак, трябва да се има предвид, че районирането и специализацията са препоръчителни, а не задължителни и всяка община може да съставя собствени планове и стратегии за туризма.

В Стратегия за развитие на туризма - „Дестинация България“, министерството на туризма е заложило и на конкретни дейности за развитие на отделните региони в страната. По отношение на Дунавския регион са поставени следните цели:

Позициониране на района като дестинация на „Свободния дух по река Дунав“
Създаване на трансгранична туристическа дестинация „Римският път на император Траян“ (Улпия Ескус и Сексагинта Приста);
Развитие на културно-исторически маршрути, свързани с ролята на р. Дунав за навлизането на Западноевропейската култура в България;
Развитие на културно-исторически маршрути, свързани с обектите под закрилата на ЮНЕСКО в Иваново и Свещари и включването им в Културните коридори на Югоизточна Европа;
Развитие на културно-исторически маршрути, свързани с Руско-турската война;
Развитие на речен круизен туризъм по р. Дунав;
Развитие на спортен и приключенски туризъм по поречието на р. Дунав (Създаване и маркетинг на Дунавска велоалея);
Развитие на екологичен туризъм в района на ПП „Русенски лом“ и ПП „Персина“;
Развитие на градски развлекателен и шопинг туризъм с ориентация към румънския емитивен пазар;
Развитие на маршрути за винен и кулинарен туризъм в района на Видин, Свищов, Плевен, Сухиндол, Русе и Силистра;
Развитие на религиозен и поклоннически туризъм.

5.5. Места за настаняване, услуги

Сред предпоставките дали едно място е подходящо или не за туризъм винаги се отчитат броят, видът и качеството на местата за настаняване, както и наличието на туристически услуги (заведения за хранене, преводачи, екскурзоводи и т.н.). Както вече беше споменато, настанителната база във всички дунавски общини е сравнително малка и е неравномерно разпределена. Една трета от местата за настаняване са в Русе. В общините Видин и Силистра са разположени общо 1/4 от леглата, а в община Свищов други 18%. Общо в четирите посочени общини са концентрирани 81% от всички легла в крайдунавските общини. Проблемът с местата за настаняване не е еднозначен – обикновено те се увеличават, когато има и увеличен туристопоток, но от друга страна броят на туристите няма как да стане по-голям, ако няма къде да нощуват. Разбира се, преценката е сложен процес, който се влияе най-вече от търсенето и предлагането, т.е. от частната инициатива. В документите на двете общини Белене и Никопол туристическата база засега е оценена като „достатъчна“ за сегашните нужди.

Най-много нови легла в общините по Дунав в периода до 2018 г. са разкрити в Белене и Иваново, като увеличението на общия капацитет е съответно 5,5 и 8,5 пъти. В община Никопол НСИ все още не отчита места за настаняване, въпреки че там вече има три обекта – реновиран хотел и две нови къщи за гости.

Както личи от данните по-надолу, настанителната база не е голяма, но с оглед на ниския туристически поток горе-долу задоволява нуждите засега. Според НСИ, реализираните нощувки в община Белене за 2018 г. (последната година, която е отчетена по общини) са 2664, а пренощуващите лица – общо 1638 за годината. Това означава, че средно престоят на човек е бил 1,62, т.е. нощувка и половина. Общо леглата са 104 и са били заети средно по 25,6 дни в годината – т.е. натовареността е много слаба. Реализираните приходи от нощувки са 91 490 лева. Трябва да се каже обаче, че НСИ не отчита всички места за настаняване – според статистиката те са само 3, т.е. в сметките не влизат обектите, предлагани през платформите за споделяне, а само местата, които са се заявили като хотели. За община Никопол НСИ продължава да не отчита данни, въпреки че част от местата за настаняване са достъпни в Националния туристически регистър на Министерство на туризма, който съдържа информация по чл. 166 и 167 от Закона за туризма. Така или иначе, при положение, че развитието на туристическите услуги е изведено като приоритет за територията на МИГ, от един момент нататък ще трябва да се обмисли и увеличаване на местата за нощувка, било чрез стимули за частния бизнес, било чрез общински инвестиции или публично-частни партньорства.

Според Министерство на туризма, регистрираните в **община Белене** обекти са:

Вид	Име	Населено място	адрес	категория	капацитет	категоризация
Семеен хотел	ВЪЛКОВИ	Белене	България №55	1	7	категоризация 15/20.1.2009
хотел	RIVER SIDE	Белене	Белене	1	8	категоризация 381/7.6.2010
пансион	КАНЕТ	Белене	Сергей Румянцев 17	1	32	категоризация 381/7.6.2010
Семеен хотел	семеен хотел	Белене	Хисарлъка №11	2	28	категоризация 247/13.3.2014
хотел	ХОТЕЛ ПРЕСТИЖ	Белене	Белене	2	20	категоризация 302/25.3.2016
Хостел		Белене	град Белене, ул. "Сергей Румянцев" №17	3	32	категоризация 1566/25.11.2019

Видимо, някои от имената са сгрешени, както и някои обекти са отбелязани два пъти, поради различните срокове на категоризация. Някои от обектите за нощуване липсват. Работещите в действителност места за настаняване са:

Хотел Престиж, който се намира на брега на Дунав, до градския плаж. Има 80 места и предлага настаняване в 10 двойни стаи, 7 апартамента и 3 ВИП. Всяка стая е

оборудвана с телевизор, интернет, мини бар и тераса, от която може да се наблюдава панорамата по реката. Хотелът предлага допълнителни развлечения, с които туристите да запълнят свободното си време – наемане на лодки и катер за рибарите, АТВ и джетове за разходки в околността и по водата. В хотела вече функционира и външен басейн, гледащ от високо река Дунав и фитнес център. В ресторанта се организират банкети, тим билдинги и бизнес срещи за около 80 човека, има и конферентна зала за провеждане на събития. В градината през 2008 г. е построен Параклис на Божието Милосърдие, в който са положени мощите на света Фаустина – подарени от архиепископа на Краков през 2019 г.

Семеен хотел Кърчеви се намира на ул. Митническа 6 и разполага с леглова база от 14 места. Представява нова, уютна къща на тихо и спокойно място, има 4 двойни и 2 тройни стаи. Всяка стая е обзаведена със самостоятелна баня и тоалетна, TV и безплатен интернет. На разположение на посетителите е просторна и оборудвана кухня, с всички необходими уреди и съдове за самостоятелно приготвяне на ястия, както и прилежащата към нея трапезария. Условието са подходящи както за кратко, така и за дългосрочно наемане от служители и работници на фирми и гости на града. В двора има паркинг, както и градина от зеленчукови и овощни насаждения за безплатна консумация от гостите. Домакините организират ловен и рибарски туризъм и разходка по река Дунав.

Семеен хотел Вълкови е на ул. България 55, в центъра на град Белене с приятна и уютна атмосфера за отмора в 2 двойни и 3 тройни стаи след основен ремонт, всяка със своя уникален стил и обзавеждане, самостоятелни баня и тоалетна, телевизор, кабелна телевизия и интернет. Подходящ е за бизнес пътувания, тъй като е близо до ключови административни и офис сгради в града.

Семеен хотел Канет е на ул. Сергей Румянцев 17 и разполага с леглова база от 30 места. Включва самостоятелни студия, с отделен вход, тераса, антре, стая с две легла луксозно обзаведена, кухненски бокс напълно оборудван /хладилник, готварска печка, аспиратор/, санитарен възел, кабелна телевизия, интернет, климатик, охраняем паркинг. Също е подходящ за пътуване по работа.

Семеен хотел Белене се предлага в сайтовете за споделяне (букинг, както и българските roshivka.bg и journey.bg) без адрес като апартамент и евтини нощувки в Белене с капацитет 25 места. Къщата е с 14 легла, апартаментът е голям с 12 легла. Работи само през лятото и приема групи по договаряне за периода и цената.

В същите сайтове има още една **Къща под наем**, без адрес, отново с 14 легла и много ниски цени по договаряне. Обявена е като подходяща за колоездачи, каякари, и пътешественици, предлага и безплатна консумация на зеленчуци от двора, стаите са в битов стил, а адресът е на тихо място за хора, които търсят тишина и спокойствие (вероятно извън пределите на града).

В **община Никопол** официално регистрирани и категоризирани, според министерство на туризма са:

Вид	име	Населено място	адрес	категория	капацитет	категоризация
Къща за гости	Вила Рай	Муселиево	Георги Димитров 9	1	6	категоризация: 121/6.11.2017
Хотел	Хотел Голд	Никопол	Смолянови 1	1	30	категоризация: 81/5.7.2017

Хотел Голд се намира в на ул. Смолянови 1 и има 46 легла в 20 двойни стаи и 3 апартамента, ресторант с лятна градина, паркинг, сейф, рум сервиз. Всяка стая е оборудвана със всички подходящи удобства и интернет. Ресторантът предлага български и турски ястия, организира различни празненства - сватби, балове, банкети. Хотелът е на 5 минути пеша от стария център на града и до река Дунав. Не са предвидени допълнителни услуги.

Вила Рай е разположена в село Муселиево сред природата, като разполага с 16 места, разпределени в шест уютни стаи със самостоятелна баня, напълно оборудвана обща кухня, голяма банкетна зала-трапезария, паркинг и двор, безплатен WiFi в цялата сграда. В стаите има климатик, кът за сядане, телевизор с плосък екран със сателитни канали, кухня, кът за хранене и собствена баня със сешоар, душ и безплатни тоалетни принадлежности. Селото предлага идеални условия за почивка - чист въздух, широколистни и иглолистни гори и китни поляни, подходящи за разходки. Има възможност за лов и риболов, както и за колоездене. Вилата е подходяща за наемане групово от по 16 души, но стаите могат да бъдат наемани и поотделно.

Комплекс Хъшовете, също в Муселиево разполага с леглова база от 12 места. Представлява по-скоро битово заведение, в което може да се пренощува. В комплекса има действаща мелница, механа с лятна градина, чеверме, приготвят се български национални ястия, домашно приготвени баници и пите. Стаите за спане са 3 с по 4 легла и са за непретенциозни гости. Комплексът има рибарник за спортен риболов и организира риболов по река Осъм, река Дунав е на 12 км. В близост е и пещерата Нанин камък. Предлага се и допълнителна услуга - разходка с лодка по Дунав, където има мини база за отдих на брега.

На 4 км от град Никопол се намира и **Хижа 4-и километър**, собственост на ДГС Никопол. Тя е на 2 етажа и предлага настаняване за 40 човека, използва се предимно от ловци.

Ресторантърството е значително по-развито от хотелиерството и в двете общини. Това може да бъде обяснено, както с факта, че заведенията са предназначени не само за туристи, а и за местното население, но и поради това, че много от посетителите идват за ден – било по работа, било на разходка. Според регистъра на Мин. на туризма, категоризираните заведения **в община Белене са:**

Вид	Име	Населено място	Адрес	категория	капацитет	категоризация
Ресторант	Ресторант "Сузана"	Белене	България 43	1	30	924/8.10.2014
Ресторант	Снек бар "Ойша+Е"	Белене	България	2	99	304/19.3.2015
Бар	ДНЕВЕН И НОЩЕН БАР "МАНИЯ"	Белене	град Белене, пл. България	2	120	269/11.3.2016
Ресторант	РЕСТОРАНТ	Белене	ул. Хисарлъка	2	60	302/25.3.2016
Питейно заведение	КАФЕ АПЕРИТИВ	Белене	България №55	2	80	302/25.3.2016
Заведение за бързо обслужване	СНЕК БАР	Белене	ул. България №65	2	50	379/21.4.2016
Питейно заведение	Кафе-аперитив "Лайф"	Белене	България 23А	2	50	423/10.5.2016
Питейно заведение	Кафе	Белене	ул. Цанко Церковски 39А	1	20	451/19.5.2016
Питейно заведение	Кафе-аперитив	Белене	Кирил и Методий 54А	1	16	451/19.5.2016
Питейно заведение	Кафе-аперитив	Белене	България 60	1	20	822/24.8.2018

Освен официално вписаните, по-известни са и Пица и бар „Корнър“ на ул. Христо Ботев 27, "Бар Рай", подходящо за групи и деца, ресторант Фейс на ул. „Малчика“, механа „Български извор“ на ул. „Светлин“, „Топла Скара При Мето“ на България 33. Заведения за хранене има и в някои от селата.

В община Никопол:

Вид	Име	Населено място	адрес	Категория	капацитет	категоризация
Заведение за бързо обслужване	Механа Венеция	Никопол	Александър Стамболийски №1	1	88	505/29.12.2016
Кафе-сладкарница	Сладкарница Малина	Никопол	ул. "Васил Левски" №1	1	20	505/29.12.2016
Заведение за бързо обслужване	Бистро Парадайс	Никопол	бл. ЗМК	2	100	505/29.12.2016
Заведение за бързо обслужване	Снек бар с кетъринг при ТК "Яница"	Муселиево	ул. "Георги Димитров" №8	1	95	505/29.12.2016

Бар		Никопол	Александър Стамболийски" №15	1	36	505/29.12.2016
Заведение за бързо обслужване	Бистро Ники	Никопол	Васил Левски №13	1	50	505/29.12.2016
Кафе-сладкарница	Кафе клуб Бакарди	Никопол	Васил Левски 16	1	40	116/14.4.2016
Заведение за бързо обслужване	Снек бар	Муселиево	Георги Димитров № 2	1	50	5.7.2017

Други популярни заведения са рибен ресторант „Котвата“ на ул. Раковска 1 и ресторант Ферибот, в който също се сервира прясна риба.

6. Възможности за развитие на туризма на територията на МИГ, нестандартни решения и добри практики.

Както вече беше отбелязано, развитието на различни форми на туризма зависи не само от наличните природни и културни ресурси, но и от количеството и качеството на местата за настаняване, пътната инфраструктура, основната техническа инфраструктура (вода, канализация, газификация, ток, интернет, озеленяване), както и от капацитета на човешкия фактор – има ли достатъчно предприемаческа инициатива и култура, достатъчна и квалифицирана работна ръка и т.н. Именно по отношение на селските райони, които в повечето случаи са със съхранена природа, богато биоразнообразие, архитектурни паметници от различни епохи и живи традиции и обичаи, но с лоши показатели за гореизброените предпоставки за развитие на туризма, се препоръчват не само алтернативните му форми, но и някои нестандартни решения, изискващи повече изобретателност, отколкото вложения или бизнес инвестиции.

6.1.Къмпинги, глъмпинг и еко-селища

Според експерти в туризма, една от най-бързите, евтини и лесни инвестиции в сектора е разкриването на къмпинг. За най-разпространения вид (палатки и каравани) е необходимо да има само оградено място, вода, ток и тоалетна, а един къмпинг може да бъде отворен в рамките на месец с относително малко средства, когато има съответните разрешителни, давани предимно от местните общини. В рамките на страната ни има безброй подходящи места извън морските курорти – покрай крайбрежието на големите реки, в планините, около историческите забележителности. По данни на Българската асоциация за къмпинг и караванинг (БАКК), у нас в последните 3 години, годишно се създават средно по 5 нови къмпинга, въпреки че сме далеч назад в това отношение в сравнение с другите държави от ЕС. Нарастващата тенденция в световен мащаб към здравословен и природо-съобразен начин на живот, както и към по-активна откъм движение и впечатления почивка предпоставят създаването на все повече места за настаняване сред дивата природа и далеч от пренаселените хотели. Моделът, който се препоръчва за селските райони е насърчаване на инициативата сред дребните земевладелци за обособяване на малки къмпинги във фермерските дворове или на

общински терени, особено за селища, където няма места за настаняване и туризмът изобщо не е развит и разгръщане на по-големи паркове-къмпинг в близост до големи туристически забележителности, балнеокурорти или градове с развити атракции.

Къмпинг туризмът е един от най-динамично развиващите се сектори в Европа. Официалните статистики на Евростат отбелязват годишен ръст от 5% за 2019 г. спрямо предходната година, като броят нощувки в къмпинги в Европейския съюз започва да конкурира този в хотелите в някои държави (до 30%) и е средно 12% за ЕС от общия дял нощувки. Тази тенденция се усеща и в България, където обаче броят на съществуващите къмпинги не може да задоволи нарасналото потребителско търсене нито на българските, нито на чуждите туристи. Българите предпочитат къмпингите в Гърция, отчасти в Хърватия и Турция, докато за чужденците, пътуващи с кемпери, каравани или палатки липсата на къмпинги се отразява негативно на възможността да създадат подходящи туристически маршрути за опознаване на страната ни. Обикновено къмпингуващите туристи не обичат да са ангажирани с конкретен график и резервации и отсядат в къмпинг за 2-3 нощувки, докато посещават забележителностите в района, а после продължават към следващата точка от маршрута си, но тъй като това у нас не е възможно, те се насочват предимно към морето. Към момента в България, според Евростат, има официално регистрирани 11 къмпинга, според Мин. на туризма регистрираните къмпинги са 42. И двете числа са далеч от европейските и дори от балканските стойности. Регламентираните регистрирани места за къмпинг в Европейския съюз са общо 28 400. Франция например е с над 8000 места за къмпингуване, Германия - с около 3000, Италия с над 2300, Испания - с 1300. На Балканите в Македония къмпингите са около 60, а в Гърция - над 300. В Хърватия има 726 къмпинга, в Румъния – 680. Трите страни с най-висок процент туристически нощувки в къмпингите са Дания (33% от всички нощувки в туристическо настаняване в страната), Люксембург (32%) и Франция (29%), в България този процент е 0,5% от всички нощувки. Освен че такъв тип почивка не е особено популярен и толериран още отпреди 89-та година, в днешно време старите бази не са поддържани или са застроени с хотели, особено по морето, няма голям инвестиционен интерес, тъй като маржовете на печалба са по-малки, няма и държавна политика в това отношение. Причината се крие и в неясната законодателна уредба – след Наредбата от 2015 г, до средата на 2020 г. се очаква да бъде приета нова, която да регламентира окончателно някои проблеми и най-вече този с дивото къмпингуване. Така или иначе, освен изискванията за категоризация, определени от Министерство на туризма, разрешителните за строеж на къмпинги са в правомощията най-вече на общините и до голяма степен зависят от тяхната инициативност.

Появата на къмпингите датира от началото на 20 век, като „къмпинг“ (camping) означава буквално пребиваване на открито, в лагер, почивка сред природата в палатка. В днешно време този вид пътешествие и почивка се разглежда като форма на **устойчивия туризъм**, тъй като съдейства за опазване на природата (вписва се в пейзажа и не замърсява), развива се на места, в които няма условия за курортен туризъм (вътрешността на страната, селски райони, защитени зони), създава поминък и

доходи за местното население (къмпинг туристите пазаруват от местни доставчици, посещават ресторанти и кафенета, търсят атракции). Къмпинг туризмът съхранява и развива природното и културно-историческото наследство, икономическите резултати са положителни в дългосрочен план и са в полза на местните общности, а използването на природните и антропогенни ресурси е щадящо и почти незабележимо. Къмпинг туризмът се счита за вид диверсификация на дейностите в селските райони, като обикновено подпомага развитието и на другите видове алтернативен туризъм – екологичен, велотуризм, вино и гурме, културен, приключенски и др.

Както вече се каза, най-много къмпинги в България има по черноморското крайбрежие, като непрекъснато се отварят нови, тъй като част от старите не отговарят на съвременните изисквания, но и все още са крайно недостатъчни. Други пък постепенно се превръщат във вилни селища със сезонни и дори целогодишни стационарни къщички и не приемат гости за временно настаняване. Към момента множество исторически, природни и културни забележителности у нас остават непокрити от регулирани места за нощувка с кемпер, каравана или палатка. В Северна България в 7 от 14-те в области: Плевен, Ловеч, Русе, Търговище, Разград, Шумен и Силистра няма нито един голям къмпинг. В Северозапада има само два нови къмпинга: къмпинг „Хан Мадона“ до Белоградчик, който е на 7 дка за каравани, кемпери и палатки, като местата са снабдени с ток и вода и къмпинг "Кариерата" на територията на Природен парк "Врачански Балкан" над с. Згориград, изграден със средства на Парка и с подкрепата на местни и чужди организации, фирми и физически лица, в който обаче все още няма тоалетни. По поречието на Дунав няма официално регистриран къмпинг, а само няколко малки – в дворове на хотели и къщи за гости, което ограничава и другите видове природен туризъм – велосипеден, плавателен, еко, селски, културен, тъй като в населените места по реката няма и достатъчно места за настаняване.

Както и всяка друга дейност, създаването на къмпинги става предимно с частни инвестиции, а в мярка 6.4 от ПРСР създаването на къмпинг е допустимо, но след злоупотребите с къщи за гости, финансирането на практика е ограничено в този програмен период. Трябва да се отбележи обаче, че общините също могат да бъдат активни в тази област – пряко или косвено да подпомагат усилията на местната общност, фермерите, ръководствата на парковете и защитените зони. Общински къмпинги има по Черноморието – общински къмпинг Тюленово или общински къмпинг Езерец до Шабла, които са в т.нар. „заварено положение“ и къмпингуващите заплащат символична такса на общината срещу сметосъбиране и поставяне на химически тоалетни, както и поддръжка на пътя дотам. През 2018 г. обаче, община Поморие започва изграждането на първия модерен общински къмпинг по Черноморието, предназначен за кемпери и каравани в местността Косата между Черно море и Поморийското солено езеро. Къмпингът ще разполага с 33 места за кемпери и каравани, като на всеки четири ще се полага собствена колонка за хранене с ток. За туристите ще бъде осигурена още вода, а отпадните води ще се събират в обособена зона, която ще бъде включена към централната канализация. Проектът предвижда още изграждането на санитарни, медицински и административни помещения, както и

беседки, туристическа кухня, два детски къта, барбекю, зона за спорт. Идеята е да се осигури алтернативно и по-евтино място за почивка, а и общината да печели от тази дейност. Това е добра практика, от която може да се почерпи опит. Евтини общински къмпинги, както и такива, управлявани от природни паркове и защитени зони има в целия ЕС.

Друг вид решение, достъпно финансово за селските райони е т.нар. **градински или фермерски къмпинг (garden camping)**, който е предназначен за по-краткотрайно пребиваване и подходящ за селски туризъм, детски лагери, зелени училища, образователни курсове, по време на големи събития – фестивали, турнири, вело-обиколки, исторически възстановки, когато местата в хотелите не достигат или участниците желаят да пребивават сред природата. Като течение в къмпинг туризма градинският къмпинг възниква преди 4-5 години и набира много сериозна скорост в селските райони на Европа. На практика това е евтино за посетителите настаняване в земите на частни собственици – двор на къща или ферма, градина, поляна, гора, нива и т.н., което пък носи допълнителни доходи за стопаните. За такъв тип туристическо предлагане вече има и интернет платформа: <https://campspace.com/en/> (отваря се само с google chrome), в която вече са регистрирани 12 български къмпинг-дворове, като 2 от тях са в села покрай Русе. Регистрацията на собствениците на имоти е напълно безплатна, обявява се точното им местоположение, снимки, цена, контактна информация и условията, които предлагат за настаняване. Предимствата на този тип къмпингуване е, че не изисква особени разрешителни, а качеството на услугата се оценява от потребителите чрез рейтинг в самия сайт. Най-известният „фермерски“ къмпинг у нас е дворът на „Слънчевата ферма“ в село Тънково, община Стамболово, Хасково. Къмпинг зоната е на просторна поляна и е предназначена за палатки и каравани, има тоалетна и баня с топла вода, три външни чешми, покрит навес с маси и столове и паркоместа. На разположение на гостите са още кухненски кът с фурна и котлони, кафе машина, преносимо барбекю, електрическа скара, хладилник с фризер, камина, аптечка. Палатки, шалтета, хавлиени кърпи и посуда се предлагат и под наем. В къмпинга има и безжичен интернет, лятна тента с маси и столове, кътове за отдих и игри, книги за четене, игри за децата, магарешка езда, разходки с каручка и други забавления. От самата ферма гостите могат да си купят прясно заешко месо, както и сезонни плодове, зеленчуци, билки, мед, сусамов тахан. Фермата организира едnodневни посещения „Фермер за ден“ за деца и възрастни, едnodседмични летни лагери за деца на палатка с програми за работа в стопанството и обучение, едno и няколко дnevни планински преходи, еко-турове и пътешествия за възрастни. Друга известна ферма с къмпинг в двора в България е **къмпинг Рудник**, който се намира във ферма за пауни на юг от Бургас. Фермата е отворена целогодишно за групови и индивидуални посещения на туристи, има капацитет от 500 места за палатки, като през пролетно-летния сезон освен разглеждането на най-голямата колекция от пауни в Европа (25 вида) предлага и пазар на пресни плодове, произведени на място - череши, кайсии и праскови откъснати от самите посетители. На Дунава единственият регистриран къмпинг в двора, от който се възползват най-вече участниците в дълги велосипедни обиколки, както и местни еко-любители е на поляната **пред къщата за**

гости „Анвер“ в Ново село, Видинско. Той е само за палатки, но към къщата има заведение, което предлага топли и студени напитки и скара, както и детска площадка, градина и фитнес уреди. В двора на х. Свищов в едноименния град има малка къмпинг зона на брега на Дунава в района на с.Вардим, носеща неофициално името **“Старият сом“** (официално къмпинг Дунав), който обаче не е регистриран и категоризиран и е за 3 каравани и 6 палатки. Като пример за изобретателност в градинския къмпинг може да бъде посочена и ферма във Великобритания, в района на Хартланд, която предоставя като място за нощувка в двора си двуетажен лондонски автобус, обзаведен в стил 50-те години на 20-ти век с ретро мебели, грамофон, радио и телевизор и в който могат да нощуват пет души, които разполагат и с кухня, баня, тоалетна, кът за четене и бар.

Глъмпинг (Glamping) или „glamorous camping“ е сравнително ново явление в къмпинг културата, което предлага комбинация за почивка сред природата и лукса на 5-звезден хотел. С развитието на технологиите се променят и изискванията на потребителите – хората искат едновременно да са близко до естествените природни гледки, но и да не разпъват палатки и багаж и да се откажат от домашните удобства. Първият петзвезден къмпинг е във Франция и отваря врати през 2010 г., като към днешна дата в страната има 221 петзвездни и 1171 четири звездни къмпинга. Локациите на подобни къмпинги обикновено са на супер изолирани от цивилизацията места, далеч от шума и замърсяванията, а собствениците акцентират върху СПА центрове, аквапаркове и басейни, ресторанти и различни услуги – спорт, масажи, лечебни процедури. Като добра практика на подхода WOMP може да се даде новосъздаденият глъмпинг **Big Berry в Словения**. Модерният къмпинг се състои от няколко луксозно обзаведени мобилни къщи по собствен дизайн с различен капацитет, разположени край живописната словенска река Колпа близо до границата с Хърватия. Заобиколени с прекрасна природа, къщичките са изработени и обзаведени с висококачествени дизайнерски материали и мебели. Всяка от тях разполага със собствена баня, кухненски бокс с място за релакс, луксозна спалня и веранда, от която всеки посетител може да се наслаждава на околните гледки. Къмпингът предлага и просторни общи пространства и физически активности като каяк, плажен волейбол, външен фитнес и електрически колела под наем. Макар България все още да остава далеч от луксозната тенденция в Европа, подобни глъмпинги се правят и у нас. В края на 2019 г. отваря врати първият къмпинг в България и на Балканите за СПА туризъм, който се намира близо до Велинград. Инвестицията е частна на местната строителна компания "Александър и синове". **"Спа къмпинг Велинград"** е разположен на площ от 6 дка, предлага 36 места за настаняване на кемпери, каравани и палатки и собствен термален СПА център с два вида сауни, парна баня, вътрешен топъл басейн, студен шок басейн, стая за релакс, душове, съблекални и масажен кабинет. Трите външни басейна работят целогодишно, има и чаен бар с традиционни билки за района. Друг голям глъмпинг, който се изгражда в момента е в Розовата долина - в района на Павел баня. **Къмпинг „Алба“** е комплекс върху терен от 58 декара в село Скобелево в подножието на Стара планина, който ще разполага с 50 паркоместа за кемпери, още 20 по-големи ВИП паркоместа и 10 дървени вили с веранда и барбекю. Инвеститор в него е местният производител на розово масло и козметични продукти "Алба груп". Дружеството е свързано и с

компанията "Дамасцена", производител на розово масло и собственик на един от най-посещаваните туристически атракции в Розовата долина - етнографския комплекс "Дамасцена", който се намира на около 200 метра от бъдещия къмпинг. Туристите ще могат да ползват и два изкуствени рибарника, захранени с пъстърва и шаран.

Освен класическите къмпинги, разпространена практика в селските райони на Европа, като разновидност на глътпинга е създаването на **еко-селища** с дървени или глинени къщички и бунгала, автономна енергийна система (обикновено със слънчеви панели) и хранене с екологични-продукти, произведени в собствено стопанство или в близките села. В България най-известното такова място е **ваканционното селище Омая**, в село Гайтаниново, близо до Гоце Делчев и границата с Гърция. Комплексът разполага със 7 къщи, построени от глина, камък и дърво, 2 езера, басейн и 2 ресторанта. Макар всичко да е от екологични материали, всяка къща има съвременни удобства - телевизор, камина, ел. радиатори, мини бар, самостоятелна баня. В ресторанта се предлагат само екологично чисти храни от собствено стопанство със затворен цикъл на производство – зеленчукови и овощни градини, лозя, ягоди, малини, къпини, дивечът и рибата също са пряко уловени и местни. В планината наоколо има горски маршрути, които могат да бъдат преминати пеша или дори и с планински велосипед, организирано е бране на билки и гъби, плуване в открития басейн, волейбол, тенис на маса, разходки с лодки и водни колела по езерата. Друго известно у нас **еко-селище е Азарей**, разположено в Троянския балкан в с.Горно Трапе, което пък е с 6 дървени къщи във форма на конусна пирамида, изградени също от напълно естествени материали. Селището разполага със собствена соларна система, която осигурява и топла вода, собствена зеленчукова градина, произвежда био козметика и здравословни добавки, организира семинари и курсове по здравословно хранене, спорт и начин на живот. И двете еко-селища са частни инвестиции, без използване на европейски средства, но все пак са пример за селски туризъм, създаден от „нищото“ в райони, които разчитат единствено на запазената природа.

Като добра практика в прилагането на BOMP може да се даде за пример създаденото на остров Готланд в Швеция **еко-селище Suderbyn**. Проектът е реализиран по мярка 6.4 и е на стойност 74 347 евро, като идеята е селището, освен за туризъм, да служи и като учебен модел за природо съобразен туризъм, пречистване на отпадни води, производство на биологични храни и зелена енергия. Екоселището е създадено в стара ферма близо до Висби, главния град на шведския остров Готланд и е достатъчно далече от града, за да е в екологично чист район, но и достатъчно близо, за да може да се възползва от пътищата, транспорта, канализацията и централизираното събиране на отпадъци. Проектът има за цел да представи „на живо“ и да бъде учебен модел за нов по-природосъобразен и здравословен начин на живот, алтернативен подход към потреблението, живот в общност и модел за устойчиво развитие на селските райони. Инициативата включва създаване на екологични системи за събиране на отпадъци и пречистване на води, производство на биологични храни и на възобновяема енергия. Селището претендира да въведе и социална иновация – напълно демократично взимане на решения от всички участници в експеримента и отхвърляне на консуматорския

подход на съвременното общество, работа на доброволни начала, равно разпределяне на печалбата от продуктите и туризма. Със средствата по проекта е създадена основната инфраструктура – озеленяване и засаждане на стотици дървета, преместване на 3 800 кубически метра почва с цел промяна на релефа и за създаване на четири езера и седем големи слънчеви „капани“ (подковообразно струпване на големи дървета, насочено обикновено на юг, като се смята, че така се създава по-топъл микроклимат). Създадена е и най-голямата в Швеция биологична градина за плодове и зеленчуци. В екоселището се предлага храна веднъж дневно, а тя е сготвена на „слънчева“ печка – уникално шведско изобретение, което използва топлината на слънцето чрез различно разположени рефлектори. Изхвърлянето на отпадъци се избягва, тъй като те се употребяват за производство на биомаса, а от нея се произвежда електрическа енергия. За едnodневните посетители са осигурени пейки, места за почивка, табели, които ги осведомяват за различни аспекти от екологичния начин на живот и ползата от биологичните продукти, а за тези, които искат да поживеят в селището – нещо като колиби, направени от естествени материали, но все пак с всички удобства. Туристите имат шанса да наблюдават отблизо и много редки видове птици, които живеят необезпокоявани на острова. В екоселището, освен туристи се приемат и групи за обучение на ученици, на безработни хора, които искат да се преквалифицират или на земеделски производители, които желаят да научат тънкостите на биологичното производство, ефективното пречистване на водите или производството на енергия от ВЕИ. По проекта е направен и специален сайт, от който също може да се получи информация за принципите на съобразения с природата начин на живот. **Suderbyn** е включено в европейската мрежа на еко-селищата, международната доброволческа служба, както и в мрежи на различни образователни институции.

Препоръка: Двете общини могат да проучат подходящи места за откриване на евтини къмпинги на общински терени със собствени средства или чрез публично-частни партньорства, поради неясното финансиране по ПРСР по съответните мерки. Да се проверят законово и възможностите за къмпингуване в ПП „Персина“ (не е абсолютно забранено и е възможно извън резерватите при спазване на определени условия), паркът може да бъде финансиран по някоя от екологичните или дунавски и трансгранични програми. МИГ от своя страна може да повиши информираността на местните фермери относно къмпингуването „на двора“, тъй като това би им донесло допълнителни приходи. Да се проучат и възможностите за инвестиции в строеж на еко селища по брега на реката.

6.2. Селски туризъм без къщи за гости

Селският туризъм е най-разпространената разновидност на алтернативния туризъм и в последните 20 години тази форма на почивка се разраства бързо, като в държави като Франция, Англия, Холандия, Ирландия, Германия, Испания туристическите пътувания към селата и селските райони заемат вече второ място след ваканциите на море. Тази тенденция важи и за България, като според Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ) повишаването на търсенето на продукти на селския туризъм е около 6% за предишната година. Преобладаващите посетители в българските планини и села

са българи и чужденци: германци, французи, испанци, англичани и американци. Въпреки обявените намерения за развитие на алтернативния туризъм, за съжаление на практика почти нищо не се прави от страна на държавата: финансирането на къщите за гости е фактически прекратено, а селският туризъм е разписан като приоритет единствено в Родопите и като допълнителен туристически продукт в Стара планина и Южното Черноморие, в бюджета за реклама на България от няколко години фигурират само морските и ски курорти. Независимо от това, различни форми на селски туризъм се предлагат, а търсенето им се увеличава почти във всички райони на страната, като проявленията му са разнообразни и съобразени с нуждите на най-различни групи посетители – желаещи да участват в производството на фермите или сами да наберат продуктите си, лагери за деца, обучения в занаяти, участие във фолклорни събития или просто почиващи сред природата градски хора.

Вече беше казано, че в по-широк смисъл „селски туризъм“ е всеки туризъм, който се практикува в селските райони и в селата, като под „селска територия“ се разбират не само малките населени места, но и прилежащите им землища, паркове или гори, в които могат да се осъществяват различни стопански дейности и които при подходящи условия също могат да бъдат атрактивни за туристите. Ако се приеме това определение, понятието се разширява до почти всички видове алтернативен туризъм – екологичен, спортен, приключенски, културен, дори може да бъде включен и класическият ваканционен туризъм, като условието е да бъде на село. В по-тесен смисъл обаче (каквото е и определението в европейските документи), селският туризъм, освен пребиваването на село, включва и активното участие на туристите в селския начин на живот и близък контакт с местните общности, тяхната култура, традиции и обичаи.

Според БААТ, „Селският или агро туризмът е разновидност на алтернативния туризъм. Характеризира се с престой в селска среда (къщи, устроен в близост къмпинг или друга настанителна база), контакт с домакините, достъп до стопанството или престой във ферма. Той може да се яви като преминаващ, т.е. престой в рамките на обиколен тур или като уикенд, или дори една седмица престой. И в двата случая туристите очакват да се включат в ежедневието на домакинството: беритба на плодове и зеленчуци, билки, приготвяне на традиционни ястия, включване в обичаите и празниците на района, наблюдение или обучение в местните занаяти, фолклорни и земеделски традиции. Тези дейности обикновено се допълват с различни видове активен или културен туризъм (пешеходен, планинско колело, езда, посещение на манастири, музеи, археологически и други забележителности, училище по занаяти) и най-често е комбинация от всичко това.“ Според това определение, за селския туризъм е по-важно запознаването и практикуването на начина на живот на стопаните на фермата или местното население, отколкото местата за настаняване, които могат да бъдат най-разнообразни или въобще да няма нощувка. Селският туризъм се счита за вид „отговорно пътуване“ до райони с чиста природа и запазена култура, като се утвърждава практиката самите туристи (посетители) да участват непосредствено в специфичния начин на живот в района, което за тях носи определени положителни емоции и в същото време допринася за повишаване благосъстоянието на местната общност, създава уважение към местната

култура, щади средата от негативните ефекти на туризма, присъщи за големите курорти.

У нас селският туризъм се свързва най-често със злополучните къщи за гости, финансирани в предишния програмен период. В по-голямата си част обаче, те са просто семейни хотели, построени сред природата или са ремонтирани стари къщи в автентичен стил – с чардаци, камъни, дърво (например в Лещен и Копривщица), които имат всички съвременни удобства – топла вода, интернет и телевизия, често и басейн, но като допълнителна услуга предлагат на гостите си единствено домашно приготвена храна и то не изцяло, или атракции като езда, сафари, лов, разходка, и на практика по никакъв начин не правят гостите съпричастни със селския начин на живот или културата на местното население – т.е. в повечето случаи не отговарят на определението за селски туризъм. Според БААТ, в България често се слагат само табели за селски туризъм върху места, в които единственото автентично селско са няколко битови предмета и местоположението.

Както вече се каза, селският туризъм предполага активно участие в живота на домакините (работа на полето или във фермата), типични за региона храни, отгледани на място, запознаване с традициите и културата на общността. Нощувките са вторичен фактор (въпреки че нашето Мин. на туризма брой за туристи само хората, осъществили поне една нощувка), но те могат да се осъществят и другаде (например в хотела на близкия голям град или в близкия къмпинг), но различните форми на посещения на ферми и стопанства, обиколки на местните ресторанти, участие във фолклорни събития, курсове по занаяти и кулинария, винени дегустации, обучение в земеделие и т.н. отговарят на изискванията за селски туризъм – носят допълнителни приходи на производителите, запазват местната култура, традиции и природата и имат положителен ефект върху целия селски район. Класическите къщи за селски туризъм в Европа не изглеждат като луксозни хотели с басейни и барбекюта. Те имат стопански двор и градини, в които туристите могат да работят, а луксът е по-скоро изключение. Такъв вид „фермерски“ селски туризъм е типичен за по-голямата част от държавите в ЕС, луксозни къщи има предимно във Франция, в Холандия се лагерува на палатки в дворовете, в Унгария и Гърция селският туризъм означава предимно евтини квартири по селата, в Германия и Финландия се дават под наем самите селски къщи на стопаните, а те живеят на друго място в това време. При всички случаи, колкото и широко да е понятието и колкото и разновидности да има, определящо е опознаването на живота на село, а не просто пребиваването там.

Най-разпространена форма на такъв тип туризъм, в който се акцентира не на почивката, а на активното участие са т.нар. **„отворени за посещения ферми“**, които са характерни за целия ЕС. Те не изискват наличието на къща за гости (понякога посетителите могат да нощуват в самия дом на стопанина или на палатка в двора му), но не това е целта на посещенията. В последните 5-6 години подобни ферми има и на доста места в България. Повечето от тях са с „работно време“ от до определен час, може да приемат гости по заявка и да предлагат някаква атракция – храна, детски кът. Целта на посещенията е различна – най-често да се видят условията, при които се произвежда

зеделската продукция и да се купи от нея, разходка с познавателна цел, консултация и любопитство как функционират стопанствата, как се отглеждат животните или зеленчуците, забавления за децата. Често пъти при форма на споделеното земеделие в биологичните ферми туристите са всъщност доброволци, които помагат в прибирането на реколтата или сами си набират това, което ще купят.

Много често за туристи са отворени фермите с редки животни, които сами по себе си са атракция. Такива са вече споменатата в предишната глава **ферма за пауни Рудник**, или две ферми за щрауси: **Bulostrich** в село Борислав, на около 30 километра от град Плевен, в близост до бившата авиобаза Каменец и **Krasiostrich** в местността Белите камъни до село Старцево, община Златоград, които работят на принципа на зоологическата градина – с работно време за делнични и празнични дни, има индивидуални и групови посещения за ученици и входна такса. Във втората ферма посетителите могат да видят и да се запознаят с живота и начина на отглеждане и на други редки и специални видове животни: коне, зайци, котки, морски свинчета и др., има и специално създаден "Музей на щрауса", където може да се намери голямо разнообразие и интересни идеи за приложението на различните продукти, получени от щраусите, а част от експонатите могат да бъдат закупени като сувенири. **Фермата за охлюви Еко-телус** (до Варна) е първата в България, която отваря врати за желаещите да се запознаят с полезните качества на охлювите, тяхното широко приложение в кулинарията, козметиката и медицината. Разходката из полетата на стопанството запознава с най-популярните видове ядливи охлюви и с процеса и методите на отглеждането им, като е съпроводена с научна беседа от екскурзовод при желание на гостите. Фермата има и собствен ресторант, а храната е изцяло от произведени на място продукти – освен охлювите, зеленчуци и плодове, млечни продукти.

Най-характерни за отворените ферми са еднокдневните посещения с цел дегустация и покупка на продукти на място. Такива са много от животновъдните стопанства в планинските райони, в които посещението се съчетава с разходка на чист въздух. Например, **биологичната ферма "Елата"** в с. Плана е разположена на уникално красиво място сред пет планини и предлага дегустация на собствени млечни продукти, добити от каракачанска овца и родопски крави: кисело мляко, сирене, извара, кашкавал и масло, които естествено могат да се закупят за вкъщи. Стопанството „**Софина**“ е близо до София в Елин Пелин, но също има ден на отворените врати, в които посетителите сами могат да наберат произведените във фермата пресни зеленчуци - домати, чушки, марули, боб, патладжан, тиквички, царевица, картофи, моркови. По предварителна заявка се приемат и семейства с деца или компании с приятели, които просто искат да прекарат един ден в градината и евентуално да се включат в работата по отглеждането на продукцията или да направят пикник на чист въздух. **Ферма Линбул** се намира над Петрохан и в нея се отглеждат говеда от породата Блек Ангъс, като домакините приемат гости при предварителна уговорка – да видят как протича процеса и евентуално да направят заявка за месо (продава се само септември и октомври). Един ден във фермата може да се прекара и в с. Ягодово, община Берковица, където **кооперация "Каряна"** е превърнала стар промишлен кантар в място

за посетители, на което се провеждат лекции, беседи, дегустации и на различни видове сирена.

Понякога еднодневните посещения могат да станат и периодични през годината. Като добра практика чрез подхода ЛИДЕР може да се посочи системата „животни на лизинг“, въведена от ферма в село **Егелхам, Бавария**. Собствениците търсят начин да направят производството на месо по-рентабилно и през 2009 г. предлагат услугата клиентите да си поръчат да им отгледат „лично“ прасе, теле или агне за собствена консумация – на лизинг и при спазване на всички правила на хуманното животновъдство. Процесът предвижда потребителите да могат да проследят чрез посещения на място целия цикъл на отглеждане на животното – от раждането до клането и да участват в разходите. Лизингът на животни се базира на стари местни породи, в сътрудничество с 2 други малки органични ферми и семеен касапин, който предлага индивидуално транжиране на месото и преработка, в съответствие с желанието на клиента. Стопанството се намира сред красиви хълмове, туристическа пешеходна пътека и велоалея минават близо до него. Тъй като начинанието има голям успех, постепенно фермата е разширена със зеленчукова градина, лозя и ресторант, започва да се предлага и услугата „фермер за един ден“, а като допълнителна атракция за гостите се организират и курсове по пиано и рисуване сред природата.

Фермата Козя Поляна, Долна Силезия, Полша също се дава за пример сред добрите практики. Основната дейност е биологично отглеждане на кози, както и производство на козе сирене. „Ломницкото козе сирене“ е защитено като традиционен продукт (храни с традиционно специфичен характер) и представя официално полската кухня по време на полското председателство на ЕС. Стопанството се намира в планината, близо до „Желеня гора“, сред поля и гори, с прекрасна панорамна гледка, като площта му е само 7 дка. Наред с няколкото вида биологично сирене (дълго козе сирене, прясно сирене, сирене Рита и Грил), както и прясно и кисело козе мляко, по биологичен начин се отглеждат плодове, зеленчуци и билки. За няколко години дейност, собствениците разбират, че туристите, които идват да си купят от техните продукти искат да научат повече и за производството. Ето защо през 2014 година „Козя Поляна“ се присъединява към Мрежата от образователни ферми, с цел допълнително развитие на учебни дейности. Образователните програми, осъществявани на място, са предимно за отглеждане на кози и производство на козе сирене, а също и за популяризиране на екологичния начин на живот и опазването на околната среда. По време на посещенията всички участници могат да опитат произведените тук сирена и мляко, като групите, които достигат до 50 души са както от деца, студенти и възрастни. Програмата включва разглеждане на фермата, хранене на козите и фотосесии с тях, различни състезания, дегустация на сирена и готвени ястия на базата на козе сирене, работилници за сирене. Собствениците подчертават, че образователната дейност е нещо като хоби към основната им дейност - производството на сирене и не е задължително да има рентабилност, но все пак добавя стойност към дейността им.

Опит за подобни „демонстрационни“ стопанства има и в България, въпреки че у нас все още няма мрежа образователни ферми, а свързването на производството с научни

центрове, учебни заведения или лаборатории е по-скоро изключение. Първ такъв опит е семейната **ферма "Под Балкана"** (в с. Васил Левски, Карловско), която е и първият в страната демонстрационен център за преработка на мляко и директни продажби на млечни продукти, отворен през 2015 г. с финансиране от българско-швейцарския проект „За Балкана и хората“. В стопанството се произвеждат биволско, козе, овче и краве кисело мляко и сирене от редките породи български животни - Каракачанска овца и биволи Българска Мурра. От 2017 г. се предлагат и консервирани меса и пастети. Фермата е отворена за посетители, които искат да видят как се прави сирене и кваси мляко по традиционна българска технология, да научат как се гледат свободно в природата животните, провеждат се обучения и практически занимания за преработка на млечни и месни продукти, екологични практики в пашуването и опазване на биоразнообразието. Друга подобна ферма е **"Реплянка"** в едноименното село на община Чупрене (област Монтана). В нея се отглеждат 500 реплянски овце – традиционна местна порода, като стопанството е разположено в Западна Стара планина, в зони от Натура 2000 и стопанисва пасищата и ливадите около фермата в съответствие с агроекологичните изисквания. Демонстрационният център отново е за преработка на мляко и млечни продукти.

Демонстрационните ферми могат да бъдат свързани не само с произвежданите в тях продукти, а и с местните традиции, кулинария, занаяти или с опазване на околната среда. Например в село Превала, община Чипровци стара пекарна в частното стопанство **"Традициите на Северозапада"** през 2013 г. се превръща освен в цех за преработка на сладка, но и в демонстрационен център, в който се провеждат, обучения, зелен тиймбилдинг, дегустация, работа с природни материали и други събития, чрез които се подчертава връзката между бита и традициите на хората в района. В центъра се предлага и производство на баници и кори, печива с традиционна пещ на дърва. В **село с. Меляне**, община Г. Дамяново (Монтана) художник прави в двора си открита етнографска сбирка, посветена на дървото в бита на българите през вековете, художествена галерия и ателие за дърворезба, както и демонстрационен център, в който се провеждат обучения и беседи, приготвят се сувенири от дърво, представя се и информация за природната среда и местната култура, поминък и история на района. **Биоферма Розино** (Сопот) през 2019 г. организира събитие, част от летния университет по програмата на ЮНЕСКО „Човекът и биосферата“, посветен на Биосферните паркове. През съответния ден гостите участват в лекции, работилници и семинари за биосферните паркове, компостирането, животът без отпадъци и други теми, свързани с екологосъобразния начин на живот, запознават се с живота във фермата, как от биволско мляко се прави сладолед (Gelato & Latte е собствена марка на производителите), опитват био продуктите на специален обяд, организиран съвместно с други производители на екологична продукция от района. Ферма „Розино“ регулярно е домакин на различни събития, свързани с летни училища, обучения, научни изследвания, посветени на опазване на околната среда.

Отворените ферми много често са насочени специализирано към обучение и забавление на децата. Атракциите могат да бъдат от създаване на детска площадка или център за

забавление до организиране на летни училища, лагери и семинари. Къщата за гости отново не е задължителна, в повечето случаи на престой децата спят на палатки или в дома на стопаните. Сред най-известните е вече споменатата „Слънчева ферма“ в село Тънково в Родопите, която е отворена за посещения от 1 април до 31 октомври предимно за деца. Концепцията за „завръщане към селото“ включва специално отношение към децата и обучението им в ранна детска възраст по метода „учене чрез съпреживяване“. За тях се организират разнообразни прояви – екскурзии, училища, лагери и др, където участват в дейностите на фермата и съпреживяват случки от реалния живот на село. Фермата разполага с детска площадка, помещения и покрит навес с камина на открито, в които се организира занималня и предучилищни курсове. По време на летните лагери, децата спят в палатки на двора. Друга много известна ферма за деца е **Biotiful** в село Росен в Странджа, близо до Бургас. Във фермата е изграден Детски център на открито, който представлява уникално оформено пространство за игра и учене, включващо 7 различни зони: за градинарство - билкова и зеленчукова градина, където децата отглеждат сами растенията; пясъчник и естествен конструктор за игра - набор от различни части от естествени материали като дървени шайби, пръчки, камъни и други с помощта на които децата могат да строят; сензорна зона, с помощта на която се тренират всички сетива - ароматни билки, шумолящи храсти, плодове с различен вкус за опитване, красиви цветя и растения с различни текстури и кори за да се провокират и 5-те сетива - обоняние, слух, вкус, зрение, усещане; зона за почивка и четене на книги; открита кухня за придобиване на елементарни готварски умения от най-малките; зона на насекомите, в която се наблюдават „хотел“ за буболечки, тайно „царство“ на мравките и ферма за червеи; зона за динамични игри, в която има пързалки, катерушки, спортни уреди и т.н. Собственичката на стопанството, в което по принцип се отглеждат зеленчуци: моркови, репички, салати, кейл, спанак, ягоди и подправки, както и яйца, правят се сладка и лютеници, е завършила след земеделската си специалност и педагогика на неформалните форми на обучение в СУ. Посещенията на деца във фермата са едnodневни и са от час до цял ден, като са съпътствани с учене на определени теми, организират се и рождени дни.

На територията на МИГ „Белене-Никопол“, има ферми с макар и малък подобен опит. Ферма „Багри“ (на единия от братята Николови) в местността Трояне е на територията на Натура 2000 и в близост до Природен Парк “Персина”, като произвежда ръчно направени млечни продукти и се занимава с устойчиво земеделие. В продължение на няколко години собствениците имат в София и бутиков ресторант „Багри“ в системата на Slow Food , използващ фермерските им продукти, но за съжаление той е закрит по време на корона-кризата. „Братя Николови – ХристоНиколов“ пък взимат участие в лятната академия „Млад фермер“, организирана от „Америка за България“ през 2019-та, като програмата включва посещения и обучение на студенти в стопанството.

Препоръка: Както се вижда, селски туризъм може да се развива и без наличието на къщи за гости или места за настаняване в битов стил. МИГ може да проучи кои ферми в региона са подходящи и да насърчи собствениците им да развият някакви

допълнителни дейности, свързани или не с производството на собствена продукция. Такива са примерно животновъдните ферми Братя Николови-Христо Николов ЕТ, Елия милк в село Драгаш войвода, фермата за овце и крави на Александър Любенов в Санадиново, фермата за производство на биотор от червеи в с. Драгаш войвода на Ненко Ненков и др. Могат да се разработят и образователни програми за деца от училищата в близките български и румънски градове.

6.3.Културен туризъм – местни мини културни маршрути и атракции, религиозен, винен, кулинарен туризъм, занаяти.

Културният туризъм в последните години излиза извън рамката на туристическите продукти, предназначени за посетители с тесни познавателни интереси в областта на историята и миналото. Ресурсите за развитие на този вид туризъм включват освен археологически и архитектурни паметници, вече и култови обекти на различни религии, етнологички обекти, културни институции – музеи, галерии, вкл. за модерно изкуство, различни събития, свързани с творчество, в които самите туристи създават култура, нематериалното наследство – песни, танци, обичаи, но и храна и кулинария, начин на живот. Затова и културният туризъм вече се смята за „тематичен“, разделен на много специализирани и целенасочени категории туристически продукти, селектирани и обвързани с различни дейности за съответните различни целеви групи.

Основна цел е посещението на обекти, свързани с културата и културните особености на някаква епоха или на някаква група хора (нация, етнос, племе и т.н.). Обектите на културния туризъм може да представляват различни форми на изкуство, представени в галерии или на открито, места, сгради и предмети с историческо значение (археология), музеи и разкопки, етнографски резервати. Към културния туризъм спада също посещението на различни културни изяви от типа на фестивали, театрални постановки, представяния на местни народни традиции, обичаи, обреди и др. Подвидове на културния туризъм са освен познавателно-историческия, също и религиозния, винения и кулинарния, тъй като тези елементи също са част от културното наследство. Културният туризъм, освен по разнообразния ресурс, се различава и по начините на пътуване – едно е да се разглеждат картини в Лувъра и съвсем различно – да се опознават традициите на диво племе по Амазонка. Трябва да се отбележи, че туристите практикуващи културно-познавателен туризъм са по-мобилни и харчат повече средства от обикновените туристи, което е предимство, особено за селските райони.

Поради евтините полети и лесния достъп на информация при планирането по интернет, в световен мащаб в последните 10 години има бум на културния туризъм. Докато до 2005/2007 г. около 40% от туристите в света са практикували този вид туризъм, в днешно време 57% посочват, че избират културата или културното наследство като причина да пътуват. В България културният туризъм заема 11,1% в дела на всички туристически посещения. От една страна се увеличават кратките градски и уикенд пътувания с цел участие в културни събития и разглеждане на забележителности, а от друга се повишава и делът на по-продължителните обиколни пътувания за по-пълното опознаване на някакъв период или култура. Особено типични в това отношение са

т.нар. поклоннически маршрути (най-известният е Сантяго ди Компостела), които са едновременно религиозен и приключенски туризъм и траят до над 2 месеца.

Поради тези тенденции и представите за културно наследство непрекъснато се променят. В момента в ЕС има много по-цялостна визия за наследството, разглеждано като материално и нематериално свидетелство за общата история на европейците, за общи ценности, вярвания, умения, изкуство и традиции. Културното наследство се смята за ресурс за устойчиво развитие и качество на живот, за интеркултурен диалог, стимул за обмен и контакти, разбирателство и съгласие между различните нации и етноси в ЕС.

Голяма част от културното наследство на Европа се намира в селските райони, не само като археология и паметници, но и като съхранена местна идентичност. Потенциалът му обаче не се използва напълно, най-вече поради икономическите затруднения и обезлюдяването в тези райони, паметниците са в лошо състояние, нематериалното наследство се заличава лека полека заради изчезването на носителите му - хората. За да бъде обхванато наследството в цялост (недвижими паметници, но и жива култура), през последното десетилетие се провежда интензивна регионална политика за съхраняване на общото европейско минало и ценности и се маркират културни коридори, като разработването им е особено интензивно в Югоизточна Европа, където има обособени вече 9 културни коридора. Целта е културното наследство на държавите от този регион да бъде включено органично в общото европейско наследство, от което то така или иначе е неделима част, но и да повиши нивото на сътрудничество по различни програми между държавите от региона и да се подпомогне запазването и експонирането на това наследство. На базата на тези коридори се обособяват и културни маршрути, които стават ценен ресурс за развитие на туризма и съответно на икономиките на съответните страни и в частност на селските райони в тях.

Съгласно дефиницията на Съвета за културно сътрудничество културният маршрут е *„направление на територията на една или няколко държави или региони, организирано около теми, чиито исторически, артистичен или социален интерес е доказано европейски, било според географската им принадлежност или според тяхното съдържание и значимост“*. Културните маршрути могат да бъдат транснационални (между няколко държави), регионални (в една или няколко съседни държави), национални, местни само за един район. Според тематичния обхват, те могат да са общо исторически, за един период (римски, тракийски, средновековни), посветени на един етнос (банатски българи, етруски) или религия (църкви, манастири, оброчища), за някакъв вид изкуство или занаят (път на керамиката), земеделски продукти (маслини, лук), вино, кулинария и т.н. За разлика от културните коридори, които са по-общо понятие и представляват едно общо направление, териториална ос, история и култура, които включват всички аспекти, културният коридор обикновено има една конкретна тема и ясно обособен маршрут.

Културните маршрути могат да бъдат сертифицирани официално от Съвета на Европа или да бъдат създадени на местно ниво. Със сертифициране се занимава Европейският институт за културни маршрути към СЕ, като до 2019 г. са сертифицирани 33 културни

маршрута за 50 държави в и извън ЕС и се включват над 1600 организации-членки на мрежите, администриращи маршрутите. Важно е да се каже, че части на някои от маршрутите са съставени и сертифицирани от МИГ, като например Пътят на Свети Олаф, който е създаден в сътрудничество по мярка 19.3 между 8 МИГ от Финландия и с участието на Швеция, Дания и Норвегия. България има сертифицирани 4 маршрута: „Пътят на римските императори и дунавското вино“, Атриум (за тоталитарното минало), Път на индустриалното наследство, Път зад желязната завеса. Друга организация с международно присъствие, която активно участва в дейностите, касаещи културните маршрути е Международният съвет за паметниците на културата и забележителните места (ИКОМОС).

Както вече беше казано в главата за оценка на ресурсите, на територията на МИГ „Белене Никопол“ има огромно археологическо и недвижимо наследство от различни исторически периоди, което в голямата си част е в състояние негодно за туристическа експонация и недостатъчно изследвано. Няма регистър на обектите, местоположението им, собственост, разписани мерки за опазване, поради което е невъзможно правилното им стопанисване и популяризиране. Решаването на този проблем е в правомощията на държавните институции и в по-малка степен на общините, които и не разполагат с достатъчно бюджети. Проблем представлява и остарялата инвентаризация и оценка на паметниците. През 80-те години на 20-ти век е направено проучване на туристическия потенциал на Дунавското поречие и е разработено райониране, в което са обособени три самостоятелни туристически микрорайона на крайдунавските общини - Свищовски, Русенски и Силистренски. Допълнително в районирането през 90-те години са предложени 5 допълнителни самостоятелни туристически зони по Дунав – Брегово, Лом, Козлодуй, Оряхово и Гиген. Имало е предложение да бъдат отделени още три зони - Никопол, Белене и Тутракан (не само поради недвижимите паметници, но и заради парк Персина и възможностите за еко туризъм), но така или иначе това не се е случило.

През 2015 г. във връзка с проучването на най-големия археологически обект в Европа „Граници на Римската империя“ по проекта **Дунавска граница** (Danube Limes – UNESCO World Heritage) в България е извършена нова оценка на обектите в крайдунавските общини. Установени са 41 обекта от Дунавския лимес, като половината от тях са определени за паметници на културата с национално значение. Оценка са на база критерии за атрактивност и възможност за включване в туристическото предлагане. Резултатите извеждат 4-те обекта в градовете Видин (Бонония), Свищов (Нове), Русе (Сексагинта Приста) и Силистра (Дуросторум) с най-добър резултат и по двата критерия. Отличават се също така 7 други обекта, които получават средни към високи оценки за атрактивност и средни оценки на пригодност – Белене (Димум), с. Арчар (Рациария), Тутракан (Трансмариска), Лом (Алмус), с. Мартен (Тегра), с. Гиген (Улпия Ескус), с. Хърлец (Августа). Останалите обекти получават ниски оценки и включването им в предлагането не се разглежда като перспективно. На практика като приоритетни в проекта са включени само първите 4 обекта и те стават част от културния маршрут „**Пътят на римските императори и Дунавският път на виното**“, който е първият сертифициран от Съвета на Европа маршрут в Югоизточна Европа и

обхваща 12 винарски региона и 20 археологически обекта на територията на 4 държави - Хърватия, Сърбия, България и Румъния. За останалите обекти обаче може да се работи активно по отношение на експонацията и превръщането им в туристически продукти, вкл. и на местно ниво. Работата по проучването на Дунавския лимес е продължена и чрез проекта за създаването на общ туристически маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, който е реализиран по Програмата за трансгранично сътрудничество и е в партньорство между Асоциация на Дунавските общини „Дунав“ (АДО) и „Камарата за търговия, индустрия, навигация и земеделие“ – Констанца, Румъния.

Тъй като територията на общините Белене и Никопол, въпреки реализираните проекти, остава малко встрани от транс европейските културни коридори и маршрути, но все пак разполага с паметници, които са в сравнително добро състояние (реставрираната римска митница Димум в Белене, и забележителностите от Средновековието в Никопол – Църквата Св. св. Петър и Павел, Шишмановата крепост, Скалната църква „Св. Стефан“), на местна основа самостоятелно или със съседни общини може да бъдат обособени и превърнати в туристически пакети **местни мини-културни маршрути**, които могат да бъдат комбинирани и с други видове алтернативен туризъм (еко, велосипеден, воден, селски). Както показват добрите практики на европейските МИГ, местните маршрути могат да бъдат с всякаква тематика или да комбинират няколко вида теми, така че да обхванат целия потенциал на териториите, включително и земеделските производители. Създаването на местни културни туристически маршрути по линия на проекти на МИГ е част от диверсификацията на дейностите в селските райони.

Като примери могат да бъдат приведени редица добри практики на МИГ в различни държави. В региона Аркадия, Пелопонес в Гърция са реализирани два последователни проекта за **Промотиране на архитектурното наследство и местната идентичност на Цакония**, които създават своеобразен мини-културен маршрут. Леонидио е малка община с предишно име Цакония, а жителите на областта се смятат за наследници на дорийците. Дори в днешни дни цаконският диалект се говори в региона и се различава значително от съвременния гръцки, запазени са и някои специфични обичаи. Архитектурата също е различна от типичната за средиземноморието - укрепени каменни къщи, които приличат повече на замъци, с тесни прозорци и разделени на махали, често строени върху върха на крайбрежни скали. Смята се, че жителите са се занимавали в миналото с войни и пиратски набези. Тъй като областта не влиза в характерното за древна Елада наследство и е встрани от културните коридори, местна туристическа организация през 2015 г. реализира чрез МИГ проект на стойност 24 600 евро за проучване на туристическия потенциал на архитектурното наследство на Цакония и на сгради, които могат да станат домакини на различни събития или исторически експозиции, организирани са и консултации с местната общност. Резултатите от проучването са използвани за изработване на туристически предложения и идентифициране на възможни теми за събития и фестивали. В периода 2018/2019 е реализиран втори проект, пак чрез МИГ, този път от местно НПО, което

организира поредица от фестивали, посветени на популяризирането на региона и културата на Цакония. Този път, освен архитектурата, културният маршрут има по-широка тематика - фестивалът Melitzazz включва „Народни песни и танци“, „Изложба на местни продукти“, „Средиземноморска кухня“, „Музикални адаптации“, „Килими от Цакония“, „Децата на Цакония“, „Джаз ликьор – посещения на стари имения на Леонидио“, „На пътя“, „Да обичаш Мелицаз“ „Лабиринт танц“. През 2018 г. участниците във фестивала вече са 6 хиляди.

Отново с цел създаване на местен културен маршрут е и проектът **Тероар Мозел - Маршрут за вино и архитектура**, Франция, реализиран през 2017/2018 по мярка 19.3 в сътрудничеството между 6 МИГ, пет лозаро-винарски области от три държави - Франция, Люксембург и Германия. Долината Мозел е един от най-известните винарски региони, но също е встрани от европейските културни коридори. Туристическите оферти в района са свързани само с няколко големи замъка и посещения на римски и келтски останки. МИГ имат намерение да промотират селското архитектурно наследство, традициите и обичаите, като се възползват от предимствата, които имат – производството на вино. Проектът се състои в предварително проучване и селекция на обекти от недвижимото наследство, както и места, подходящи за събития, като разбира се, наоколо трябва да има изби, идентифициране на целевите групи, маркетингова стратегия и създаване на туристически продукт. Проведени са и срещи с потенциални партньори – туроператори, научни дружества, хотелиери и ресторантьори за планиране на общи действия. Стартирани са трансгранични работни групи, а втората фаза на проекта все още е в етап на осъществяване.

Пак чрез проекти на МИГ са създадени няколко местни туристически маршрута около езерото Пейпси в Естония. **Пътят на лука** е реализиран в предишния програмен период по мярка 413 (Подобряване качеството на живот) и е на стойност 28 496 евро, като създава мрежа от местни производители, ресторанти и културни атракции на територията на няколко общини. Разработен е тематичен маршрут с определени обекти по него, създадени са общи маркетингови инструменти и рекламни материали за популяризирането му на туристически изложения и панаири. Вторият проект **Фестивал на езерото** е по мярка 19.3 в сътрудничество между 4 МИГ и 1 МИРГ, обединяващи 8 общини. През 2017 г. се провежда първото издание на фестивала, което представлява няколкодневна обиколка на езерото Пейпси с голям туристически кораб, който в продължение на 8-10 дни всеки ден спира на различно пристанище. В обиколката може да се участва и със собствена лодка или яхта, а във всяко селище са подготвени различни събития, които представят местното културно наследство, традиционната кухня и напитки, занаятите, има концерти и представления. Чрез тези два местни маршрута районът около езерото, който изостава в икономическо отношение, успява да се превърне в привлекателна дестинация за туристите.

Трябва да се отбележи, че **виненият и кулинарният туризъм** вече също се считат за част от културния туристически продукт и могат да бъдат самостоятелни обекти на маршрути за туристите. Интересът към този вид туризъм се увеличава, заедно с присъщата му промоция на регионалната идентичност, икономическото развитие и

традиционното наследство. Данните показват, че според Световната туристическа организация (СТО) повече от една трета от разходите на туристите са предназначени за храна и пиене. Гастрономията се превръща в една от основните причини за пътуване, а все повече дестинации по света търсят да се позиционират като такива за кулинарен и винен туризъм. Министерство на туризма подкрепя този тип предлагане, като промотира вино и храна в различни комуникационни канали, участва в събития с кулинарна насоченост и разработва 12 винено-кулинарни дестинации. Една от специализациите на Дунавския регион е именно виненият туризъм. Предимствата му са, че се характеризира с целогодишна достъпност и насоченост към сравнително платежоспособна група туристи. Въпреки че създаването на маршрути е в правомощията на администрацията, отговаряща за туризма в различните държави, МИГ също активно участват в разработването на собствени кулинарни и винени маршрути.

Марката „Pays Gourmand“ (Регион Гурме) е създадена от МИГ PaysA3V във Франция и се присъжда на ресторанти с традиционна храна, като бързо се превръща в кулинарна пътека. Още през 2010 г. екипът на МИГ прави проучване, което показва, че на територията има силна кулинарна традиция, но тя не се използва, както и че много малко ресторанти в района се снабдяват местни продукти, въпреки качеството и разнообразието им, нито пък изпълняват местни рецепти. МИГ разработва „Харта на качеството“, финансирана от ЛИДЕР по мярка 413, която започва да се присъжда на заведения, които използват типичните местни продукти, организирана е и специална рекламна кампания, която промоцира заедно с кулинарните традиции и занаятите, културното наследство и фолклора като се организират събития. Скоро веригата ресторанти и заведения, които сервират местна храна се превръщат в своеобразен кулинарен маршрут за туристите. С проекта, освен развитието на туризма, се подкрепят и местните земеделски производители. **Пътят на виното в Южен Балатон**, Унгария също е създаден чрез проекти на МИГ. Макар че страната не е сред водещите производители на вино, около езерото има традиции в лозарството. Първоначално пътят на виното се предлага като допълнителен пакет за туристите, които посещават общините в южната част на Балатон и практикуват други алтернативни туристически услуги – пешеходни обиколки, спортни активности, екотуризм. За няколко години се включват все повече населени места около тази част на езерото и обиколката се превръща в самостоятелен тур за потребителите, които се интересуват не само от природните забележителности, но и от културните и гастрономични традиции на областта. Проектът се осъществява от местна културна неправителствена организация, в сътрудничество с местния бизнес.

Местни маршрути могат да се създават и по **религиозни и поклоннически сюжети**. Както беше споменато в началото, най-големият проект за вътрешно териториално сътрудничество между МИГ във Финландия за периода 2014-2020 г. е реализирането на **Панорамен маршрут на Свети Олаф**. Светецът е един от най-почитаните в скандинавските страни, както и в части от Русия, това е първият норвежки крал, довел докрай християнизиранието на района и поставил основите на църквата, впоследствие канонизиран през 12 век. Маршрутът, известен като път на „поклонниците към

Трондхайм“ минава през няколко държави и е сертифицират от Съвета на Европа. Идеята е за разширяване на мрежата на изток, от Атлантическия бряг през Финландия към руската граница и води до реализирането на вътрешно-териториален проект между 8 МИГ в координация с Университета в Турку. Основните опорни точки са църквите на Свети Олаф на територията на местните инициативни групи. Дейностите по проекта включват: идентифициране и картографиране на всички исторически обекти, свързани със Свети Олаф, организиране на информационни събития на територията на всяка МИГ участваща в проекта, установяване на контакти с норвежки и шведски оператори на подобни маршрути. Вторият етап е свързан със създаване на карта на самия маршрут и GPS координати, преговори с държавни, общински и частни собственици на парцели, тъй като проектът се нуждае от разрешението им за поставяне на маркировки. Крайната цел на този етап е създаване на мобилно приложение, което да води поклонниците по пътя. Третият етап предвижда физическото изграждане на пътя – поставяне на знаци и обозначения, както и реклама. Създадено е специално сдружение за управление на поклонническия маршрут с участието на учени от различни области. Той се очаква да бъде открит през август 2020 година. Подобни проекти за мини-религиозни маршрути са реализирани по проекти на МИГ и в други страни. **Запазване и обиколка на дървените църкви по международния дървен път** в Словакия е по инициатива на Католическата епархия в района, като целта е да се опази наследството от дървени църкви на словашко-полската граница, широко мащабната им реклама и стимулиране на туризма. Проектът включва подобряване на видимостта и достъпа до църквите чрез инсталиране на многоезични аудио-гидове (на 10 езика) и разпространяване на рекламни материали за посетителите, сключен е договор с туристическата агенция Byzant, която предлага специални турове за разглеждане на забележителностите, насочени към запознаване със сакралната дървена архитектура, като туристическите продукти са предимно едnodневни екскурзии. **Маршрутът на Средновековните църкви** е създаден в района на границата между Унгария, Румъния и Украйна. Тъй като и трите области считат своето културно, архитектурно и религиозно наследство като изключително обществено богатство, е разработена обща съгласувана програма за съхранение, консервация и реклама. Резултатът е създаването на местен маршрут, добавени са интерактивни устройства за представяне на информацията на няколко езика, насърчава се пешеходния, но и велосипедния туризъм по целия маршрут, поставени са информационни табла и знаци. Маршрутът е представен в общ интернет сайт, който съдържа информация за 62 църкви, разработено е и мобилно приложение.

Като допълващ или основен туристически продукт, напоследък, освен използването на наличните културни ресурси, е и **създаването на собствени атракции**, свързани с материалната и нематериална култура – тематични паркове с макети на исторически сгради, къщи на занаятите, цели тематични села, етнографски комплекси. Те могат да бъдат разположени в паркови пространства или на специално отредени за това терени, да са частна или общинска инвестиция или реализирани по проекти. В Националния парк на Лугано, по еко пътеките са разположени макети, обединени под мотото „**Мини Швейцария**“ – макети на забележителни сгради, паметници, църкви и крепости от цялата страна. Туристите могат да се движат свободно и да разглеждат макетите, като

концентрирането на известни забележителности на едно място дава възможност посетителите да се запознаят с по-лесно с разнообразието на културно-историческото наследство и провокира интерес към посещаването на реалните забележителности. Парк с макети „**Мини Европа**” има и в Брюксел, като в него могат да бъдат разгледани над 350 популярни забележителности от континента. Идеята за уникалния парк, който е нагледен урок по география се заражда преди близо 30 години - първата миниатюра се появява още през 1989 г., като с разширяването на Европейския съюз през годините броят на макетите, всички изработени в мащаб 1:25, бързо нараства. Подобни паркове вече се правят и в България, засега с частни инвестиции или по Програмата за трансгранично сътрудничество. **Паркът „Мини България“** край Търново е открит в края на 2017 г. Намира се в близост до крепостта Царевец, на специално отделен терен от 12,5 дка, на който са разположени макетите на най-известните забележителности в България. Сред тях са храм-паметник “Свети Александър Невски” и Народния театър в София, Рилския манастир, Бачковския манастир, крепостите и дворците на България, амфитеатъра в Пловдив, Голямата базилика от Плиска, дворците Враня и Евксиноград и др. Всички модели са детайлно изработени от пластмаса (PVC) в мащаб М1:25 и са изложени в парка през цялата година. В зависимост от сложността, един макет се прави в продължение на три месеца до една година, като се предлага изработка на макети и за клиенти. В момента макетите са над 80, като всяка година се добавят по още няколко нови. Паркът е частна инвестиция, осъществена в партньорство с община Велико Търново. **Парк на миниатюрите е изграден и в Стрелча** (област Пазарджик). Той също представя част от културно-историческото наследство на България. Разхождайки се сред озеленени алеи, посетителите имат възможността да разгледат миниатюри на Боянската църква, Жаба могила, Мадарският конник, Дяволски мост, Църква "Св. Богородица Петричка", Асенова крепост, Шипка, Скален макет на скалните образувания разположени северно от Стрелча и др. В област Плевен по няколко последователни проекта по трансграничната програма между България и Румъния са изработени макети на забележителности от района на река Дунав, обединени под мотото „България на длан“. Макетите са предназначени за пътуващи изложби на закрито и на открити пространства.

Друга собствена атракция са **малките демонстрационните центрове**, изградени на места, в които няма възможност за големи занаятчийски резервати от типа на Етъра. Така например, центърът “Мюлерама” край Цюрих е комплекс преустроени воденици, в които се представят различни видове и начини на приготвяне на брашно и хляб. По проект по мярка 6 в северните селски райони на Полша е създадено **Грънчарско селище** (Pottery Village), което първоначално е замислено като социално предприятие за обучение и преквалификация на безработни и уязвими групи. Впоследствие са направени допълнителни инвестиции за реклама на местните традиции и от 2015 г. грънчарското селище се радва на 12 000 посетители годишно – индивидуални туристи и организирани групи, които искат да усвоят тънкостите на този занаят. Словашка културна асоциация също използва подкрепата на МИГ за **организиране на курсове по производство на керамика и обработка на вълна**, възраждайки местната традиция. Проектът отново е по мярка 6 и е на стойност 25 250 евро, като през 2016 г. е

възстановена стара сграда и е направена реклама за популяризиране на обучителните курсове сред туристите. В селския район на МИГ Kėdainių читалището на малко село е реновирано и оборудвано за поддържане на курсове за производство на сапун и обучение – **Къщата на сапуна**, като лека полека селото превръща в туристическа атракция и вече има над 1 000 посетители годишно. В момента акцентите на мярка 6.4 от ПРСР в България са свързани точно с възраждане на занаятите, а през този месец тече и втори прием на проекти.

Препоръка: Може да се работи заедно със съседни общини върху изработването на местни маршрути на определена тематика (например римско наследство заедно с близката Улпия Ескус в Гиген, пътят на император Траян), средновековни църкви, поклоннически маршрут – католиците в Северна България или скални църкви, което може да стане национален маршрут за цялата страна и т.н. Винените и кулинарни маршрути също не са за пренебрегване, макар в района да няма много изби, но заедно с други общини на Дунав, както и в партньорство с Музея на виното в Плевен, може да се изработят едnodневни или обиколки за уикенда, да се правят фестивали и събития, още повече, че вече има поставено добро начало с фестивала за кулинарното наследство на банатските българи. Местни атракции, вкл. тематични паркове могат да бъдат реализирани по различни проекти или чрез публично-частни партньорства (например, в община Плевен има изпълнен проект за пътуваща изложба с макети за експониране на открито и закрито).

6.4.Туризмът в защитените зони и територии може да е занимателен и забавен

Екологичният туризъм се заражда първоначално в Америка в средата на 80-те години на 20-ти век, във връзка с пътуванията в множеството Национални паркове на този континент, като към отдалечени от цивилизацията места със съхранена природа. Еко-туризмът и сега се определя като форма на алтернативен туризъм, базиран на наблюдението и опазването на незасегнати от хората природни обекти. Според Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ), еко туризъм е *“Отговорно пътуване до слабо засегнати от човека места, което допринася за опазване на природата и благосъстоянието на местното население”*. В определението вече са включени и местните общности, защото голяма част от защитените зони и територии вече не са само екзотични паркове, в много от тях има населени места и те са елемент от пейзажа и живота в селските райони. Все пак, главен обект на този вид туризъм остават природните екосистеми, редки растителни и биологични видове, диви места, а наблюдаването им има познавателен характер и осигурява емоционално преживяване. Основният фактор, който предопределя избора на дестинация продължава да е запазената природа – планини, реки, природни забележителности, пещери и каньони, езера и водопади. Трябва да се отбележи, че 72% от практикуващите еко туризъм го съчетават с други видове туризъм (приключенски, спортен, селски, културен).

У нас първият национален форум "Екотуризъм, планини и защитени територии – партньори за благоденствие" е проведен през 2003 г., като на него еко туризмът вече се свързва не само с дивата природа, но и със защитените зони и територии, както и със селските райони. На природното наследство вече се гледа като туристически ресурс, а

този вид туризъм става част и от устойчивото развитие на районите. Еко туризмът е възможност за създаване на малък бизнес във всички свързани с него услуги, приоритетно в малки местни предприемачески инициативи и стимулира икономиката, не въздейства негативно на околната среда, а допринася за опазването ѝ чрез повишаване на информираността за биоразнообразието, съдейства за борбата с бедността, тъй като създава доходи и работни места – т.е. има и социално измерение. Допълнително е фактор и за популяризиране на културното наследство и местната идентичност, тъй като, както вече се каза, обикновено е съпътстван с други форми на алтернативния туризъм.

Еко туризмът насърчава дейности, насочени и към образованието на деца и възрастни по екологични теми и така възпитава отговорно отношение и мислене към природата и собственото здраве – посещенията на паркове и защитени зони е свързано обикновено с интерпретативни и образователни програми с участието на различни възрастови групи, зелени училища с ученици от начално, основно, средно образование, обучителни семинари със студенти, учители, земеделски производители и предприемачи от общините наоколо. Също така този вид туризъм съдейства и за провеждането на "зелена политика", тъй като обикновено включва различни проекти за възстановяването на природната среда.

Не трябва да се забравя обаче, че макар да са привлекателни за туристите, основното предназначение на защитените зони и територии е чисто екологично и развитието на туризъм в тях трябва да става внимателно и щадящо. Опазването на биоразнообразието в тях действа и като ограничаващ фактор за туризма, поради наличието на редица забрани, следователно трябва да се намери равновесие между развитието на туризма и опазването на природата. Броят на туристите трябва да бъде регулиран, а поведението им отговорно, нормите за възможна човешка намеса в рамките на защитените пространства трябва да бъдат спазвани не само от посетителите, но и от местните хора и администрации. Все пак, в целия ЕС, както вече и у нас има редица примери за хармонично съчетание между туризма и опазването на околната среда и в частност на защитените територии.

Както вече се каза, повечето защитени зони и територии, включени в района на МИГ се припокриват с Природен парк „Персина“, който е и основен природен ресурс за екологичните форми на туризма. Паркът е обявен през 2000-та година и е с обща площ от около 22 ха, като обхваща общините Никопол, Белене и Свищов. Създаването му цели съхраняването и възстановяването на крайдунавски влажни зони и запазване на естественото състояние на многобройните острови. Островите влизащи в състава на парка, се разделят на две островни групи - Никополска островна група и Комплекс Беленски острови, тук се намира най-големият български дунавски остров Персин, дал името на природния парк. Уникалността и голямата значимост на Комплекс Беленски острови е причината, поради която е обявен за най-голямото по площ Рамсарско място в България. В парка са описани 475 вида висши растения, 162 от тях са тясно свързани с наличието на вода, срещат се и около 1100 животински вида, включително 250 зоопланктони и над 770 вида безгръбначни, сред които 35 вида охлюви и 16 вида миди. Най-голямото богатство на парка са птиците, които са над 200

вида. Беленският комплекс от острови е определен като един от петте най-важни за региона местообитания на големия корморан, малкия корморан, нощната чапла, гривеста чапла, регистрирани са и 5 гнезда на морски орел.

За разлика от националните паркове, в природните паркове режимът на опазване не е толкова строг и са допустими различни стопански дейности, включително и практикуване на различни видове алтернативен туризъм - пешеходен, спортен туризъм като велосипеден, езда, дори разходки с джип или АТВ, познавателен туризъм за наблюдение на растения, птици, едри бозайници, фото-лов, къмпингуване. В резерватите и поддържаните резервати (Китка, Милка и Персински блата) достъпът на туристи е забранен и те са предназначени само за научни изследвания. Възможно е обаче устройването на наблюдателни площадки по периферията им, както е например при поддържания резерват „Сребърна“. В парк Персина има и ограничения за достъпа до самия остров Персин, заради съществуващия затвор там, но в останалата част входът за посетители е абсолютно свободен. Както беше отбелязано в предишната глава за оценка на ресурсите, на територията на парка има изградена малко туристическа инфраструктура - места за почивка и наблюдение на птици, велосипеден маршрут до Кайкуша, единствената екопътека е пак там, предлага се и воден маршрут с каяк или моторница, което обаче е крайно недостатъчно, а потенциалът за туризъм на практика не е оползотворен.

С финансовата подкрепа по проект “Възстановяване на влажните зони и намаляване на замърсяването” финансиран от Глобалния екологичен фонд чрез Световна банка, в „Персина“ е изграден модерен Посетителски център, който често е домакин на местни, национални и международни събития и изложби, гостите могат да получат информация и рекламни материали, организират се образователни програми, изложби и конкурси за деца. Паркът обаче не разполага с достатъчно персонал, за да предложи качествено обслужване на туристите и достатъчно информация за забележителностите и видовете – на щат има само един обучен водач. Природен парк „Персина“ е включен и в два проекта на мрежата Дунавски паркове. Първият е по Стратегията на ЕС за Дунавския регион (EUSDR) през 2011 г., заедно с парка „Русенски Лом“ и резервата „Сребърна“, като целта е да се увеличат възможностите за туризъм по Дунава, освен в градовете и в Защитените територии и зони по Натура. Вторият е свързан с основаването на асоциацията "Дунавски паркове" през 2014 г., в която членуват 12 организации на защитените територии в държавите по поречието на Дунав: Молдова, Австрия, Румъния, Унгария, Хърватска, Сърбия, Германия и България. Мрежата работи основно за развитие на образованието в екологични практики и на алтернативния туризъм. В момента се изпълнява проект „Обединени Дунавски паркове“, като се цели да се изгради зелен коридор от хабитати по цялото поречие на реката и е в партньорство с паркове от 17 държави. В повечето от защитените територии има изградени посетителски центрове, направлявани екскурзии, и открити информационни звена, с цел да обучават и информират за ценността и защитата на района и да го направят достъпен за всички. В същото време, задачата на мрежата е да опази териториите от неблагоприятните въздействия на прекалената употреба на туристите и местните хора, които трябва да спазват някои правила. Паркът и община Белене са включени и в

новия мащабен проект LENA. В него участват още Румъния, Унгария, Сърбия, Хърватия, Словения и Германия, като целта е постигането на устойчив транспорт (без емисии) и развитие на туризма в защитените зони и парковете. Една от дейностите е обучението на местни хора за гидове в Дунавския район. Засега те са общо 97, като 7 са от община Белене.

Съществен елемент от еко туризма е наличието на **еко пътеки и маркирани маршрути**. Те от една страна разкриват природните красоти, а от друга чрез своите инфраструктурни компоненти (наблюдателни площадки, информационни табла, стълби, мостове и др.), осигуряват едновременно безопасно и информирано пребиваване на туристите в съответната зона или парк. В България еко пътеки ударно се изграждаха през миналия програмен период, като най-добре развита е мрежата от екопътеки и специализирани маршрути в НП „Централен Балкан” и ПП „Рилски манастир”. В момента ОПОС не финансира такива дейности, възможности има по други програми, вкл. по мярка 7.5 от ПРСР и програмите за трансгранично сътрудничество, но средствата са за всякакви туристически атракции и общините предпочитат да инвестират в по-големи проекти. Все пак, първото условие да се увеличи притокът на туристи в парковете е маркирането и обозначаването на маршрути, поставянето на информационни табла, както и места за отдых на посетителите – пейки, беседки, огнища. В повечето случаи подобни проекти на МИГ и общините са съчетани с голяма информационна кампания, която цели да привлече туристи, но и да информира местните общности за необходимостта от опазване на природното наследство. Така например, една от първите добри практики на МИГ за **Популяризиране на райони от Натура 2000** е на МИГ Parionas в областта Пелопонес в съседна Гърция. Зоните са във вътрешността и далече от морското крайбрежие, което обичайно е посещавано от туристи. Едната от целите е пренасочване на туристическия поток. Дейностите по проекта включват изработването на 72 табели, които са поставени на различни места в парка – част от тях на входа и съдържат обща информация за биоразнообразието, а други на специални места и посветени на местообитанията на защитени видове птици в блатата. Към вече съществуващия посетителски център са създадени две програми – едната за деца, която се реализира заедно с учителите от местните училища и Гръцкото орнитоложко дружество, а другата е насочена към възрастните – как хората могат да дадат своя личен принос за запазването на природата. Съставена е карта на маршрутите по данни от GIS (Географска координационна система) и с описание на природните забележителности. Направена е и рекламна кампания, но по маршрутите не са поставяни пейки и беседки, затова стойността на проекта остава сравнително ниска. Подобен пример в този програмен период има и в Ирландия. МИГ South and East Cork Area Development (SECAD) от Корк създава по проект на стойност 52 хил. евро маршрута **Източен път на птиците**. Защитената зона е с международно значение за местообитанията на някои видове птици и влажните зони. Маркираният маршрут съдържа 28 места, на които са поставени информационни табели. Иновацията е, че табелата съдържа QR код, който може да бъде сканиран с мобилен телефон и съответно отвежда на специално създаден уебсайт (www.ringofcork.ie), на който им обширна информация за зоната и видовете. В

рамките на проекта са проведени пазарни и маркетингови проучвания за популяризиране на пътеката на туристическия пазар.

По принцип, тъй като изграждането на специализирана инфраструктура изисква значителни вложения, в последно време повечето паркове се ориентират към **създаване на виртуални маршрути, дигитализиране на съществуващите и вкарването им в мобилни приложения**. Редица проекти на МИГ, на чиито територии има природни паркове и защитени зони са точно в тази посока. **WestTrail - Дигитализация на пешеходни пътеки** е проект по мярка 6 на стойност 19 300 евро, реализиран от МИГ Atert-Wark, Люксембург през 2017 г. Извършено е подробно картографиране, вкл. със забележителностите на всички съществуващи пешеходни пътеки, създадени са и нови виртуални, като всички те са въведени в онлайн портал и мобилно приложение. Обхванати са над 1000 км. реално маркирани с табели пътеки, както и новосъздадени виртуални, 130 природни обекти. Порталът дава възможност за моментално отпечатване на карти с координати върху хартия за посетителите, които предпочитат да не ползват мобилното приложение и които се раздават на входа на парка в посетителския център. Друг подобен проект, отново по мярка 6 и на стойност 37 192 евро е реализиран от МИГ 100 villages - 1 Future в Белгия. **Go Eastbelgium е мобилно приложение**, създадено заедно с регионалната Агенция по туризъм в Източна Белгия и обхваща мрежа от 919 км, включващи тематични маршрути и местни атракции и забележителности с GPS координати. Предлага се на холандски, френски и немски език, като за една година е посетено 22 000 пъти от 16 500 различни потребители.

За да се разнообрази профила на посетителите в природните паркове и защитените зони, често пъти екопътеките комбинират разходката сред природата с **образователни и развлекателни цели**. Например в природния парк "Беласица" има две тематични пътеки: "Пътят на мравката" е маршрут от 3.6 км и е посветен на червените горски мравки – поведението им, начина на живот и значението им за горите, като по пътеката са поставени няколко информационни табла на тази тема. Пътеката **"Приятели"** пък информира за различните видове дървета по протежението ѝ отново чрез информационни табла. Маршрутът **Разходка с лодка по Велека** край Синеморец е за наблюдение на жълтите водни лилии и на популацията на каспийските водни костенурки. За да бъдат заинтригувани и децата, във Врачански Балкан съществува **Горска пътека на приказките**. Замислена като образователен маршрут за деца, тя е също толкова атрактивна и за по-възрастните туристи. В началото на пътеката има джуджета и Червената шапчица, приказките могат да бъдат припомнени от голяма дървена книга в съседство. Нататък следват истории за горските обитатели Хитрата лисица, Големия лош вълк, мишчицата Гризла със съответните фигури на героите, съоръжения за катерене и пързалки, поставени на специални места поучителни послания, свързани със семейните и националните ценности. Сред основните атракции на Горската пътека е Къщата на Баба Яга, която се поклаща на един крак, а децата могат да надникнат във вътрешността ѝ и да се запознаят с правилата за опазване на гората. Самата вещица се крие в клоните на близките дървета, яхнала метлата си и готова да накаже нарушителите. В съседство има и две тематични пътеки за възрастни

„В света на екологията“ и „Горска пътека на здравето“, които са изградени по проект на община Враца през 2013 г.

Сред добрите практики на МИГ е създаването на **цели тематични паркове**, разположени в природните зони, защитаващи биоразнообразието. Целта е да се привлекат повече посетители и да се осигурят развлечения за децата. **По стъпките на Магинхрад** е проект на МИГ Nizny Skalnik в Словакия, реализиран през 2015 г. и на стойност 17 501 евро. Малко словашко селце се възползва от помощта на ЛИДЕР, за да създаде образователна пътека, популяризираща едновременно природното, историческото, и културно наследство. Регионът Малохонт е известен с вълшебните си приказки, готическата архитектура и традициите си, а дървените църкви и селските имения му придават уникален характер. Селото е построено на мястото на замъка Магинхрад, разрушен през 15 век, а мястото в момента е част от природен парк. Проектът цели да утвърди идентичността на местните жители и да привлече повече туристи в района. По мярка 6 е проектирана и разработена учебна пътека от около 10 километра, която свързва три села и на която са поставени 19 информационни табели с данни за историята, обитателите и културата на района. Местен занаятчия създава дървени скулптури на рицари, великани и митични същества, които също са разположени по пътеката. Предварителната работа включва проучвания на местните източници с помощта на учени и музейни работници, а ландшафтното оформление е поверено на местен архитект. Пътеката е открита през 2015 г и за кратко време тази нова атракция привлича много туристи и става популярна сред местните ученици, за които се провеждат уроци на открито. Планиран е и втори проект вече по мярка 19.3 в сътрудничество с още два съседни МИГ, като пътеката ще бъде продължена с 12 км.

Друг начин да се привлекат още посетители, извън обичайните природолюбители и еколози в природните паркове е съчетаването с различни **културни дейности и събития, изложби и експозиции**, разбира се при спазване на всички ограничения и правила. Освен традиционните събори, фолклорни фестивали и исторически възстановки, дори у нас в природни зони може да се промотира и модерно изкуство. Например в програмата на природен парк „**Русенски Лом**“ е предвидено посещението на Ивановски скални църкви и Манастир Грамовец, в който е експонирана част от колекцията на фестивала „Процес-Пространство“, в която са събрани инсталации и произведения на съвременно изкуство. Във Франция МИГ „LEADER Ardèche 3“ между 2015 и 2018 г. реализира проект за създаване на **Арт пътека „Сподели водата“** като част от пътя върху плато, което е включено в Националния парк Monts d’Ardèche. МИГ изпълнява специално създадена собствена мярка за опазване на културното и природно наследство "Превръщане на нашите активи в двигатели за развитие" и наема шест художника, един дизайнер и трима ландшафтни архитекти, които превръщат пътя в художествена галерия на открито. Дейностите по проекта включват създаване на модерни произведения на изкуството, които са поставени на различни места, реставриране на стари сгради, подобряване на ландшафта, дейности за популяризиране и разпространение, включително организиране на събития и изложби във връзка с художествения маршрут. Арт пътеката „Сподели водата“ е открит през юли 2017, като започва да привлича пешеходци, велосипедисти, ценители на изкуството, организирани

са над 50 събития за местните художници и занаятчии. Съвременното творение, вдъхновено от пейзажа, се превръща в постоянна атракция в региона и вече ежегодно се предлага нова художествена програма, включваща все повече и повече културни събития. Трябва да се отбележи, че проектът става възможен благодарение на сътрудничеството на регионалния Туристически борд на Ардеш, който набавя още средства извън предвидените по ПРСР.

Сред допълнителните дейности за привличане на туристи в природните паркове е и създаването на **различни туристически атракции**, които варират от изискващи огромни вложения до по-евтини. В **Националния парк Хортобаги**, Унгария по проект през миналия програмен период (мярка 313) е изграден маршрут за увеселително влакче, което обикаля по определени пътеки, закупени са няколко джипа и АТВ-та за фото-сафари. Така е увеличена достъпността на парка за хора, които не искат или не могат да обикалят пеша, повишен е броят на посетителите, като чрез реклама са обхванати и туристи от цялата страна, увеличават се и приходите на парка. Хортобаги е най-голямата защитена зона в Унгария, която се простира на територия от 82 хиляди хектара. Паркът е включен в списъка на UNESCO за световното наследство. В **Castlebank Park, Шотландия**, по ЛИДЕР е реализирана втора фаза на проект на стойност 124 912 евро за **създаване на градинарски център** през 2017-2018 година. Първата фаза на проекта е за възстановителни дейности в самия парк и е финансирана от Фонда за борба с климатичните предизвикателства на Обединеното кралство през 2012 г. По проекта по ЛИДЕР се обновява стара сграда и градината наоколо, като целта е да се създаде пространство за обучение и образование на местната общност, включително на уязвими групи – хора с увреждания, пенсионери и деца сираци. Центърът създава възможности за заетост на учители и инструктори чрез провеждане на семинари и курсове по градинарство и производство на храни, здравословно хранене, отпадъци и възобновяема енергия, биоразнообразие. Впоследствие са включени дървообработване, фотография, бижута, музика и пеене, плетене на кошници, история, започват да се правят и събития. Постепенно мястото става привлекателно и за туристи от съседни на селския район области. Центърът за обучение и градинарство е отворен и за посетители от по-отдалечени райони (организираните посещения от училища и домове за възрастни хора), като близкото село осигурява места за настаняване в къщи за гости и къмпинг. Атракциите могат да бъдат и по-екстремни, както и значително по-скъпи. Така в периода 2007-20013 **община Борино** на два пъти се възползва от възможностите на ПРСР по мярка 313 (сегашна 7.5) за стимулиране на туризма в региона. Първоначално чрез директен проект общината създава 14 нови атракции: 20-метрова високоскоростна лодка с панорамен изглед към планината, орнитологична станция, оборудвана със специализирани оптични съоръжения, позволяваща наблюдение на редки птици, колоездене по трасе с дължина 62 километра и др. Тези дейности се допълват от друг общински проект, този път реализиран чрез МИГ „Борино-Доспат-Сърница“ - изграждането на 20 километрова дървена пътека, наречена „Дяволска пътека“, която обикаля планината и предлага на туристите възможност да видят и да изживеят досега недостъпни забележителности. Двата свързани проекта успяват да разнообразят туристическите дейности в района и

да привлекат, около 3500 нови туристи годишно. През 2017 г. **община Ivenack**, Мекленбург-Западна Померания, чрез местното горско стопанство изпълнява проект за 2 млн. евро по мярка 8 – **Изграждане на въжен мост** за туристи над върховете на дърветата във вековна гора от най-старите дъбове в Европа, някои от които на над 1000 години и която същевременно е и ограден парк за диви животни. Целта е в гората пешеходците по-малко да нарушават спокойствието на обитателите, мостът е вдигнат на пилони като първоначално представлява стоманена конструкция с дължина 620 метра, която преминава във висящ мост от въжета с дължина 43 метра. Има и наблюдателна кула висока 35 метра, от която се откриват зашеметяващи гледки. До кулата може да се стигне с асансьор за по-трудно подвижни хора, но има и пешеходна спирална рампа за желаещите да се качат пеша. Мостът и кулата вече са сред най-известните туристически атракции в тази част на Германия.

Образователните и специализираните програми за групови организирани посещения са сред основните дейности, които предлага туризмът в защитените зони и парковете. Първата естествено обхваната група са децата, тъй като те все още опознават природата и освен от екологично образование, се нуждаят и от възпитание в навици да я опазват. Освен различните еднокатни посещения и курсове, често в парковете се правят и зелени училища, лагери, академии. Добър пример е **Детска природна академия "Узана"**, която се провежда в посетителския информационен център на защитената местност "Узана", на 20 км от град Габрово. Тук са разработени образователни и занимателни програми, които се водят от квалифицирани аниматори в специално обзаведените зали в Посетителския център и по Горска пътека с интерактивни модули. Организират се приключенски и обучителни лагери за деца и младежи, различни събития и работилници, походи и състезания. Академията е и междинен подкрепителен пункт за по-възрастните туристи по маршрута Ком-Емине и често самата тя е на път, за да гостува на деца от цялата страна с игри, театър и други занимания. Детска природна академия "Узана" е създадена от Българска фондация Биоразнообразие (БФБ) в партньорство с община Габрово. Друга такава програма за деца в България е „**С дъх на смола**“ в специално създаден още през 2010 г. лагер от Сдружение за туризъм и екология „Байкария. Мястото за провеждане на лагера е в горите на защитената местност „Чатъма“ край бреговете на язовир „Голям Беглик“ в Западните Родопи. По време на курса участниците са ангажирани активно в различни занимателни и образователни дейности: бивакуване сред природата – децата се учат как се избира място за лагер и как се опъва палатка, как и къде се пали огън, колко е важно да се грижат за опазване на мястото, на което бивакуват; пешеходни и колоездачни преходи; ориентиране – получаване на първоначални знания за работа с компас и карта; обучение и плаване с кану във водите на яз. „Голям Беглик“; социални и артистични проекти (рисуване, занаяти), както и екипни игри и задачи.

Освен към неформалното образование на децата, в местата за екологичен туризъм се правят и **програми, насочени към специализирани групи туристи**. До курорт на езерото Мишковце (Подкарпатски Регион, Полша) е създаден **Център за скандинавско ходене** (бързо ходене с помощта на щеки за ски) по 18 км еко-пътеки в близката защитена зона, в която има и еко-музей “Местност на бобъра”. Програмата е

насочена към туристи над 55 години и е разработена съвместно с организацията „Каритас“, която осигурява и почивки за възрастни хора в курорта на езерото. Центърът е създаден от местната община по проект, като тя осигурява и финансирането на персонала впоследствие. В него работят туристически водачи и треньори, дават се под наем щеки, има и медицински услуги в случай на нужда. В момента подобен център за скандинавско ходене има и в България – в София частната Спортна академия Азимут организира курсове в Борисовата градина. Ходенето с щеки е отличен фитнес за всяко време на годината и за всяка възраст и ниво на физическа подготовка. Едно от предимствата на ходенето с щеки е, че гръбначният стълб и коленните стави се натоварват минимално.

Препоръка: Да се проучат възможностите за изграждане и маркиране на еко пътеки и туристически атракции по мярка 7.5 на ПРСР, по която общините могат да кандидатстват чрез проекти на МИГ или директно в ДФЗ. Заедно с експертите на парка могат да се предвидят места за приключенски атракции, тематични пътеки или градини на позволените пространства, които ще привличат туристи за уикенда или за ден. Заедно с местните или национални спортни клубове да се проучат възможностите за съставяне на образователни програми за деца и възрастни в парка, както и програми за неувреждащи природата спортни активности. Да се увеличи организирането на събития в ПП „Персина“, освен на екологична тема, и свързани с изкуството.

6.5. Спортен туризъм без скъпи съоръжения

Спортът и туризмът са тясно свързани дейности, а навикът хората да пътуват, за да наблюдават или да участват в спортни състезания датира още от древна Гърция (различните видове състезания и игри, включително и Олимпийските). В днешно време спортният туризъм се определя като „специализиран вид туризъм, при който цел на пътуването е активното практикуване на определен вид спорт“. Т.е. пасивното наблюдение на спортни събития – мачове, състезания и др. се класифицира по-скоро към събитийния туризъм. Спортният туризъм може да е масов курортен (ски, голф), може да се явява като допълващ продукт към масовия туризъм (тенис, фитнес, джет, плуване, езда по време на почивката в хотелите по морето или ски-ваканциите), а алтернативните му форми обикновено се реализират във вид на самостоятелен продукт (колоездене, гмуркане, катерене), като често са комбинирани с други видове алтернативен туризъм (еко, селски, приключенски). Участието в професионални спортни събития не се класифицира като туризъм, за разлика от любителските прояви – примерно участие в колоездачна обиколка, преплуване на река, марафон. Дори целта на посещението да е предимно упражняването на даден вид спорт, то туристите се стремят и към постигането на рекреативен, укрепващ или развлекателен ефект. За много от участниците практикуването на любимия спорт е хоби, поради което спортния туризъм може да се определи и като вид хоби-туризъм.

Трябва да се отбележи, че когато се говори за спортен туризъм в селските райони и въобще извън масовите курорти, се има предвид концепцията за алтернативен туризъм – съобразяване с местните природни особености и заниманията на местното население.

Търсят се и се усвояват нови туристически дестинации и ресурси, които се използват съобразно принципите за устойчиво развитие, най-често свързани с нестандартни места за настаняване, щадящи околната среда видове спорт и спортни развлечения, липса на масовост и сезонност. Също така подходящи са спортове, които не изискват скъпоструващи съоръжения и екипировка (тенис, голф), а такива, които могат да се практикуват от най-широк кръг потребители. Главни негови почитатели са младите хора и хората на средна възраст с афинитет към физическата активност и приключенията. Изследванията показват, че мъжете проявяват по-голям интерес към тези дейности, а практикуващите спортен туризъм жени са само около 1/3 от участниците. Съотношението между вътрешни и външни туристи е в полза на вътрешните – т.е. посетителите обикновено са от близкия район, въпреки че при някои видове (колхозене, пешеходни преходи, екстремно катерене и др.) не са малко и външните гости. Отличителна особеност на потребителите на спортния туризъм е, че те обикновено са със средни или високи доходи, но не се ориентират към скъпи консуматорски пакети в луксозни хотели, а предпочитат нестандартния активен отдих.

Съществуват различни класификации на видовете спортен туризъм в зависимост от критериите, които се приемат при обособяването им. Той може да бъде с цел почивка, лечение, бизнес, активен и пасивен, организиран и неорганизиран. Най-популярните видове са: **спортно-рекреативен** - тук се отнасят видовете спорт, които не изискват големи физически усилия и основната цел е релаксация чрез физическа активност (езда, колхозене, ходене, плуване); **спортно-развлекателен** - разнообразните видове спорт са с основна цел развлечение и получаване на силни усещания (различни видове игри и състезания); **спортно-оздравителен** – спортът е свързан с психическо или физическо укрепване, като тук границата е много тънка, защото често става въпрос за вид медицински туризъм; **спортно-занимателен**, който се доближава до развлекателния, като разликите са, че вторият най-често е допълващ продукт към основната почивка, т.е. отнася се до масовите форми на туризма. Някои изследователи отделят в самостоятелна група т.нар. **екстремни спортове** – алпинизъм, бърнджи, пещерначеството, off-road, тъй като те изискват специфична подготовка и се отнасят до тесен таргет от клиенти. Екстремните спортове могат да се приемат за вид **приключенски туризъм**, макар че приключенският туризъм не се ограничава само с тях.

Както вече беше споменато, когато се говори за спортен туризъм в селските райони, се имат предвид неговите форми, които не изискват огромни финансови вложения или строеж на скъпоструващи съоръжения, а по-скоро оригинални решения и адаптиране към наличните ресурси. Съобразяването с природните дадености е задължително, наличието на зеленина, паркове и защитени зони е предимство, но зависимостта от общата туристическа инфраструктура все пак остава: наличие на някакви места за настаняване, услуги, достъпност и състояние на пътищата, свързаност с други населени места, държавна и общинска политика. По тази причина развитието на туристическите услуги в населени места, където те са слабо представени досега става на етапи и постепенно – понякога създаването на само една атракция „дръпва“ след себе си целия сектор и покрай нея се строят къщи за гости, къмпинги, заведения или обратно –

наличието на места за настаняване (например построени чрез финансиране по проекти) налага да се направят допълнителни туристически атракции за гостите, вкл. и спортни такива. Трябва да се подчертае и това, че при алтернативните форми на спортния туризъм най-важни са природните гледки, чистия въздух и наличието на защитени зони със запазено биоразнообразие, а местата за настаняване и културните забележителности са второстепенни, тъй като в повечето случаи посещенията на туристите с цел спорт за едnodневни или най-много за уикенда.

На територията на МИГ Белене-Никопол вече са създадени условия и направени първоначални стъпки за развитие на най-масовия в последните години спортен туризъм - **колоезденето и велосипедните маршрути**. През двете общини преминават два колоездачни маршрута – българският „Дунав ултра“ и европейският „Евро Вело“ 6. Според Европейската комисия, велосипедният туризъм попада в областта на устойчивия туризъм - бавната скорост на придвижване и „отвореността“ на велосипеда, сравнена със „затвореността“ на автомобила или автобуса дават възможност за повече и по-близки социални контакти между туристите и местното население, насърчава се културния обмен, а употребата на местни стоки и услуги стимулира икономическото развитие на района. Мобилният характер на велосипедния туризъм разпределя туристическите потоци върху по-голяма територия и по този начин предотвратява стълпотворението на едно място, като по този начин става подходящ и за периферни региони, в които местата за настаняване и услугите са малко, а също така намалява негативното въздействие върху околната среда, тъй като не отделя емисии.

Европейската мрежа от велосипедни маршрути Евро Вело е инициатива на Европейската федерация на велосипедистите (European Cyclists' Federation – ECF) за развитие на мрежа от маршрути, които да свързват всички държави в Европа. През 2020 г. общата дължина на всички маршрути се очаква да бъде над 70 000 км. Маршрутите също така са предназначени и за местното население - за ежедневни пътувания между населени места, практикуване на спорт и едnodневни велосипедни екскурзии. Маршрутът по река Дунав е част от Евро Вело 6 – „От Атлантик до Черно море“. Дунавският велосипеден маршрут се цитира като мащабен национален проект, който би допринесъл за развитието на туризма. Въпреки частичния напредък в някои дунавски общини, усилията от българска страна остават абстрактни и фрагментирани. На национално ниво велосипедният туризъм попада в компетенциите на множество институции, на регионално равнище в Дунавския регион липсва субект (обединени, клъстер, организация за туризъм), който да координира усилията на обща туристическа политика, местните инициативи остават единични проявления.

Например, като резултат от проект по програмата за трансгранично сътрудничество между България и Румъния през 2012 г., е поставена специализирана маркировка за нуждите на велосипедните туристи, които използват маршрута между Брегово и Никопол. Впоследствие, част от маркировката - знаците поставени на пътищата в област Видин е премахната от областното пътно управление, тъй като не съответстват на изискванията на нормативната уредба. Цялото трасе по реката в българския участък е предимно по републиканската и общинска пътна мрежа, която е в лошо състояние и

със сравнително натоварен трафик, след Никопол чак до Силистра (256 км) няма маркировка, има изградени велоалеи по други проекти, но те са встрани от самото трасе (такава има и в ПП „Персина“, като тя не е част от Евро Вело 6), по Дунава няма къмпинги и достатъчно места за настаняване, връзките с обществения транспорт (железопътен и автобуси) са слаби, липсват указателни табели в парковете или такива за разглеждане на културни забележителности. По тези причини туристите, пътуващи по Евро Вело 6 обикновено преминават маршрута по румънския бряг, където тези проблеми са решени в много по-голяма степен. В последните години община Белене е партньор и по проекта LENA, финансиран по Дунавската програма за сътрудничество Interreg от 2017 г. за развитие на туризма в природните паркове, по която в града са поставени три нови електрически велосипеда, прикрепени към собствени зарядни станции. Идеята е велосипедите да бъдат наемани свободно от пътуващи, които искат да разгледат с тях забележителностите. В Белене има общо 7 зарядни станции, които да се използват от велосипедисти по Евро Вело 6.

Въпреки че изграждането на цяло велосипедно трасе покрай Дунав може да стане единствено с усилия на национално ниво, отделните общини могат да положат и самостоятелни усилия за популяризирането на този вид спортен туризъм на местно ниво, като стимулират частната инициатива или с помощта на спортни клубове и сдружения, създаване на публично-частни партньорства. Като добра практика реализирана чрез WOMP за реклама на велосипедния туризъм може да бъде посочена инициативата на МИГ Wrota Wielkopolski (Полша). От 2010 г. насам МИГ организира традиционно местно велосипедно рали „**Да караме велосипед заедно**“. Идеята възниква след срещи с местните общности на няколко съседни МИГ и първоначално цели да запознае хората, живеещи в един регион помежду им, както и да популяризира сред тях едновременно спорта и местното културно наследство. Състезанието започва да се провежда на доброволни начала, като маршрутът е определен от местни ентузиасты – любители колоездачи. През 2016/2017 г. е реализиран проект по мярка 6 на стойност едва 2500 евро, дейностите на който включват изготвяне на велосипеден маршрут, изработване на формуляр за участниците, избор на постоянен комитет за ралито и реклама в местните медии. Бенефициент е местната община. Осигурени са и техническо и медицинско обслужване за участниците в двете ралита, осъществени по проекта. Обиколките продължават да са ежегодни и досега, като броят на участниците – първоначално 200, се увеличава непрекъснато. През 2019 г. МИГ Wrota Wielkopolski разработва нов проект за сътрудничество **по мярка 19.3 „Велосипедна верига на Южна Великополска“** заедно с МИГ "Ostrzeszowska". Като резултат е маркиран велосипеден маршрут от 350 км, който свързва центровете на общините, участващи в двете МИГ. По този начин, с малко средства е подпомогнат велосипедния туризъм на местна основа. Друга добра практика, реализирана с малко пари е **проектът Espubike** (2015 г., Испания) отново чрез WOMP и по мярка 6, като стойността му е 40 480 евро, а бенефициент е местна туристическа организация. По проекта е създаден маршрут от 146 км. в природен парк Sierra Espuña, изработени са карти, съдържащи GPS координати и е създаден уебсайт и мобилно приложение. Алеята е измислена така, че да не нарушава ландшафта, като са избегнати местата, в които може да бъде увредена

природата. Множество велосипедни маршрути са разработвани и в България по проекти, финансирани от различни фондове – в Централен Балкан чрез проекти за опазване на защитените зони от ОП „Околна среда“, в Странджа и парк Русенски Лом по ОП „Регионално развитие“ като част от регистрацията за регионална марка за качество, в Западна Стара планина по проекта „За Балкана и хората“ на Българо-швейцарската програма за сътрудничество и др. Разработването на такива маршрути не включва създаването на вело-алеи или маркировка на пътеките (разбира се, ако има възможност и пари по проекта, те могат да бъдат направени), а само създаване и отбелязване на трасето в карти или в мобилни приложения, а и рекламата му сред заинтересованите туристи. Провеждането на състезания, надбягвания или съвместни обиколки стават по инициатива на общината или местни организации и също изискват повече ентузиазъм, отколкото финансиране, но имат важна роля за популяризирането на този спорт и привличане на туристи от градовете. Съвместната работа с туроператори, които предлагат велосипеден и друг спортен туризъм, екоорганизации, които изпълняват проекти в защитените зони, както и с асоциации по колоездене също допринасят за постепенния напредък в този вид туристическо предлагане.

Въпреки че основен туристически ресурс на дунавските общини е река Дунав, потенциалът ѝ е малко използван и то най-вече по финансови причини. **Водните спортове, обиколките с лодка, круизите, риболовът** са силно занемарени и се практикуват единствено от местните, а не като туристически предложения. На много места плуването в реката е забранено, по нея пътуват предимно товарни кораби, круизните спират във Видин и Русе (по-рядко в Свищов и Силистра), тъй като останалите пристанища са в лошо състояние, в населените места няма изработени и промотирани културни програми. Липсва и обществен речен транспорт, съществувал в миналото. Фактичката липса на редовна пътническа речна връзка, в комбинация с липсата на първокласен път, който да свързва дунавските общини в направление запад-изток, е сериозна пречка пред развитието на района като туристическа дестинация не само по суша, но и по вода. Единственото по-важно събитие, свързано с Дунав е ежегодният гребен поход ТИД (Tour International Danubien), който преминава през почти всички крайбрежни страни по течението на реката - Германия, Австрия, Словакия, Унгария, Сърбия и България и е най-дългият от този род в света. В продължение на близо два месеца каякарите гребат в продължение на 2020 км. в т.ч. и по течението на реката граничещо с община Никопол.

Едва в последните години на места предприемаческата инициатива започва да създава условия за водни спортове и атракции. Като добър пример може да бъде посочен комплексът **Данубия бийч** във видинското село Цар Симеоново, който има речен плаж и собствен понтон с лодки, като предлага допълнителни услуги: обиколка с моторна лодка, обиколки с каяк и водачи, каране на джет, водни ски, сърф. Подобни услуги и то без наличие на хотел се предлагат и в Русенско от **фондация „Ятрус“**. Т.нар. воден център е създаден по проект „Създаване на условия за развитие на ученическия и младежки туризъм в Главиница-Тутракан-Сливо поле“ в миналия програмен период по Програмата за рибарство и аквакултури и всъщност е купуване на моторна лодка, както

и съставяне на план за туризъм по реката с нея. Организацията предлага и до днес няколко вида турове: тридневно пътешествие с лодка по Дунав по маршрута Калимок-Бръшлен-Малък Преславец с две нощувки в съответните населени места, като са включени и лекции за флората и фауната и местното културно наследство. Друга оферта е еднодневен риболов, като освен лодката се предоставя под наем и цялото оборудване – въдици, екипировка, стръв, дори фотоапарати. „Ятрус“ организират и курсове по водни ски, партита и тиймбилдинги на лодката, романтични уикенди, образователни турове. Също в Русе е и единственото по-голямо круизно корабче „Русчук“ за 66 човека, което предлага опознавателни групови круизи и разходки по река Дунав за туристи. Трябва да се отбележи, че корабчето е реновирано „на старо“ и е собственост на „Дунавски драгажен флот“ АД. От няколко години русенското **туристическо дружество "Приста"** организира в деня на Дунав нова инициатива - "Разходка с лодка" и групови плавания с каяци. Създаден по проект към съществуваща къща за гости отпреди две години работи и **Воден център Вардим** в едноименното Свищовско село. Атракциите, които се предлагат са панорамен обход на резервата остров Вардим с кораб, наемане на гребна лодка, кану или моторна лодка за самостоятелна разходка по Дунав, за любителите на риболова се предлагат въдици и рибарски лодки, има възможност и за каране на водни ски. Къмпингуването със собствена палатка е разрешено в двора на къщата, а допълнително има и спортна площадка - уреди за упражнения на открито. В ПП „Персина“ също по проект са закупени 5 каяка и моторна лодка, които могат да бъдат наемани, но те се използват спорадично предимно от еколозите за наблюдение на птици и по-рядко от туристи. Тъй като закупуването или реновирането на дори малко корабче е скъпо начинание, може да се помисли за съставянето на маршрути по реката в рамките на парка „Персина“, обучение на водачи и експерти, насърчаване на частната инициатива (много от местните хора разполагат с моторни лодки и дори джетове) и създаване на условия да отдават под наем лодките си на туристи, реклама и връзка с туристически организации и туроператори, които и сега предлагат плаване с канута, рафтинг, водни ски, само че в други райони на България – предимно по язовирите в страната. Като добра практика, реализирана чрез ВОМР в това отношение може да се посочи проектът **„Природен туризъм на открито“**, реализиран през 2016/2019 г. по мярка 19.3 в сътрудничество между три МИГ около езерото Vänern в Швеция. Целта, поставена от водещия партньор МИГ Östra Skaraborg е да се подпомогнат малките предприятия и земеделски стопанства, така че да разширят дейността си с туристически дейности. Дейностите са свързан предимно с образователни срещи и семинари, обмяна на опит и създаване на работни групи, които да предложат нови туристически продукти, както и стимули за местните участници да работят в мрежи. Като резултат единият от участниците създава постоянен маршрут за каяци по езерото и започва да я предлага като допълнителен туристически пакет към услугите на местния хотел. Друг участник започва да организира туристически обиколки със собствената си моторна лодка, като признава, че идеята му е подсказана от семинарите. С помощта на общините е разработена и велосипедна обиколка в района около езерото, създадена е мрежа къмпинги и хотели, в които да се настаняват колоездачите, осигурени са им допълнителни възможности за спортуване (плуване, гребане, пешеходни преходи) като ангажимент за тях отново

поемат местни предприемачи и производители. Проектирани са и пешеходни маршрути в защитените зони около езерото. Част от обучението е свързано и с новите технологии – как да се рекламират новите туристически услуги в интернет и социалните мрежи. Проектът е посочен като добра практика, тъй като дава тласък на туризма единствено чрез обща „мозъчна атака“ на местните общности.

Друг начин за привличане на едnodневни и уикенд туристи е създаването на **спортни атракции за приключенски туризъм и игри**, предназначени за деца и възрастни, като те могат да бъдат както частна, така и общинска инвестиция, финансирана по различни проекти. Това са мини-стрелбища за дартс и лък, паркове за мини голф или пейнтбол, както и приключенски паркове дори в защитените зони. Такъв **Център за спорт и приключения** например е създаден чрез ВОМР в планинската област Иматия, Гърция, в двора на земеделски производител по проект по мярка 6. Целта е разнообразяване на дейностите на фермата, а и насочване на туристи във вътрешността на страната извън курортите по крайбрежието. Изградена е стена за катерене, мишени за стрелба с лък, система от въжета за екстремно придвижване, писта за планинско колоездене и детска площадка. Осигурено е и допълнително озеленяване, за съоръженията са използвани предимно естествени материали, за да не се вреди на околната среда. Паркът работи от 2015 г., като допълнително към него е изграден и център за екологично обучение на деца. Подобни атракции, правени по проекти, с частни инвестиции или по публично-частни партньорства има вече и на доста места в България. Близко до Девин, в местността Равня има **„Въжена градина“** – съоръжението представлява въжен "лабиринт" в короните на дърветата. Всяките мостове, люлеещи се парапети, 40 метров „алпийски тролей“ са предназначение за екстремни преживявания на възрастни и деца. **Паркът за приключения Адреналин** е разположен е в местността Балинци, близо до Тетевен. Въжената градина е конструирана в клоните на борова гора, разделена от обширна поляна, подходяща за всякакви игри и състезания. Препятствията са 26 на брой и са на средна височина 8 метра от земята. Двупосочният въжен тролей е с дължина 65 метра и е уникален по рода си в цяла Европа. В парка има още изкуствена стена за катерене и игрище за пейнтбол. **Увеселителен парк „Приказката“** се намира във Врачанския Балкан и също предлага различни екстремни атракции: стрелба с лък, миниголф, пейнтбол, 12-метрова изкуствена стена за катерене, въжена градина с височина от 4 до 10 метра, езда на пони. **Приключенски парк „Питър Пан“ в Димитровград** разполага с въжена градина с препятствия и спускане по 25 метров тролей, като е подходяща дори за деца над 2 години. Повечето паркове са създадени по проекти по различни програми, както и с частни и общински инвестиции. Трябва да се подчертае, че подобни атракции и паркове са подходящи за малки населени места, тъй като са природосъобразни, разчитат на едnodневни туристи от близките градове и не са непременно обвързани с близостта на хотели, а инвестициите не са непосилни и са според възможностите, с които се разполага в момента – от 3 хил. лева за миниголф, до 100 хил. за създаването на цял приключенски парк. Те обаче могат да „раздвижат“ целия сектор, тъй като обикновено се комбинират с други туристически услуги – разходки в парка или по реката, колоездене, създаване на още атракционни за децата (влакчета, пързалки, люлки), изработка на сувенири, отваряне на кафенета и заведения,

посещения на ферми. Има възможности и за групови посещения – тимбийлдинги на фирми от града, училища и ваканции, организиране на рождени дни и т.н.

Не на последно място сред нестандартните възможности за спортен туризъм е и **използването на съществуващата спортна база**, както за професионални турнири, така и за **масови спортни събития от типа фестивал, игри, състезания и забавления**, като отново целта са едnodневните и уикенд-туристите. В община Белене, в самия град има стадион „Гигант“, хандбално игрище и плувен басейн. В община Никопол, освен стадиона в града, има футболни игрища почти във всички населени места, като в най-добро състояние е това в с. Новачене. В Белене действат футболен клуб „Гигант“, спортен клуб по борба “Класик” и хандбален клуб “Дунав”, а в Никопол - „Клуб по водни спортове - Никопол“ и футболен клуб „Ситомир“. С тяхното съдействие могат да бъдат организирани състезания и турнири за ученици от целия регион, спортни училища през ваканцията, любителски състезания за възрастни с награди. Освен това, за да се насърчи едновременно туризма, но и да се промотира здравословния начин на живот и общуването между различни социални групи, добрите практики от селските райони в ЕС включват различни местни събития. Например, около Ротердам в Холандия, няколко пъти годишно в различни малки населени места се провеждат **„Игри на поколенията“**: това са забавни спортни състезания, в които участват деца, родители, баби и дядовци, като мерят сили помежду си или в семейни екипи „баба, мама и внуче“ като участват в турнири по футбол, баскетбол, шах, гимнастика, гребане, фитнес и др. Понякога състезанието е своеобразен „десетобой“, в който освен спорт са включени и танци, надпяване, кулинарни конкурси. Основен организатор са общините, които предоставят стадиона, а спонсорите обикновено помагат в натура – осигуряват екипировка, храна и напитки, награди. **Go Fest 2017**, който се провежда вече ежегодно в селските райони на Манчестър е двудневен спортен, танцов, здравословен и фитнес фестивал, който се стреми да насърчава и вдъхновява активността сред местните общности от целия регион. Той е част от кампанията против затлъстяването и е подпомогнат от неправителствени организации в тази сфера, както и то местните спортни клубове. В него пък посетителите участват в отворени тренировки, провеждани от професионални треньори в съответния спорт или танци, получават съвети по здравословно хранене и начин на живот от водещи специалисти, а гости на фестивала обикновено са известни футболисти от Английския национален отбор. **Всички на въже** е част от фестивала Slackline в Швейцария, по време на който на различни стадиони начинаещи, фенове и дори квалифицирани участници без да има нужда да заплащат входна такса могат да изпробват различни техники и начини за ходене на въже, естествено под надзора на професионалисти. Организаторите предоставят възможност и за групови семинари и обучения, обхващащи различни аспекти на този спорт, които биха могли да помогнат на желаещите да се научат как да балансират на въже или дори да правят някои по-прости трикове. Събитието има за основна цел да събере хора от различни поколения и от различни общности, за да ги накара да се забавляват заедно.

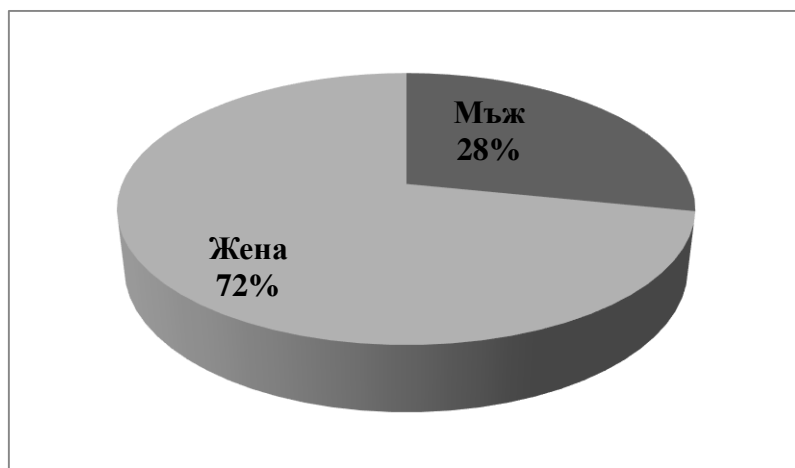
Трябва да се отбележи, че проектът, който изпълнява от миналата 2019 г. година община Белене - „Изграждане на част от Крайдунавски парк „Белене“ по мярка 7.2 от ПРСР ще повиши атрактивността на района не само за местните жители, но и за посетителите. Конкретните цели на проекта са да се създаде паркова „зелена“ среда в унисон с природните дадености и да се разнообразят възможностите за отдих и спорт на жителите и гостите на града. Допълнителното създаване на атракции в парковото пространство би повишило броя на туристическите посещения.

Препоръка: МИГ може да посредничи в създаването на мрежи между различни организации в спортно-туристическия сектор – местни сдружения по колоездене, плуване, гребане, каяк и т.н., туроператори, представители на общините, с цел създаване и маркиране на различни маршрути, както и организиране на регионални и международни събития за различните спортове. В сътрудничество с други МИГ от района или от чужбина могат да бъдат реализирани проекти по мярка 19.3, насочени към спортни туристически прояви. Общините могат да изградят туристически атракции по мярка 7.5 от ПРСР или чрез публично-частни партньорства с бизнеса.

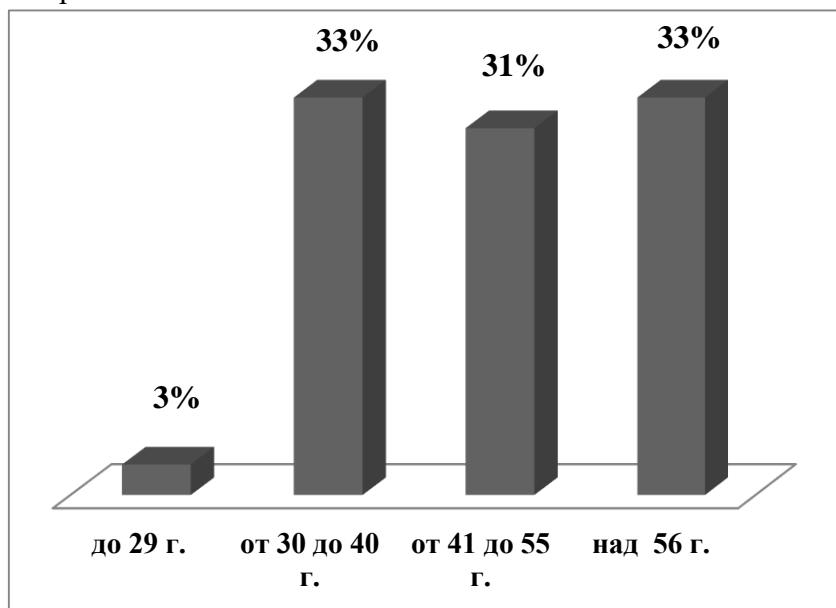
7. Резултати от анкетно проучване на територията на МИГ

Информация за анкетиранияте: Проучването е извършено през месеците май и юни 2020 г., попълнени са 39 анкетни карти. 72% от респондентите са жени, останалите – мъже. Възрастта на запитаните е разнообразна, като преобладават хората в активна трудова възраст – 33% от 30 до 40 години и 31% до 55 години. Тези над 56 г. са също 33%, като се предполага, че отново става дума за активни и работещи представители на местната общност. Преобладават хора с висше образование – 64%, тези с основно са само 3%. В анкетата са представени всички заинтересовани страни, както и населението на двете общини – Белене и Никопол.

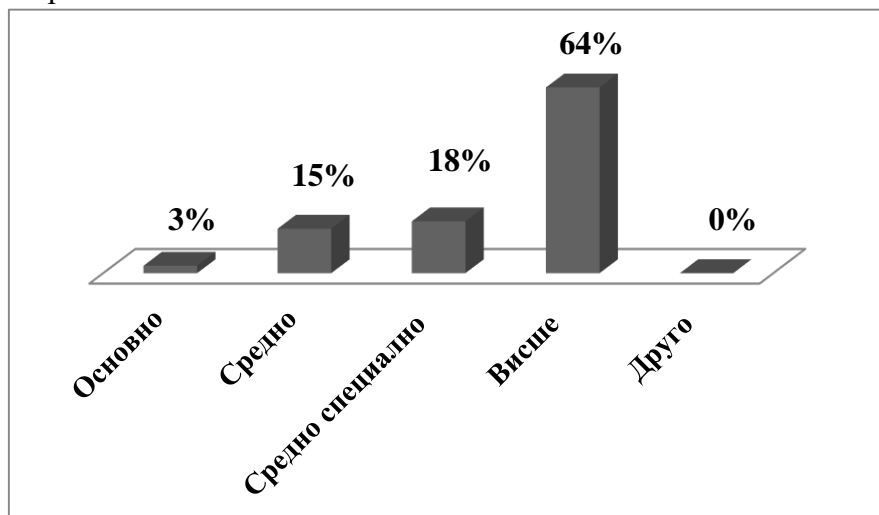
Пол:



Възраст:



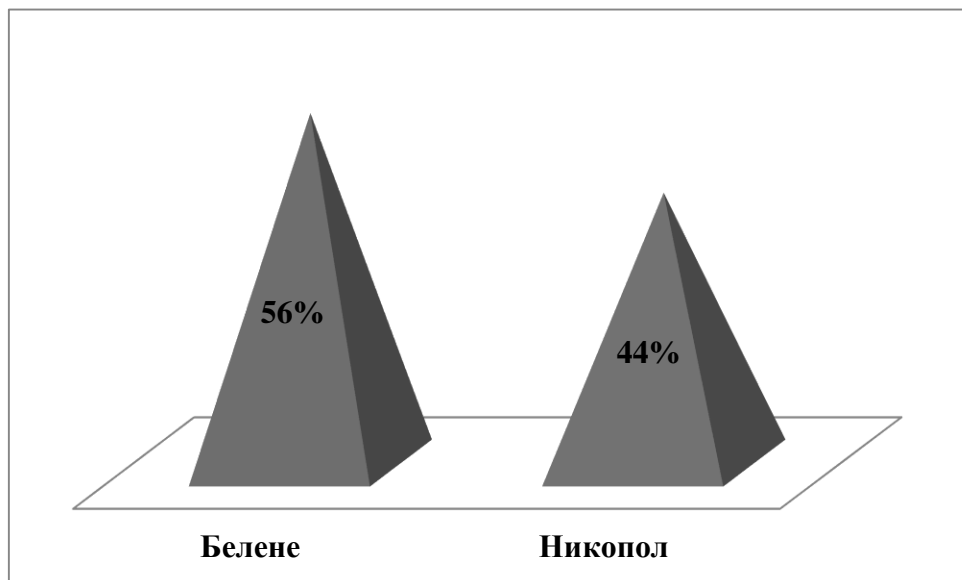
Образование:



Представител на заинтересованата страна:

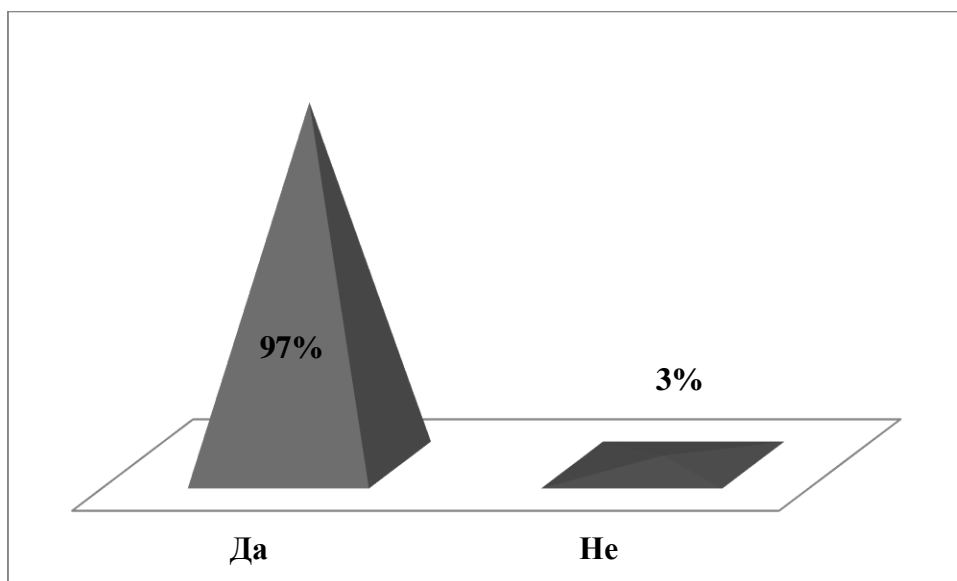


Община:



ВЪПРОСИ:

1. Смятате ли, че трябва да се полагат усилия за развитие на туризма на територията на двете общини на МИГ?



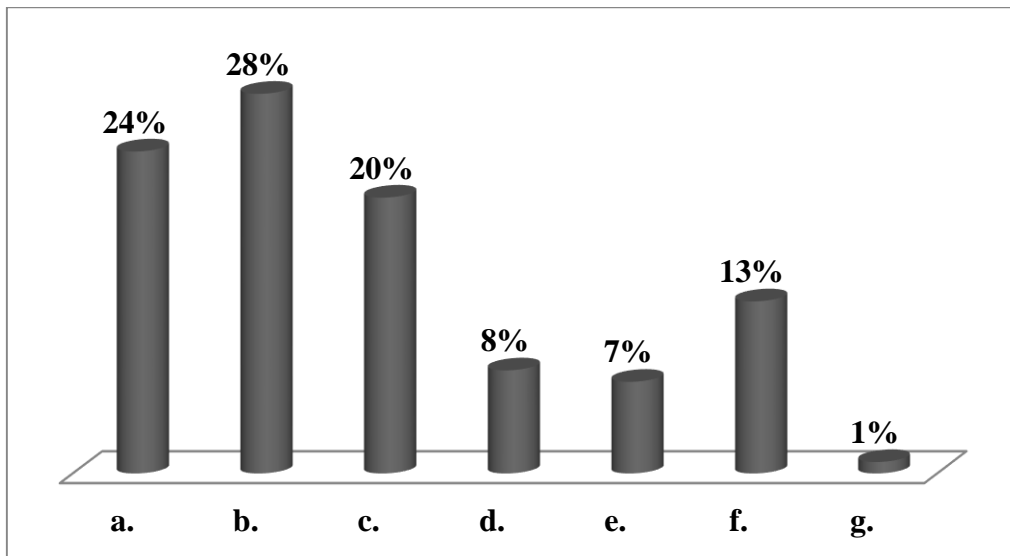
Да, защото има добри предпоставки и ресурси (река Дунав; природата е чиста и запазена, има парк и резервати; има интересни културни паметници и традиции; това ще стимулира икономиката и ще задържи младите хора; трябва да се развият различни от земеделието икономически дейности;)

Свободни отговори: -Паметник за поклонение на жертвите от репресии; -Парк и резервати; интересни културни паметници и традиции

Не, защото няма условия за туризъм (земеделието е по-важно; трябва да се построи АЕЦ; няма достатъчно места за настаняване; няма достатъчно природни и културни забележителности; пътищата са лоши; друго)

Преобладаващата част от запитаните (97%) смятат, че туризмът в двете общини има добра перспектива за развитие, както и подходящи ресурси, които могат да бъдат използвани. Макар че досега, целият Дунавски регион изостава от общия туристически подем в страната, възможностите му не са за подценяване, особено при наличието на плавателна река, красива природа и множество културни паметници. Вероятно влияние върху положителното мнение на местната общност оказват и добрата работа по европейски проекти за възстановяване на архитектурното наследство в двете общини, включването в културни, паркови, винени и спортни маршрути, видимия, макар и бавен напредък в увеличаването на местата за настаняване и услугите, опитът на съседни общини по реката.

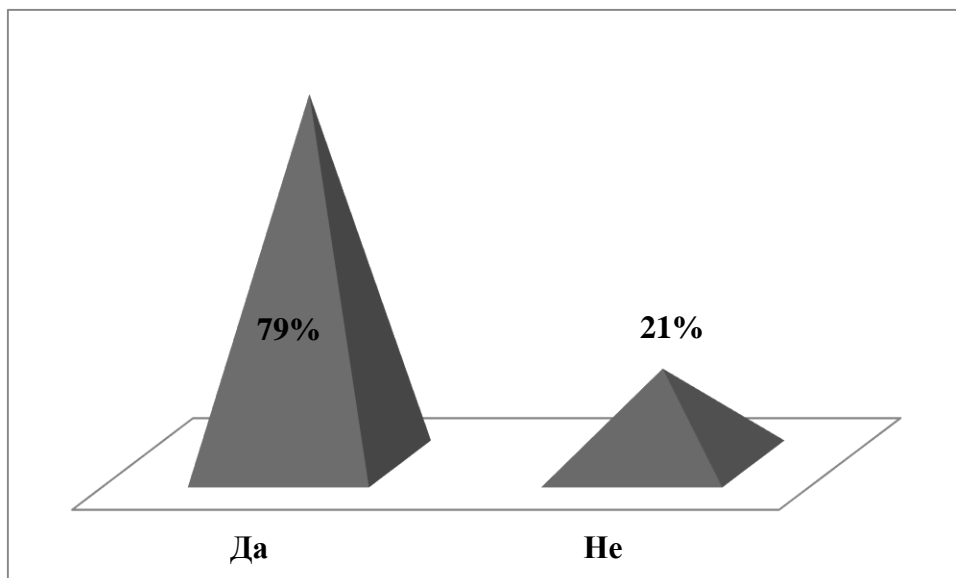
2. Кой е най-важният туристически ресурс на района, ако има такъв според вас?



- a. Природните дадености и запазената природа, парковете и резерватите
- b. Река Дунав
- c. Културните и архитектурни паметници от различни епохи
- d. Католическите църкви и общност
- e. Бита, традициите и начина на живот на хората по селата
- f. Възможностите за спорт – плуване, колоездене, гребане, лов и риболов
- g. Няма достатъчно ресурси за туризъм

Както и в други подобни проучвания, анкетиранияте са посочили като главен ресурс за туризъм река Дунав. На второ място в отговорите е запазената природа и парка, а за 13% това са възможностите за спорт – отново свързани с водата и природата. Културните паметници са предпочетени от 20%, а едва 7% са дали гласа си за развитие на селския туризъм. Тези резултати са следствие на два фактора: спортният, природният, пешеходният и приключенския туризъм имат видими, макар и малки резултати, селският и културният са по-слабо развити (на територията на МИГ няма класически къщи за гости, паметниците с малки изключения не са в добро състояние), съседни общини развиват успешно водните спортове, круизите, екологичните разходки; на второ място, местните общности нямат достатъчно информация за комплексните форми на алтернативния туризъм и подценяват възможността, която предоставят фермите, биологичните стопанства, общите марки за земеделска продукция и нестандартните места за настаняване, комбинирани със спортни и културни програми. В това отношение МИГ може да работи за повишаване осведомеността на заинтересованите страни, особено на предприемачите, които паралелно с основната си дейност, могат да развиват и туристически атракции без големи вложения. Разбира се, подобряването на състоянието на културното наследство е задача пред местните власти и държавната администрация.

3. В Концепцията за туристическо райониране на България, за Район Дунав е определена основната специализация „културен и круизен туризъм“, а като допълнителни са посочени: културно-исторически, речен круизен, приключенски и екотуризм, градски развлекателен и шопинг туризъм, винен и кулинарен, религиозен и поклоннически туризъм. Отговаря ли тя на условията за туризъм във вашия район?



Да, защото:

- Отговаря на условията и очакванията
- Културно-исторически; речен круизен
- Екотуризм; религиозен и поклоннически туризъм
- Има съответните предпоставки
- Има всички условия
- Дава възможност за развитие на туризъм
- Наличие на подходяща природа
- Има природни дадености
- Има какво да се посети

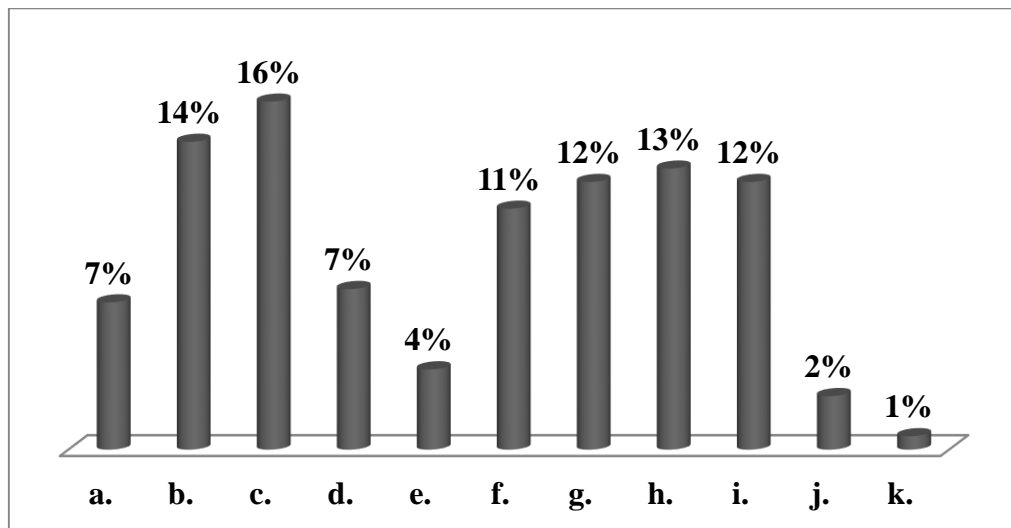
Не, защото:

- Условията за развиване на посочените видове туризъм не са толкова много
- Няма условия и възможност за круизен туризъм

Този въпрос предполага оценка от страна на местната общност за основната и допълнителната специализация за района на река Дунав, направена от страна на държавата. Въпреки че наистина реката може да бъде източник на туристически приходи и да развие икономиката на целия регион, възможностите в момента не са особено използвани по вина на същата държава. Това личи и в отговорите: да, разбира се, че по Дунав трябва да се развива плавателния туризъм, както е във всички останали страни по поречието му, но не – в момента няма условия за

круизен туризъм (реката на места е непроходима, няма диги и съоръжения, върху които да се развият рекреационни пространства, пристанищата са в лошо състояние). Все пак преобладаващата оценка е положителна, тъй като препоръчаните форми на туризъм са разнообразни и има условия за повечето от тях.

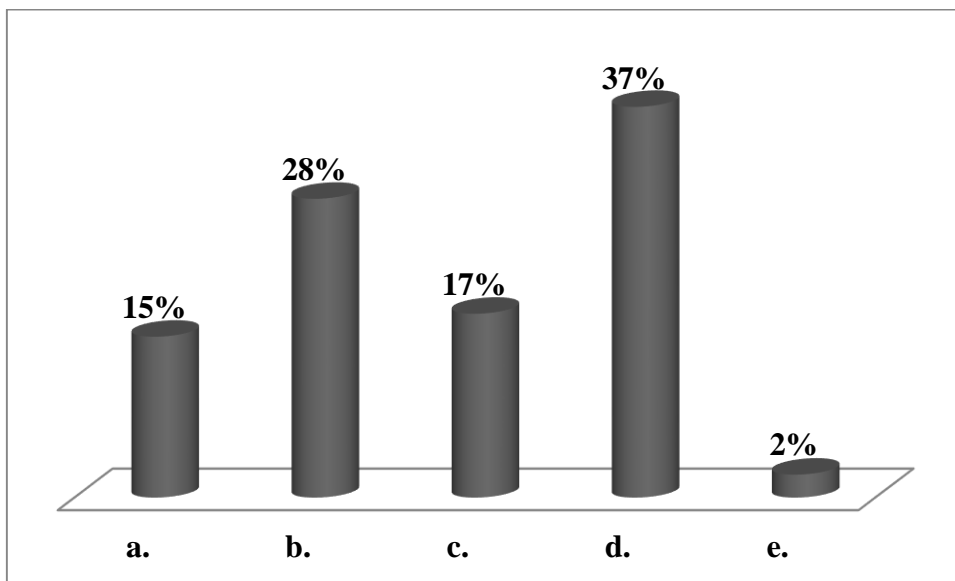
4. Какъв вид туризъм предпочитате да се развива във вашата община или населено място?



- a. Селски, фермерски, така ще се подпомогнат и производителите на храна
- b. Екологичен, наблюдения на природата и редки видове
- c. Културен с разглеждане на забележителности
- d. Приключенски и спортен – ориентирани, бягане, плуване, колхозене
- e. Вино и кулинарен
- f. Плавателен (круизи, кану, рафтинг, регати)
- g. Лов и риболов
- h. Фестивали и събития
- i. За отдых и почивка, особено покрай реката
- j. Религиозен и поклоннически
- k. Други видове

Анкетираните са посочили всички видове алтернативен туризъм почти в равни съотношения, с лек превес на културния и екологичния туризъм (съответно 16% и 14%) и negliжиране на селския и спортния туризъм (по 7%). Вино и кулинарният туризъм също събират малко точки, въпреки че на територията на МИГ се провеждат кулинарни фестивали и състезания, както и празници на виното, има и доста лозя. Това отново се дължи на фактора „каквото виждат очите“, т.е. няма достатъчно ресторанти за местна храна, особено за риба, няма специфични винарни и изби, макар че територията е включена и в европейски винен маршрут, а съседни общини успешно развиват този бизнес. Тук отново задача на МИГ е да работи в посока повишаване на информираността за възможностите на тези видове туризъм.

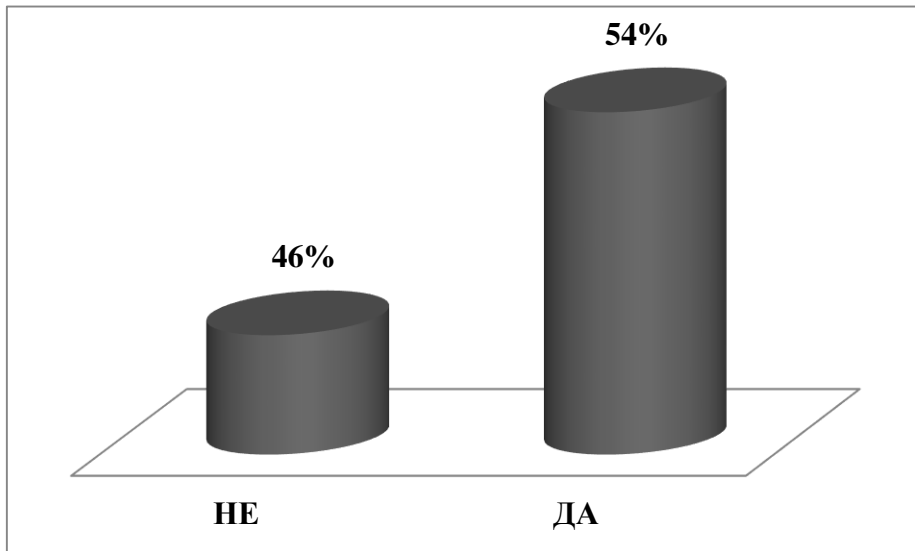
5. Самостоятелно ли да се развива туризмът на територията на МИГ или е по-добре общините да се включат в общи действия и стратегии на регионално, национално или европейско ниво?



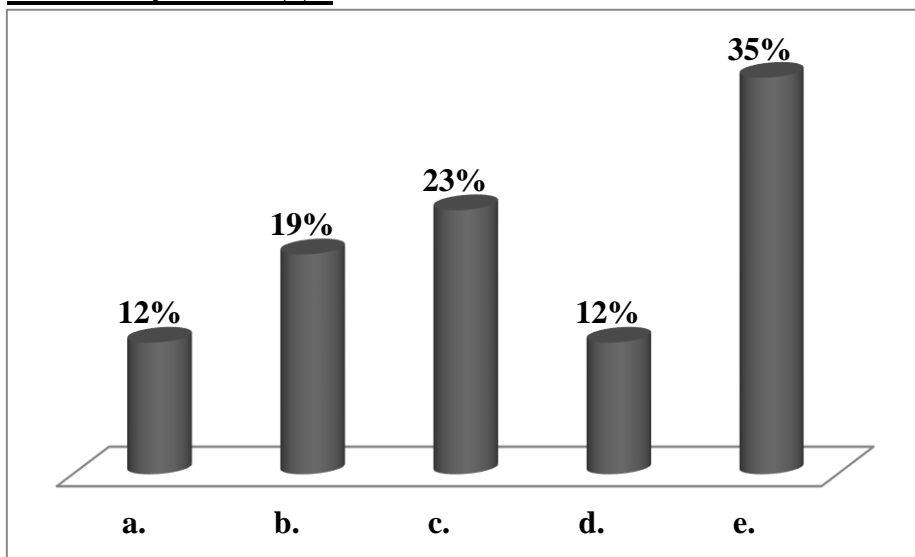
- a. Самостоятелно, тъй като всеки район и община си имат специфики
- b. Да се развива със съвместните усилия на една или две съседни общини, примерно от областта, с които имаме сходни културни и природни дадености
- c. Туризмът трябва да се развива едновременно във всички населени места по реката в България
- d. Туризмът трябва да се развива с държавна подкрепа и с тази на ЕС в целия Дунавски регион и да се включат всички населени места по реката, както в България, така и в другите страни, особено съседните
- e. Няма условия за самостоятелно развитие, по-добре е да се включим в някакви общи и организирани от друг големи събития – културни коридори, европейски маршрути за колоездене, круизи по реката, регати и др.

Предпочитанията на анкетираните са в полза на създадените вече Дунавски културни и спортни маршрути (37%), тъй като очевидно някои от проблемите изискват общо решение, което е извън правомощията на местните власти или бизнеса, а зависи от държавните институции. Освен това, идеята на повечето дунавски програми е да се стимулират икономически по-бедните райони по реката чрез редица мерки, включително и за развитие на туризма, като това е част от кохезионната политика (изравняване развитието на регионите). За съвместни действия със съседни общини са 28% - т.е. общо повече от половината от отговорите са за някакви по-общии дейности, което трябва да се има предвид при планирането примерно на местни събития, съставянето на маршрути или стимулиране на предприемаческата инициатива.

6. Вие лично бихте ли се включили в туристическия бизнес и ако „да“ в какви дейности:



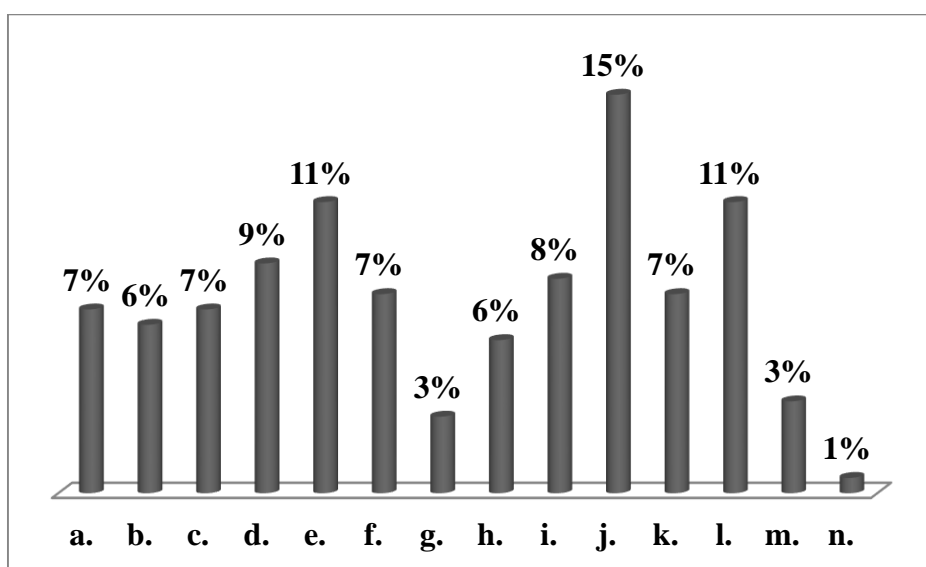
Отговорилите с Да:



- a. Бих започнал собствен бизнес в тази сфера
- b. Работа в или бизнес със съществуващи заведения или хотели – ще им доставям продукти или просто ще работя като наемник в тях
- c. Бих развивал дейности, свързани с атракции и забавления – екскурзоводство, аниматор, водене на лов, водач по еко-пътеки
- d. Бих предлагал съвсем нови услуги – обучение в занаяти на туристите, обучение за плуване, гребане, лов и риболов, готвене на типични рецепти
- e. Бих посрещал туристи в домашни условия – в къщи за гости, с домашна храна и вино

Макар че в отговорите на предишните въпроси не е отдадено предпочитание на селския туризъм, тук 35% казват, че всъщност биха се занимавали точно с такъв вид туристическо предлагане. Друг отговор, който събира повече гласове (23%) е осъзнаването на нуждата от повече атракции, както и от квалифицирани кадри, които да подпомагат развитието на другите дейности в туризма. Отново може да се направи извода, че хората не са достатъчно информирани за спецификата на различните алтернативни туристически продукти, като едновременно смятат, че няма достатъчно условия за селски туризъм, но пък биха се заели с удоволствие точно с него, тъй като вероятно им се струва най-лесно. Препоръката е същата като и за някои от другите въпроси – трябва да се работи за повишаване на информираността и на квалификацията на тези, които имат отношение към туризма.

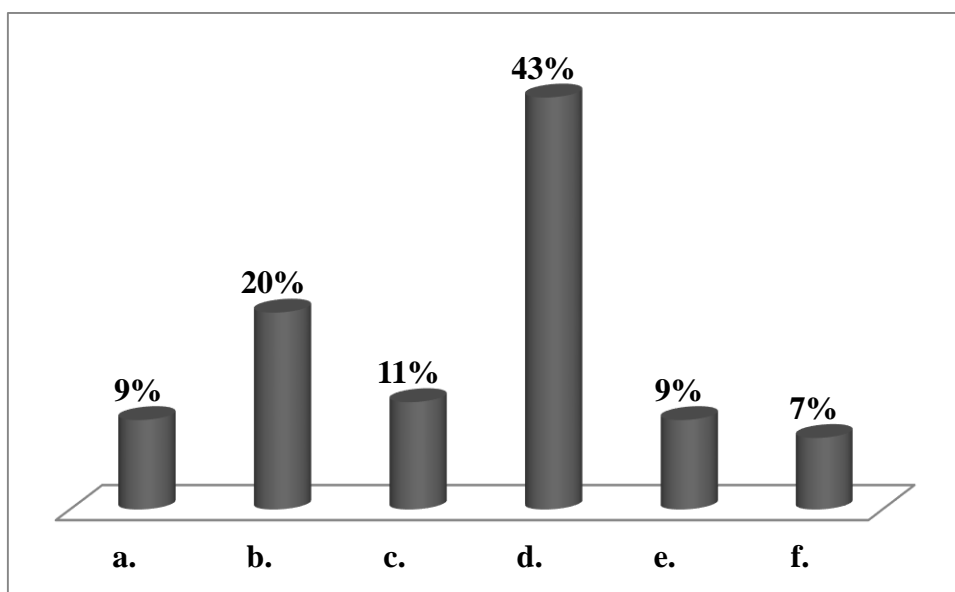
7. Кое от изброените би подпомогнало най-добре развитието на туризма?



- a. Създаването на още места за настаняване – къщи за гости, хотели
- b. Отваряне на още ресторанти и предлагане на повече атракции и услуги
- c. Стимулиране на предприемаческата активност в сектора
- d. Общината да построи къмпинги, плажове, еко-къщи
- e. Да се правят събития – от общината, НПО, читалища и спортни клубове
- f. Работа по различни проекти с европейско финансиране
- g. Стимулиране на биологичното производство за фермерски туризъм
- h. Реклама на региона на общинско ниво
- i. Държавна реклама и политика за подпомагане на туризма по Дунав
- j. Ремонт на инфраструктурата – пътища и канализация, облагородяване на зелените площи и парковете
- k. Опазване на околната среда и чистата природа, реклама на защитените зони и територии
- l. Реставрация на културните паметници
- m. Регистриране на регионална марка за туризъм и земеделски продукти
- n. Друго

Разнопосочните отговори подсказват и наличието на множество проблеми, които са изтъкнати в предишните части на настоящия анализ. Очевидно е, че в сектора на туризма трябва да се предприемат множество и комплексни мерки – инфраструктура, места за настаняване и услуги, реставрация на културните паметници. Все пак се открояват 3 по-важни акцента, които са в правомощията на общинската власт – пътища и канализация (15%), да се организират повече събития, които служат като реклама на района (11%) и рехабилитация и експониране на културните паметници (11%). Все пак трябва да се отбележи, че по последната тема за културното наследство и в двете общини се работи усилено по европейски и трансгранични проекти, някои от които все още са в етап на изпълнение. За по-ефективно съдействие от страна на държавата може да се помисли и за търсене на подкрепа от научни институции (НИМ, БАН, университети и т.н.), тъй като това би отворило повече възможности за проучване и реставрация.

8. Ако вие трябва да направите избор, какъв вид туризъм бихте предпочели за вашия уикенд със семейството и приятели покрай река Дунав?

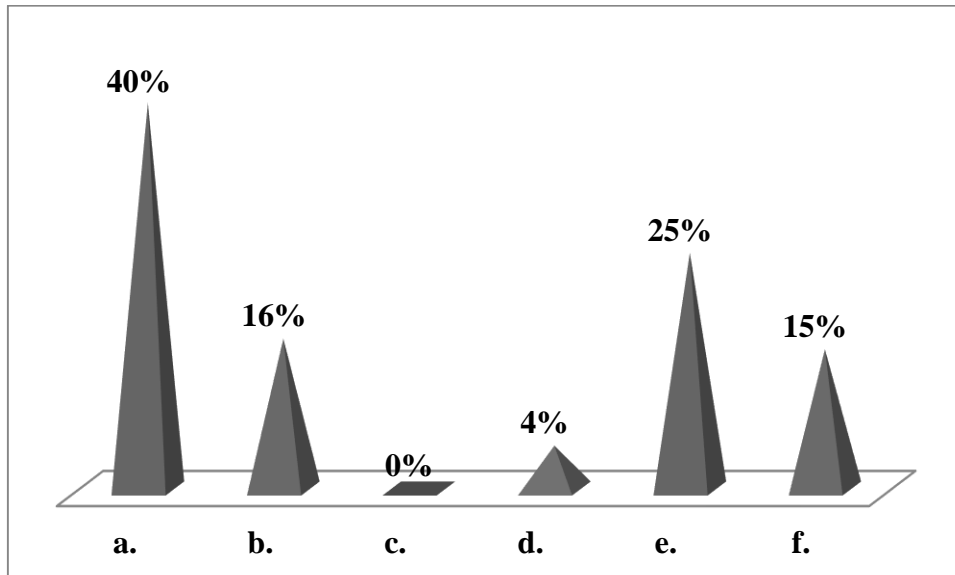


- a. Градски (музеи, галерии, театър и кино, шопинг)
- b. Селски (вино, храна, традиции, чиста природа)
- c. Екологичен (защитени територии, орнитология)
- d. Културен (разглеждане на забележителности)
- e. Спортен (каяк, колело, плуване)
- f. Пасивен (почивка на палатка или в бунгало, плаж)

Този въпрос е свързан с личните предпочитания на местните хора за собствената им почивка, тъй като, както вече беше казано, алтернативният туризъм разчита предимно на българския турист, както и на посетители от близките до 150 км райони и градове. Търсенето и очакванията отново са свързани с културните

забележителности, както и със селския туризъм, който е предпочитана форма на почивка у нас.

9. Кои са най-големите проблеми и пречки за развитието туристическия бизнес на територията на МИГ, според вас?



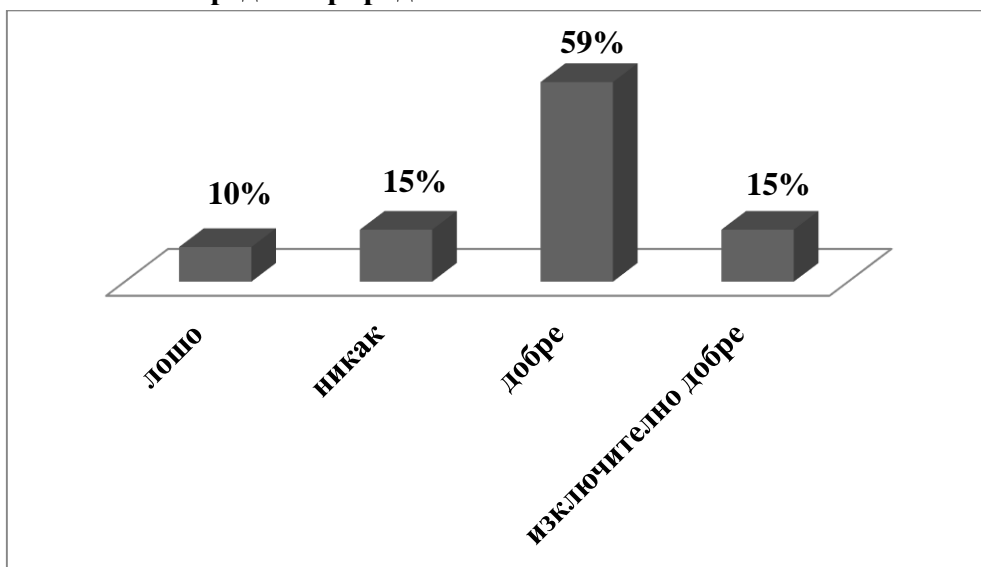
- a. Недостиг на пари за инвестиции в туризма – и в общините, и у хората
- b. Незаинтересованост и липсата на опит в частния бизнес, липса на квалификация на населението да предлага туристически услуги
- c. Земеделието и в частност зърно-производството задушава всичко
- d. Районът има лоша репутация - заради АЕЦ и промишленото производство в миналото, не се смята за туристически
- e. Не се прави достатъчно реклама на целия Дунавски регион
- f. Липсата на сътрудничество и коопериране между бизнеса, властите и културните институции

Както и в другите селски общини на България, като основен проблем за различните икономически дейности е посочена липсата на достатъчно финансови средства и инвестиции. Това се отнася и до туризма в дунавските общини, където пари няма и за инфраструктура, поддържане на водите, земеделие, малки предприятия и т.н. Трябва да се отбележи, че въпреки наличието на множество програми, свързани с различни области на развитието, делът на съфинансиране обикновено представлява огромна пречка не само за частните предприемачи, но и за самите общини. Въпреки това, повече инициативност и ентузиазъм не са излишни, защото понякога решенията не изискват скъпи вложения, а само повече изобретателност. Положителен ефект имат и възможностите да се обменят добри практики и да се ползва успешният опит от различни краища на страната или дори от други държави в ЕС.

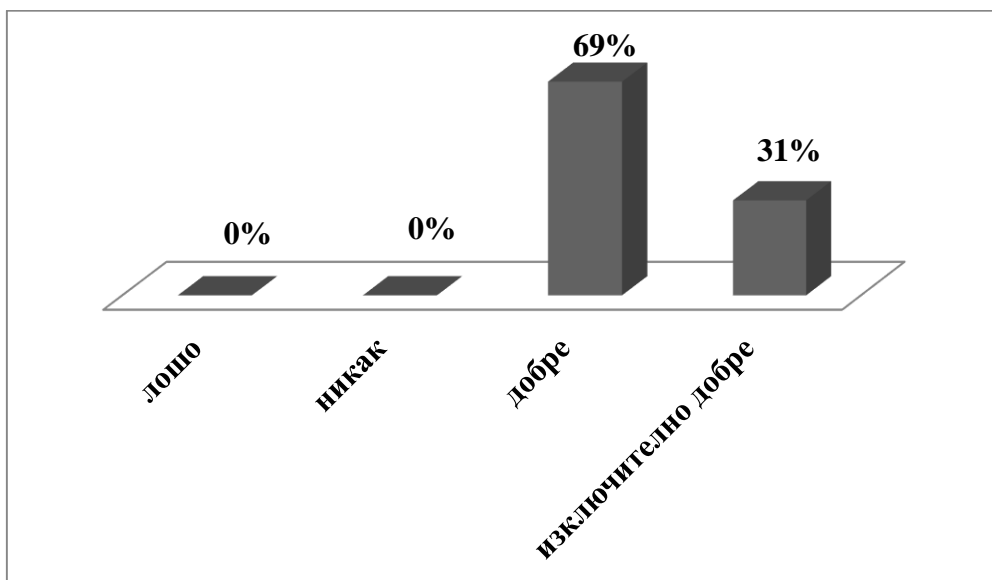
10. Как ще се отрази развитието на туризма, включително и на алтернативните му форми на:

Този въпрос се опитва да анализира разбирането на понятието за устойчив туризъм и как той се отразява на цялостното състояние на селските райони. По принцип се смята, че туризмът помага на икономиката и доходите, но вреди на природата и околната среда, както и нарушава идентичността на местните общности, тъй като унифицира местата и хората. Принципите на устойчивия туризъм са точно обратни на традиционния масов туризъм – работи се в посока на равномерното икономическо, екологично и социално развитие, както и за запазване и подчертаване на идентичността. Както се вижда от отговорите, това донякъде се осъзнава от анкетираните от двете общини респонденти.

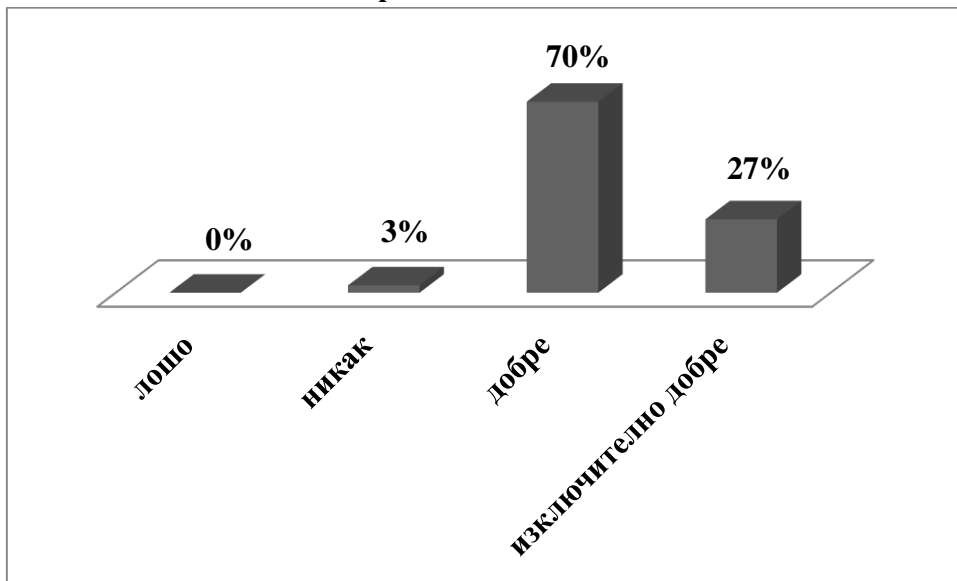
а. Околната среда и природата:



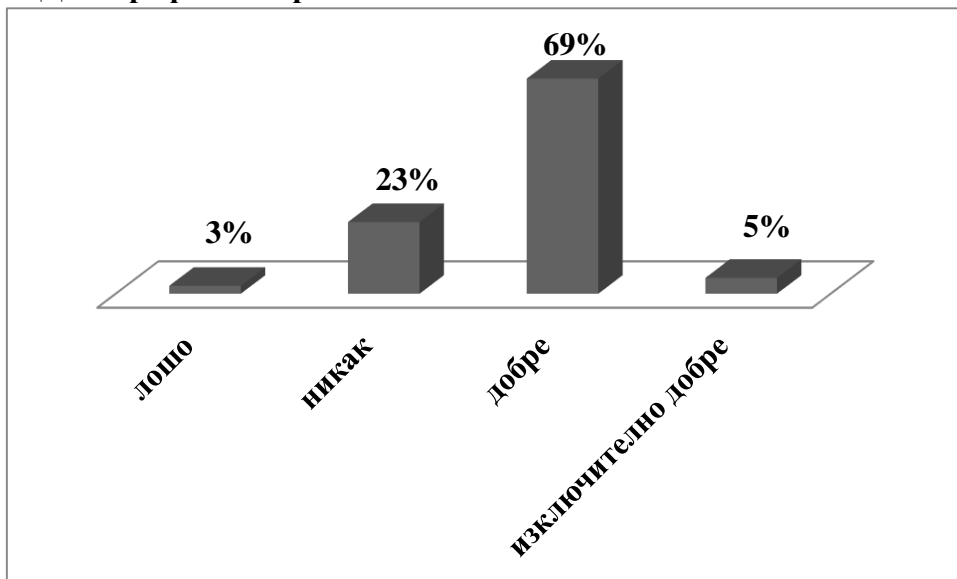
б. Икономиката:



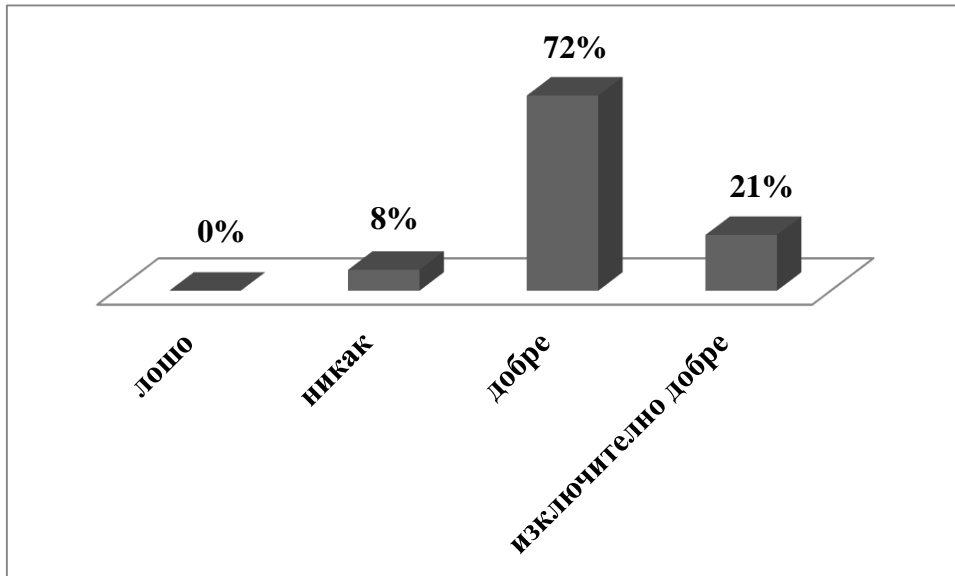
с. Местните общности и традиции:



д. Демографската криза и обезлюдяването:



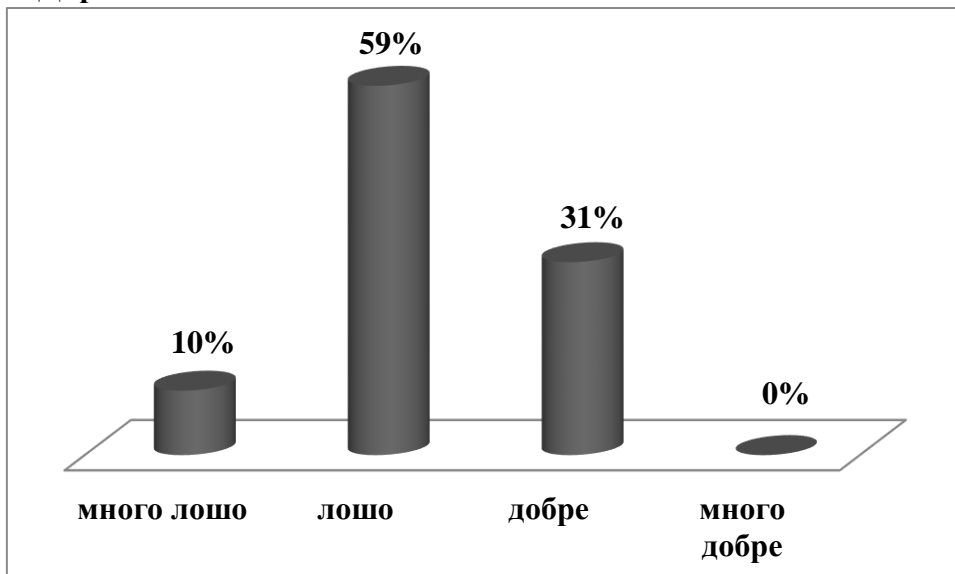
е. Образованието и културата:



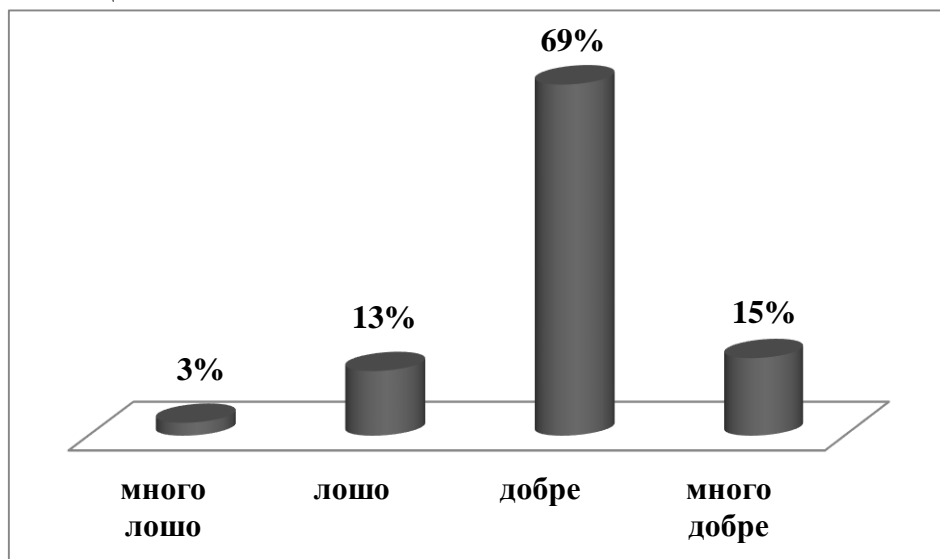
11. Как оценявате политиката за развитие на туризма във вашия регион на:

Оценката този път е свързана с провежданите политики по отношение на туризма от страна на различните институции. Държавната политика се оценява като преобладаващо лоша (59%) и отчасти като много лоша (10%), което не е изненадващо с оглед на занемареното усвояване на европейски пари по линията на междудържавните и дунавски стратегии и споразумения. Общинската политика обратно – оценена е като предимно добра (69%) или много добра (15%), вероятно поради видимите усилия на местните власти да се справят с някои от проблемите на района. Положително е оценена и работата на бизнеса и местните туристически и културни институции.

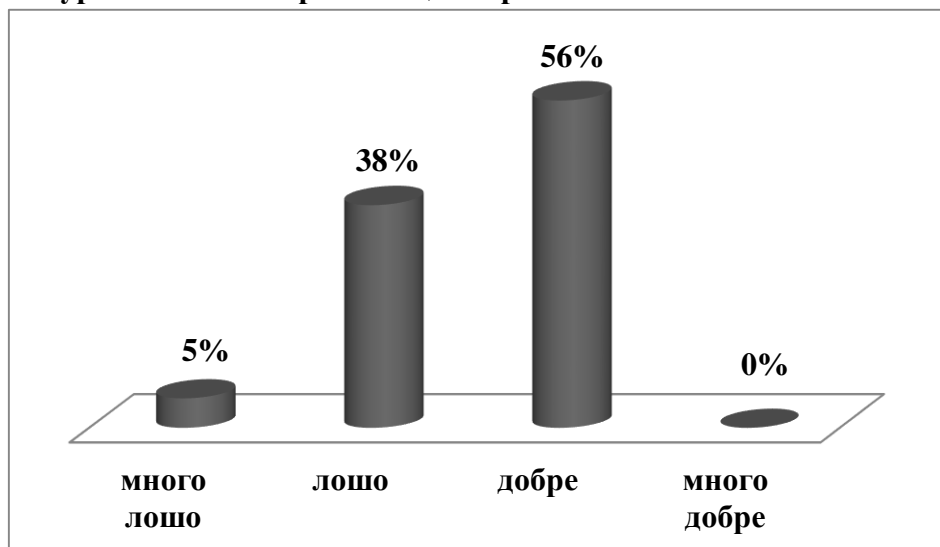
а. Държавата:



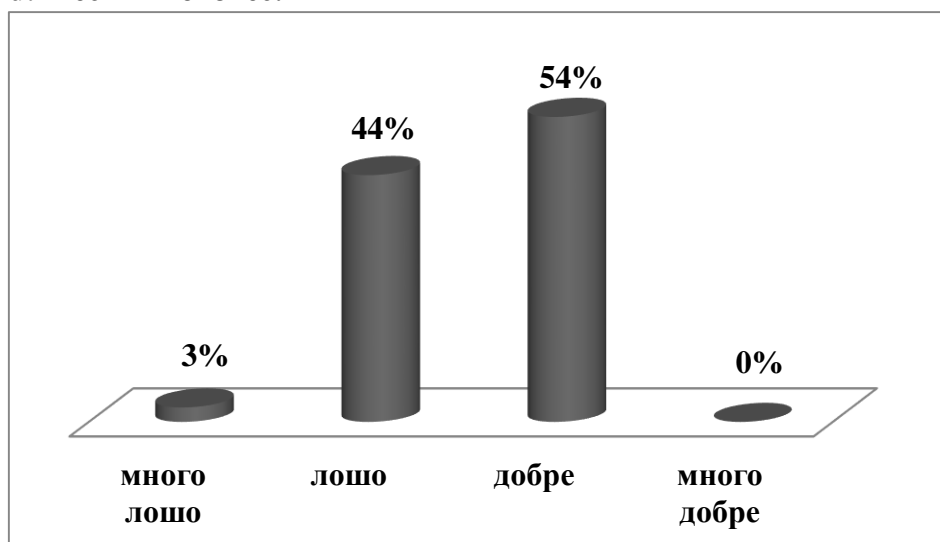
в. Общината:



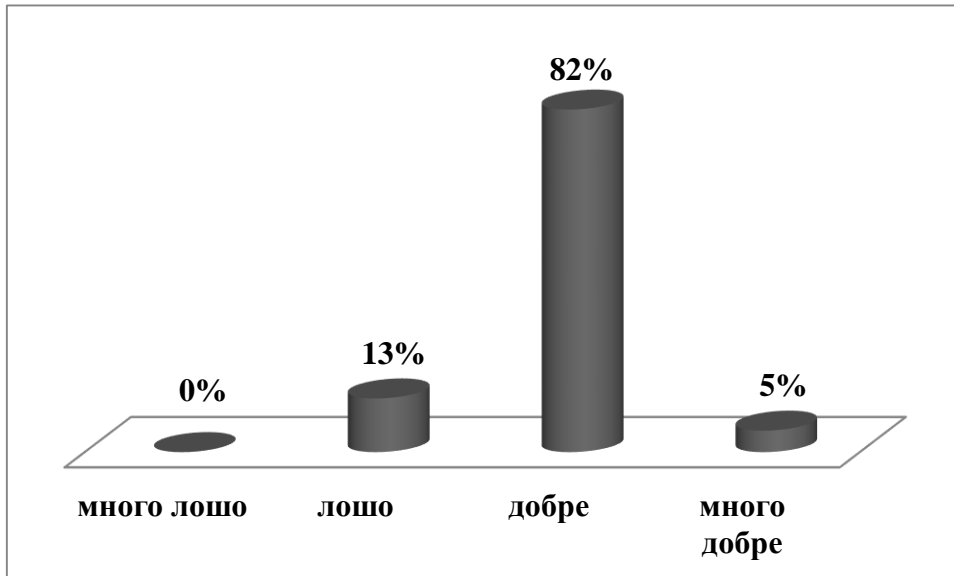
с. Туристическите организации в региона:



д. Местния бизнес:



е. Местните културни институции:



12. Моля, напишете някаква нестандартна идея, колкото и екстравагантна да е тя, за развитие на туристически услуги или вид алтернативен туризъм на територията на МИГ. (Не е задължително да е оригинална, може да сте чули отнякъде, да сте чели или да сте я гледали по телевизията)

- зелено училище
- летен детски лагер
- място за къмпинг
- развитие на туризма по р. Дунав и като цяло в региона
- развитие на ловен туризъм
- открит и закрит аквапарк
- екопътеки
- развитие на религиозен туризъм
- програмата е добра, дано стигне до нас
- кът за туризъм на тема различни епохи с макети на всяка една забележителност
- модерно пристанище
- да създам пет звезден хотел с модерен аквапарк

В последния въпрос анкетиранияте бяха помолени в свободен текст да предложат нестандартна идея за туризъм, независимо дали са я заели от чужд опит или са я измислили сами. Освен популярните алтернативни форми, които се използват на места, в които няма развита туристическа база и достатъчно пари (къмпинги, детски лагери, лов), най-интересните идеи са за модерен аквапарк (скъпа инвестиция) и парк с макети (малка инвестиция, а и подобен проект вече е реализиран в област Плевен по програмата за трансгранично сътрудничество). Тематичните паркове (с приказни герои, статуи, макети и т.н.) по принцип са добра практика, която е разпространена в държавите от ЕС.

8. Още препоръки към МИГ

На територията на МИГ има потенциал за развиване на някои алтернативни и нестандартни форми на туризма, а въпреки реализираните проекти и целенасочените действия, тя все още не е конкурентоспособна в това отношение. Състоянието на общата инфраструктура, както и ресурсите, не предполагат развитие на масов туризъм, но в съответствие с европейските тенденции предоставят възможност за отговорен туризъм в контекста на устойчивото развитие на селските райони. При планиране на бъдещи дейности в това отношение, трябва да се имат предвид и още фактори.

а. Трябва да се познават и спазват **основните правила и понятия в туризма**, за да се развият туристически продукти и услуги. Вярно е, **че туристически ресурс** са всички природни или създадени от човека забележителности, но не всеки ресурс може да се превърне в обект за туризъм. **Туристическият обект** е забележителност, която се използва за целенасочени туристически посещения, което означава, че е в добро състояние, направена е съответната реклама, наоколо има наличие на туристическа инфраструктура. **Туристически услуги** са дейностите по осигуряване на пътуването, настаняването, храненето, информацията, развлеченията на посетителите. **Туристическият продукт** е пазарно насочена съвкупност и цялост от наличието на туристически обекти и наличието на туристически услуги, свързани с тях. Отделната услуга (примерно съществуването на хотел или къща за гости) не е самостоятелен продукт. Качеството на туристическия продукт също така е тясно свързано с положителните преживявания и удовлетворението на туристите. Важно е да се отчита и времевото измерение – туристическият продукт трябва да осигури определено минимално време за престой в територията, за да бъде ефективен и конкурентоспособен.

За изясняване на тези понятия, някои от ресурсите на територията на МИГ Белене-Никопол се нуждаят от допълнителна експертна оценка (например архитектурата по селата, състоянието на някои паметници, които не подлежат на реставрация и експониране) или законово проучване (например за дейностите в ПП „Персина“), като освен наличния природен и културен потенциал, трябва да са налице и някои други предпоставки – готовност на собствениците на места за настаняване, ресторанти, риболовни лодки, земеделски ферми, на НПО, училища, културни институции и т.н. да работят съвместно в мрежа с общините или да влизат в публично-частни партньорства. Също така трябва да се направи изследване и на предприемаческите нагласи, като се проведат съответните срещи за разясняване на възможностите, както и да бъдат привлечени всички заинтересовани страни в съставянето на един бъдещ план за развитие на туризма на територията на МИГ. Необходимо да се оцени и как ще се отрази на туризма и строежът на АЕЦ Белене, както и наличието на затвор на острова.

б. **Необходимо е планирането на дейности за развитие на туризма**, включително и за следващия Програмен период 2021-2027 (общински планове, Стратегия на МИГ) да бъде **комплексно**, а не на „парче“ – под обща туристическа инфраструктура се разбират не само обектите за туризъм, атракциите и местата за настаняване, но и цялата

инфраструктура – пътища, канализация, пространства за събития, сувенири, заведения, наличие на услуги.

Например, ремонтът и реконструкцията на пътища трябва да съпътства или да изпреварва предлагането на туристическия продукт, за да се осигури достъпност и свързаност между обектите, като първоначално могат да бъдат подбрани няколко малки пространства (културни обекти, площадки в ПП Персина, ферми и т.н.), които да бъдат използвани многофункционално за различните видове алтернативен туризъм и да се осигури свързването им (по-лесно е да се ремонтира един път, а не всички). Важно е и изграждането, облагородяването и поддържането на адекватна допълваща инфраструктура – улично осветление, зелени площи, приветливи сгради, от съществено значение за туристите вече е и наличието на здравни и информационни услуги – интернет, дори да става дума за обикновен къмпинг.

Комплексност трябва да се търси и в съставянето на нови туристически продукти и местата, на които се предлагат: еко туризъм, съчетан със спортен, приключенски и културен; разходка по реката за разглеждане на природни и културни забележителности, но и на местни ферми. В наличните места за настаняване могат да се предлагат допълнителни програми, съставени от общините, местните културни институции или НПО, които не ангажират собствениците с нищо друго, освен с разпространението на брошури и листовки за природните и културните забележителности и възможностите за допълващи форми на туризма – разходка по реката, тур в Персина за наблюдение на птици, едnodневно запознаване с местния фолклор и занаяти и т.н.

Пространствата също трябва да бъдат използвани многофункционално, за да бъдат постигнати повече ефекти с по-малко средства – например в новоизграждащия се крайдунавски парк може да бъдат експонирани макети като атракция, но да има и места за спорт и за изкуство, площадки за събития или състезания. По маршрути в Персина също могат да бъдат поставени табла, които информират за природата и биоразнообразието, но могат да се използват и за организиране на модерна изложба (от типа на таблата на Моста зад НДК в София). Необходимо е и създаването на обособени туристически пространства на възможните места край реката (може и върху общински терени), които да бъдат използвани за различни цели – за краткотраен отдих, почивка, риболов, пикник, но и за концерти, фестивали, събори в случай на нужда.

с. Неотделима част от туристическото развитие е **рекламната и маркетингова стратегия и кампания**. Ако една дестинация не се популяризира по подходящ начин, то тя не съществува за туристическия пазар. Добре е да се създаде и поддържа обща **интернет страница** на района, в която да се рекламират едновременно забележителности, история, природа, хотели и ресторанти, традиции и занаяти, събития, местна кулинария. Сайтът трябва да се обогатява с информация и актуализира непрекъснато, възможно е да се разработи и мобилно приложение към него. Собствениците на местните туристически услуги – хотели и ресторанти така или иначе използват средствата на съвременното предлагане – платформите за споделяне, но

засилено присъствие в най-различни портали за култура, събития, маршрути, екологични инициативи трябва да имат и местните организации – НПО, общините, управите на парковете, културните институции (включително за получаване на обратна информация и оценки за качество).

По отношение на продажбите е добре да се използват **туроператори**, а не единично предлагане. В България вече има множество туроператорски агенции, които се занимават само и изключително с форми на алтернативен и нестандартен туризъм – програми за приключенски туризъм, зелени училища и лагери за деца, тур по забележителностите в някакъв район, велосипедни обиколки, малки круизи по реки и язовири, риболов, състезания и конкурси и т.н. Те лесно могат да бъдат открити в мрежата или пък със съдействието на Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ).

Необходимо е и създаването на **информационно-рекламни материали**, които комплексно да представят туристическите ресурси с обща визия - карти на туристическите обекти в района, брошури, пътеводител, налични услуги за хранене и настаняване. Да се увеличи местната и регионална реклама, съвместно с други общини, включително и със съдействието на общинските власти и различните НПО, както и МИГ. Участие в панаири и търговски изложения, създаване на средства за директен маркетинг – киоскове, пътеводители, привличане на вниманието на медиите, разработване на специални филми, организиране на публични дейности – фестивали, семинари, конференции, участие на МИГ във вътрешно териториални и транснационални сътрудничества с други МИГ по мярка 19.3 от ПРСР. Добре е да има присъствие в социалните мрежи чрез обособени страници, особено ако се създадат нови туристически продукти (например културен маршрут).

На територията трябва да бъде изграден и **Туристически информационен център**, който да информира посетителите и да ангажира местните доставчици, които ще имат единно място за предлагане на своите услуги. .

d. Тъй като на територията няма кой знае какви туристически продукти, трябва да се създадат **изцяло нови продукти** и е добре това да става с помощта на експерти и специалисти в областта на туризма. Извън общоприетото схващане за туризма (културни забележителности, природа), добре е да се използват нестандартни и неизползвани ниши – създаване на местен маршрут, който включва култура, храна, вино и приключения, речни обиколки, модерно изкуство сред природата – в ПП „Персина“, изложба на макети. Както се каза по-горе, първоначално продуктите могат да бъдат изпробвани частично като **допълнителни** предложения към гостите на местата за настаняване – обиколка с велосипед из Персина, разходка с лодка по реката, риболов, тур по забележителностите и църквите, но и дегустация на местни продукти, а след като бъдат утвърдени и се види кои от тях са перспективни, могат да се предлагат и като **самостоятелен туристически продукт**.

С оглед устойчивото развитие на територията, както и в съгласие с принципите на ПРСР за диверсификация на дейностите, новите туристически продукти могат да бъдат

обвързани с дейности и бизнес, които не са туристически – например неизползван остава потенциала на местните **земеделски производители**, които непременно трябва да бъдат включени под някаква форма – фермерски пазар, ресторант за местни рецепти и характерни продукти, фестивали и конкурси за кулинария. Като цяло в района досега остават непроучени и неоползотворени възможностите на **селския туризъм**, който както вече стана дума, не предполага непременно наличието на самостоятелни къщи за гости. В свободните пространства на село или в дворовете на фермите могат да се организират пикници по време на разходката с лодка, лагери за деца, обучение в земеделски дейности и градинарство, занаятчийски работилници, готварски курсове. Диверсификацията, освен към дейности, трябва да бъде насочена и към територии – да се оползотворят малко използваните досега, а също и към намаляване на сезонността – да бъдат предлагани продукти, съобразени със спецификата на различните сезони. Друга свободна ниша за развитие е **събитийният туризъм**. На територията на двете общини вече са направени първи стъпки – фестивал за кулинария, състезания по риболов, но липсват по-големи културни и екологични събития, гостуващи изложби, фолклорни събори, алея на занаятите, спортни събития, състезания по ориентиране и т.н. Подобен тип туризъм е перспективен, тъй като предполага едnodневни посещения и не зависи от капацитета на местата за настаняване.

Новите туристически продукти е добре поне отчасти да са хармонизирани с приоритетните и нишови продукти на алтернативния туризъм, предвидени в Стратегията за устойчиво развитие на туризма и Концепцията за туристическо райониране, тъй като това би улеснило много рекламната и маркетингова дейност на ниво общини и МИГ, тъй като те ще имат възможност да участват в общата евентуална реклама на ниво регион и държавна политика.

е. При създаването и на нови туристически концепции и продукти е добре да се държи сметка за **по-тясното профилиране на туристите**, съобразно съвременните изисквания – според общите препоръки в националните и европейски стратегически документи и като резултат от проведени специализирани маркетингови проучвания. За района са типични едnodневните и уикенд посещенията, както и гостите от близките български и румънски градове. За да се работи за удължаване на престоя, в началото трябва да се заложи на организирани посещения – групи ученици, студенти, фирми, доброволчески бригади, възрастни, тъй като наличието на група прави броя на участниците предвидим и може да се съобрази с наличния капацитет на местата за настаняване.

Могат да се създадат **специализирани във възрастово или друго отношение** туристически продукти: насочени към **ученици и студенти**, в областта на екотуризма и културното наследство – групови продукти с образователна насоченост – примерно организирани посещения в защитените зони и запознаване с местообитания на редки видове, зелено училище, школа за земеделие, занаяти или кулинария; туристически продукти за **хора в пенсионна възраст 65+** - българи и чужденци, тъй като те стават все по-голям таргет за предлагането на туристически услуги в Европа, като се интересуват от умерена спортна активност (колела, скандинавско ходене, плуване) и самоусъвършенстване – курсове по занаяти, учене на фолклорни песни и танци,

участие в забавни състезания. Организираните групи посетители са характерни и за някои други нестандартни форми на туристическото предлагане – **фирмени партита и рождени дни**, които предпочитат емоциите и незабравимите преживявания – приключение с лодка и риболов на остров, състезание по ориентиране или пейнтбол. Друга възможна група са млади хора с интерес към екологията, отговорното отношение към природата, за които могат да бъдат създадени **програми за доброволци** - активно включване в дейностите по опазване на защитените зони, съчетано със спорт – колоездене, бягане, плуване, както и с култура – изучаване на местните традиции и обичаи и т.н. Много специфична група са потребителите, които имат „специална емоционална връзка с България и района“ – това са **българи в чужбина**, които прекарват отпуските си у нас и чиито предци са местни и по тази причина те искат да опознаят родните си места и да ги покажат на децата си – различни образователни програми и турове могат да бъдат създадени и за тази група, тъй като те обикновено имат къде да нощуват, но се интересуват от забележителностите, миналото и културата.

f. **Квалификацията и обучението** са изключително важни за реализацията на успешна туристическа концепция. Един от ключовите фактори за добро развитие на туризма в съвременните условия е изграждането на човешки капацитет и развитието на компетентност в областта на туристическото предлагане. Това се отнася както за публичния, така и за гражданския и бизнес сектора. В публичния сектор се налага да бъдат използвани и ангажирани квалифицирани експерти по маркетинг и реклама, екология, култура, позициониране в онлайн пространството, контакти с туроператорите. Добре е да се работи в мрежа и с различните НПО в областта на екологията, материалното и нематериалното наследство, както и да бъде използван потенциала на читалищата. Туризмът е индустрия на гостоприемството и качеството на предлагането е свързано до голяма степен отново с човешкия фактор, квалификация на персонала, грижи за клиента, информираност относно общите тенденции за безопасност и хигиена, знаене на чужди езици. И най-луксозното място за настаняване може да остане без посетители, ако обслужването е зле. Тъй като повечето обекти са частни, общините и МИГ могат да се ангажират с организиране на обучение. Примерни теми могат да са: - алтернативен туризъм, принципи на устойчивото развитие, разумно използване на природните ресурси, ползи от съществуване на защитени територии, селски туризъм, нормативни изисквания, пазари; - управление на малък семеен бизнес, качество на обслужването, ценообразуване, езикови курсове, кулинарни курсове, начини за реклама; - интерпретация и представяне на материалното и нематериално културно наследство, придобиване на базови знания за културното наследство, как да бъде събуден интереса на туристите, организиране и провеждане на събития, съпътстващи услуги и др.; - обучение на желаещите да станат екскурзоводи, природни и речни водачи, гидове на културните забележителности, преводачи, аниматори, организатори на различни прояви – културни и спортни събития, съставители на маршрути и др.

g. За да има успешно развитие на туризма, както и в другите дейности, засягащи цялата територия, трябва да бъде ангажирана **цялата местна общност**. Трябва да бъдат идентифицирани и събрани всички заинтересовани страни и да има допитване,

съгласуване и защита на всички интереси. Една от целите на устойчивия туризъм в селските райони е свързана именно с ползите за местните общности. Необходимо е да се координират участниците в туристическото предлагане и да се активизира оказването на институционална подкрепа от страна на общинската администрация. В разработването на алтернативни туристически продукти и услуги трябва да бъде повишена и информираността на цялото местно население относно потенциала и възможностите за туризъм – за важността и ползите от опазването на околната среда, за важността на алтернативните форми на туризма за местната икономика, за връзката между качеството на предлагането и спецификите на търсенето, за приоритетите на запазването и валоризирането на местните традиции и идентичност. Това може да стане чрез срещи, семинари, обучения, както и чрез създаване и разработване на партньорства между публичния и частния сектор, информационни кампании, публикации в местните медии, организиране на специални събития, насърчаване на създаването на организации и обединения на фирми и производители от различни сектори.