



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно- исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния- България“



СЪДЪРЖАНИЕ

Използвани съкращения	4
I. Предпоставки за разработването на Стратегията	5
1.1. Стратегическа рамка	9
1.1.1 Преглед на общата рамка за управление на туризма и стратегическо планиране в областта на културно-историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България и Европейския съюз	10
1.1.2 Преглед на приложимото национално и европейско законодателство на туризма	20
II. Ситуационен анализ на развитието на културно-историческия туризъм на територията на трансграничния регион Румъния-България	27
2.1. Обща характеристика - профил на региона като културно-историческа дестинация.....	40
2.2. Актуално състояние на културно-историческия туризъм в региона.....	45
2.2.1. Анализ на добри практики.....	52
2.3. Анализ на туристическия пазар.....	72
2.4. Приоритетни пазари.....	92
2.5 SWOT анализ	102
III. Стратегически цели, мисия, визия за устойчиво развитие на римския историко-културен туризъм в трансграничния регион Румъния-България	106
3.1. Приоритети, визия, мисия и стратегически цели.....	106
IV. Стратегически план.....	113
4.1. Специфични цели.....	114
4.3 Механизъм за актуализация	127
V. Индикативна финансова таблица, обобщаваща необходимите ресурси за реализация на Стратегията	128
VI. Източници на финансиране	133
6.1. Видове източници на финансиране по произход.....	133
VII. Мониторинг на дейностите по реализация на Стратегията	143
7.1. Постоянен мониторинг	144
7.1.1. Каталог с индикатори за постоянен мониторинг	152
7.1.2. Начини за събиране на информация.....	154
7.1.3. Организационна структура за наблюдение и оценка	156
VIII. Методология за актуализация на Стратегията	165



8.1. Фактори, налагащи създаването на методология за актуализация на Стратегията и стратегическите програми	165
8.2. Метод на съответствия в основни документи, влияещи върху осъществяването на Стратегията	167
8.3. Метод на съответствията между цели, приоритети, мерки и дейности за реализация на Стратегията	167
8.4. Метод на финансова актуализация.....	170
Таблица 1 Методика за избор на ключови заинтересовани страни.....	30
Таблица 2 Входящ туризъм по избрани региони, 1995-2013	75
Таблица 3 Брой места за настаняване в целевите области, 2011-2015 г., България....	83
Таблица 4 Реализирани нощувки по целеви области, 2008, 2012, 2016 г., България..	84
Таблица 5 Брой туристи, пристигнали в обекти за настаняване и брой нощувки по райони за планиране, 2015 и 2016, Румъния	89
Таблица 6 Брой румънски туристи, участващи в местни туристически дейности, по форми на туризъм, 2015 и 2016.....	91
Таблица 7 Реализирани нощувки в България в места за настаняване от чужди граждани	96
Таблица 8 Реализирани нощувки от чужди граждани в места за настаняване, Румъния, 2016 г.	97
Таблица 9 SWOT анализ на развитието на маршрут “Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“	104
Таблица 10 Бюджет на Стратегията.....	131
Графика 1 Структура на пътуванията в страни от Централна и Източна Европа	77
Графика 2 Туристически пристигания в обекти за настаняване в страни от Централна и Източна Европа.....	78
Графика 3 Динамика на броя нощувки в обекти за настаняване, ЦИЕ	79
Графика 4 Амплитуда на сезонност в страните от ЦИЕ.....	80
Графика 5 Разходи за туризъм в България, 2008-2016, хил. лева, НСИ	82
Графика 6 Брой туристи, пристигнали в обекти за настаняване, Румъния	87
Графика 7 Брой нощувки в обекти за настаняване по туристически зони, 2016, Румъния.....	88
Графика 8 Ръст на броя туристи, легла и нощувки по целеви райони за планиране, 2015/2005, България и Румъния	90



Използвани съкращения

БВП	Брутен вътрешен продукт
ЕК	Европейска комисия
ЕКЗАН	Европейска конвенция за защита на археологическото наследство
ЗКН	Закон за културното наследство
ЗТ	Закон за туризма
ЗГ	Закон за горите
ЗСПЗЗ	Закон за собствеността и ползването на земеделските земи
ЗОЗЗ	Закон за опазване на земеделските земи
ЗЗТ	Закон за защитените територии
ЗБР	Закон за биологичното разнообразие
ИКОМОС	Международен съвет за паметниците на културата и забележителните места
ИКТ	Информационни и комуникационни технологии
КИН	Културно-историческото наследство
КТИНЗ	Камара за търговия, индустрия, навигация и земеделие - Констанца, Румъния
НИРД	Научна и развойна дейност
НПО	Неправителствени организации
НСИ	Национален статистически институт
ОУТР	Организация за управление на туристически район
СЕ	Съвет на Европа
СЗРП	Северозападен район за планиране
ССПТ	Световен съвет по пътуванията и туризъм
СОТООН	Световна организация по туризъм към ООН
СЦРП	Северен централен район за планиране
ЦИЕ	Централна и Източна Европа
EASME	Европейска Изпълнителна агенция за малки и средни предприятия
ТСИ	Туристически климатичен индекс



I. Предпоставки за разработването на Стратегията

Културно-историческият туризъм е съвкупност от познавателни маршрутни пътувания и посещения на обекти, представляващи туристически интерпретирани културни ценности. Проучванията и интерпретацията на културните ценности, свързани с границите на Римската империя, наричани често и римски лимес, са с дължина над 5000 км и се простират на територията на десетки държави на три континента - Европа, Азия и Африка. Поради изключителното значение и влияние на римския лимес в историята на Стария свят, от 1987 година стартират усилията за декларирането му като паметник на световното културно наследство по Конвенцията на ЮНЕСКО. Първата институционализация на римски културно-исторически маршрут е направена през 2005 г., когато ЮНЕСКО включва *“Граници на световното наследство на Римската империя”*, чийто артефакти са разположени в Германия и Великобритания, в списъка от обекти на световното културно наследство.

Пет години по-късно, стартира европейски проект "Дунавски лимес - световно наследство на ЮНЕСКО", съфинансиран по Програма Централна Европа, който се съсредоточава върху опазването и развитието на римските паметниците по река Дунав.

2011 г. поставя началото на международния проект „LIMES -Разработване и изпълнение на мобилна информационна система за туристическа експлоатация и маркетинг на лимесите като Европейско културно наследство”, подкрепен и съфинансиран от ГД „Предприятия и промишленост“ на ЕК. Това е първият тематичен проект с фокус върху туризма. Неговата продължителност е 2 години и е насочен към насърчаване развитието на устойчивия туризъм във всички европейски държави, през които минават останките от границите на Римската империя (Римският лимес). Проектът има за цел, също така, да подкрепи мобилността в селските региони чрез създаването на иновативни мобилни услуги. В изпълнението му участват партньорски организации от 3 държави (Германия, Австрия и България (Община Русе)), както и представители от 7 европейски държави (Англия, Холандия, Словакия, Унгария, Хърватска, Сърбия и Румъния) в Съветническия борд към управлението на проекта.

През 2012 г., с финансовата подкрепа на Програма Югоизточна Европа 2007-2013 стартира проект “Бранд Дунавски Лимес - Разширяване на обекта на световното



наследство "Граници на Римската империя" в Дунавските страни"¹. Изпълнението на проекта се осъществява с участието на девет организации (университети, изследователски институти и др.) от осем европейски страни - Австрия, Италия, Словакия, Унгария, Хърватия, Сърбия, България и Румъния. Негова водеща цел е да подпомогне участващите страни да подготвят документите и процедурите, с които всяка страна да представи своя участък от лимеса за включване в индикативния списък по Конвенцията на ЮНЕСКО за световното културно и природно наследство. От страна на България са идентифицирани 29 обекти, които да формират бъдещия сериен обект "Граници на Римската империя - Дунавски лимес в България". Обектите са включени в индикативния списък на ЮНЕСКО². От страна на Румъния няма обекти, включени в списъка.

През същата година стартира и друг европейски проект - LIMES TOURISM CONNECTION³, отново подкрепен със средства от ЕС. Неговата цел е да превърне границите на Римската империя, които се простират от западна Великобритания, през Холандия и Германия до Черно море, в транснационален европейски продукт за устойчив туризъм.

Усилията за превръщането на споделеното римско културно наследство в туристически продукт продължават и през 2016 година, когато стартира Проект „Разработване и промоциране на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ (Проект). Така, той се явява обосновано и рационално продължение на усилията на заинтересовани страни да изследват в по-големи мащаби Дунавския лимес, така че трансграничният регион да се развие в атрактивна културно-историческа дестинация. Внимателната обмисленост на това начинание довежда до необходимостта от разработване и приемане на *Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“* (Стратегия), чиято основна функция е да превърне маршрутът в утвърдена и търсена туристическа дестинация. Разработването на Стратегията е необходимо условие за реализацията на

¹ <http://danubelimesbrand.org/bg/>

² <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/6126/>

³ <http://www.romanfrontier.eu/en>



потенциала на трансграничния регион Румъния-България за устойчивото развитие на културно-историческия туризъм.

По Проекта се извърши “Предварително проучване на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“. Дефиницията на културен маршрут, която проучването приема за водеща, остава такава и в настоящата Стратегия, а именно:

Културният маршрут е физически, ясно дефиниран участък в пространството, определен от набор от материални и нематериални културни и исторически елементи, свързани с определена тема, концепция или дефиниция, както и чрез идентификация на обекти от съществуващото културно-историческо наследство в рамките на дадена разпръсната, линейна или регионална структура, при което се създава маркирано и непрекъснато тълкуване на един цялостен обект в рамките на единния контекст на маршрута.

Проучването е първото по рода си, което идентифицира и изследва общо 181 археологически обекти от римското наследство на целевата територия. В резултат от прилагането на комплексна методология, включваща и критерии за културен маршрут на ЮНЕСКО и Съвета на Европа (СЕ), се обособи окончателният облик на маршрут “Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“. Той се състои от 18 основни и 44 второстепенни археологически обекти, както и от 8 обекти на нематериалното културно наследство и 20 тематични музеи, общо 90 обекти (вж. Приложение 1 Списък на обектите от маршрута). Основните археологически обекти са с висока културно-историческа стойност и с достатъчна инфраструктурна туристическа обезпеченост, което позволява да бъдат предложени като продукт, възможен за ползване към настоящия момент (между основните обекти могат да се обособят локални под-маршрути на маршрута). Включвайки второстепенни археологически обекти, маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ предлага и една по-дългосрочна визия за участие на елементи, които имат потенциала да бъдат развити в съвременните схващания за опазване на културното наследство и туристическата индустрия. Включването на неразработени туристически дестинации превръща маршрутът в динамична система, която обединява историческите взаимоотношения и културните характеристики, асоциирани с тяхната екзистенция. Също така,



участието на второстепенни елементи в маршрута напълно отговаря на новата европейска политика за устойчиво и отговорно развитие на туризма, която насърчава неговото развитие в по-малко известни райони. Присъединяването на обекти от нематериалното културно наследство (напр. фестивалите „НИКЕ играта и победата“ и “Томис”) към маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ подсилва още повече неговия интегритет в посока преживяване на античната история, паралелно с възможността същата да бъде и “наблюдавана”, чрез археологическите обекти. Музеите, включени в обхвата на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са културни туристически институти, които се грижат за издирването, проучването, съхраняването, опазването, правилното експониране и популяризирането на различни по характер културни ценности. Движимото културно наследство от римския период е представено в сбирките на историческите и археологически музеи и експозициите в по-малките населени места до археологическите обекти. Големи колекции от римското културно наследство има и в регионалните музеи, които са и основните двигатели за изявяването на нематериалното културно наследство. В тази връзка, музеите изпълняват ключова роля в превръщането на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ в туристически продукт, тъй като, често, за даден регион, наличният исторически музей се определя като основен фактор и ресурс за културно-историческия туризъм.

Така, вариантът за окончателен маршрут е в най-голяма степен подчинен на насоките на ЮНЕСКО за изява и опазване на автентичността и цялостта на културния маршрут в своите многоизмерни характеристики, тъй като с включването на по-голям набор от обекти (основни, второстепенни, нематериално и движимо културно наследство), изконно принадлежащи към темата на маршрута и съхранили своята оригинална структура, маршрутът повишава своята интегралност като система. Следователно, „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ може да се характеризира като маршрут в динамика, чието развитие е планирано да се осъществи в партньорство с всички заинтересовани страни. Това е единственият културно-исторически маршрут от всички изследвани (сертифицирани и в процес на сертификация от ЮНЕСКО и ЕС маршрути), чието превръщане в завършен туристически продукт се планира да бъде реализирано в ход, едновременно с функционирането на обекти от него като развити културно-исторически дестинации. Тази отличителна характеристика на маршрут „Римска



граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ го прави различен и иновативен сред сертифицираните такива. Богатството от разнообразни обекти, съставляващи маршрута, създава друга иновативна негова характеристика - позволява да се обособят локални под-маршрути, които да дадат допълнителен тласък в развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“. Не на последно място в очертаването на иновативния облик на маршрута са и намеренията за извършване на социализация на второстепенните обекти чрез методите на неинвазивната археология и дигиталната реконструкция на обекти. Ако реализацията на Стратегията се осъществи със съвременни технологични решения, то целевият маршрут ще се превърне в първия по рода си на територията на трансграничния регион България-Румъния.

Дунавският лимес в Румъния е с дължина 1075 км и включва укрепителни системи зидани или почва (земни стени), крепости, градове, населени места, структурни елементи на мостове и пристанища. Българският дунавски лимес е с дължина от 471 км, с най-западна точка устието на река Тимок и най-източна - при град Силистра. Така, географският обхват на маршрута включва следните планови и териториално-административни единици:

(1) 3 румънски райони за планиране - Sud-Est, Sud-Muntenia, Sud-Vest Oltenia, и 2 български райони за планиране - Северозападен район за планиране и Северен Централен район за планиране;

(2) 7 румънски окръзи - Mehedinti, Dolj, Olt, Teleorman, Constanta, Calarasi и Giurgiu, и 7 български области - Видин, Монтана, Враца, Плевен, Велико Търново, Русе, Силистра,

(3) 21 български общини - Видин, Кула, Ново село, Козлодуй, Оряхово, Лом, Никопол, Гулянци, Белене, Силистра, Ситово, Свищов, Русе, Борово, Ценово, Иваново, Сливо поле, Белоградчик, Долна Митрополия, Плевен, Велико Търново

1.1. Стратегическа рамка

Стратегическата рамка е ключов елемент от цялостната Стратегия. В рамката се представят целите, мястото и ролята на разработваната Стратегия в цялостната система от документи за стратегическо планиране в областта на културно-историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България. Направен е преглед на важни стратегически и програмни документи от различни нива на управление, регламентиращи съхранението и защитата на културно-историческото



наследство, както и развитието на туризма, за да се аргументират основните подходи и принципи при изготвянето на Стратегията, и да се обоснове логиката на нейното структуриране.

1.1.1 Преглед на общата рамка за управление на туризма и стратегическо планиране в областта на културно-историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България и Европейския съюз

Нормативната рамка за регламентиране на параметри и аспекти на културно-историческото наследство, неговата защита, съхранение, развитие и превръщане в туристически продукт, е всеобхватна. Включва десетки Конвенции на ЮНЕСКО, директиви, резолюции, съобщения на ЕС. Посланията на всички регламенти са в посока повишаване на конкурентоспособността на туристическия сектор в Европа, развиване на иновациите в туризма, с цел подобряване качеството на предлагането във всичките му измерения, повишаване на професионалните квалификации, преодоляване на сезонността на търсенето, диверсификация на туристическия продукт и услуги. В основата на диверсификацията на туристическите услуги се насърчава развитието на тематични туристически услуги, включително и чрез "транснационалните полезни взаимодействия". Развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ е съобразено с резюмираните по-долу международни и европейски норми в областта на културно - историческото наследство и туризма. Накратко са представени, дискутираните в предварителното проучване, конвенции и директиви на ЕС, за да не се наруши концептуалността на разглежданата правна рамка. Тук са описани и други релевантни международни нормативни документи, които надграждат, направения в предварителното проучване, преглед на правната рамка за защита и развитие на културно-историческото наследство.

❖ Конвенция за опазване на световното културно и природно наследство, приета от ЮНЕСКО на 16 ноември 1972 г.

Конвенцията цели създаването на система за международно сътрудничество и съдействие на държавите - страни по нея, по отношение на усилията, които те полагат за опазване и идентификация, като проявна форма на международната защита на културното и на природното наследство. Нормативният обхват на Конвенцията засяга защитата, опазването, популяризацията или възстановяването на обектите, представляващи културно или природно наследство, в това число, определянето и разграничаването на различните видове обекти, идентификацията, съхранението и популяризацията им, като използват както наличните си ресурси, така и международна помощ и сътрудничество, които могат да бъдат оказани на



държавите-страни по Конвенцията във финансово, художествено, научно и техническо отношение.

- ❖ **Конвенция относно мерките за забрана и предотвратяване на незаконен внос, износ и прехвърляне на правото на собственост на културни ценности приета от ЮНЕСКО на 17 ноември 1970 г.**

Конвенцията цели създаването на ефективна система за опазване на културните ценности, чрез създаване на правила, както на национално равнище, така и чрез за международно сътрудничество и съдействие на държавите - страни по нея, по отношение на усилията, които те полагат за противодействие на незаконният внос, износ и прехвърляне на правата на собственост на културни ценности.

- ❖ **Европейска културна конвенция от 19 декември 1954 г.**

Конвенцията цели постигането на по-голямо единство между членовете на Съвета на Европа за съхраняване и осъществяване на идеалите и принципите, които са тяхно общо наследство, чрез развитието на взаимното разбирателство между европейските народи, като се поощрява изучаването на езиците, историята и цивилизацията на другите страни, както и общата европейска цивилизация, и чрез провеждането на политика на съвместни действия за опазване на европейската култура и насърчаване на развитието ѝ.

- ❖ **Европейска конвенция за защита на археологическото наследство от 16 януари 1992 г.**

Конвенцията цели създаването на подходящи процедури за административен и научен контрол за опазване на археологическото наследство като източник за европейската колективна памет и като средство за исторически и научни изследвания, доколкото, то е сериозно застрашено от влошаване на състоянието поради растящия брой мащабни устройствени планове, природни рискове, тайни или ненаучни разкопки и недостатъчно познаване на темата от широката общественост. Конвенцията дефинира понятието за археологическо наследство, регламентира мерките, които страните по нея следва да предприемат за неговото определяне и опазване, консервиране, събиране и разпространяване на научна информация, популяризиране, предотвратяване на незаконното движение на елементи от археологическото наследство и финансирането на дейностите за изпълнение на тези изисквания. Съгласно конвенцията, всяка от страните участнички се ангажира да изгради правна система за опазването на археологическото наследство, която предвижда поддържане на негови регистри и определяне на защитените паметници и райони, създаване на археологически



резервати, дори когато няма видими останки на повърхността или под водата, опазване на материалните доказателства, които да бъдат изследвани от следващите поколения, задължително докладване пред компетентните органи от откривателя на случайните находки, представляващи елементи на археологическото наследство, и тяхното представяне за изследване.

❖ **Конвенция за защита на архитектурното наследство на Европа от 3 октомври 1985 г.**

Конвенцията цели създаването на подходящи процедури за административен и научен контрол за опазване на архитектурното наследство като израз на богатството и разнообразието на културното наследство на Европа. Дефинира понятието за архитектурно наследство, регламентира се необходимостта от създаване на цялостна, координирана обща политика и мерки, които страните по конвенцията следва да предприемат за неговото определяне, опазване и реставрация, събиране и разпространяване на научна информация, популяризиране, насърчаване на дейността на асоциации с идеална цел и меценатство в областта на опазването на архитектурното наследство, предотвратяване на разрушаване или унищожаването му и финансирането на дейностите за изпълнение на тези изисквания.

❖ **Европейска конвенция за ландшафта от 20.10.2000 г.**

Конвенцията се фокусира върху устойчивото развитие, основано на балансиран и хармонични отношения между социални нужди, икономическа дейност и околна среда. В основата на конвенцията стои разбирането, че ландшафтът играе важна роля в областта на културата, екологията, околната среда и социалната сфера, и представлява благоприятен ресурс за икономическа дейност, чиято защита, управление и планиране могат да допринесат за създаването на трудова заетост. Конвенцията припознава ландшафтът като фактор, благоприятстващ създаването на местни култури и като основен компонент от европейското природно и културно наследство, допринасящ за благосъстояние на хората и укрепване на европейската идентичност.

❖ **Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res (2007) 12 относно "Културните маршрути на Съвета на Европа"**

Програмата за културни маршрути на Съвета на Европа е официално иницирана през 80-те години на 20ти век, с откриването на маршрут, обединяващ пътищата, използвани от голяма част от пилигримите във всички части на Европа. Програмата цели да представя, подпомага и превръща в ежедневна практика общата културна идентичност на европейските граждани; да защитава и подчертава значението на



културното наследство като фактор за подобряване условията на живот в ролята му на източник на социално, икономическо и културно развитие; да предоставя на гражданите нови възможности за разнообразяване на свободното време чрез гарантиране на специален статут на културния туризъм и свързаните с него практики. Резолюцията относно "Културните маршрути на Съвета на Европа" препотвърждава целите на програмата: да популяризира европейската идентичност, единство и разнообразие; да запази разнообразието на европейските култури; да насърчи межкултурния диалог и да улесни предотвратяването на конфликти и помиряването в Европа. Резолюцията приема, че за да се запазят общите европейски идентичност и ценности, е необходимо разбиране на европейската история въз основа на нейните физическо, нематериално и природно наследство, за да се покажат връзките, които обединяват различните култури и региони. Така, резолюция (2007)12 създава формалната операционна рамка на програмата за културни маршрути на Съвета на Европа. Тази рамка регулира процедурата за получаване на сертификат "културен маршрут на Съвета на Европа". За да стане част от програмата всеки маршрут следва да е организиран около определена тема и да отговаря на серия от критерии, измежду които:

- темата трябва да е представителна за европейските ценности и да е обща за няколко държави в Европа (променена на "поне три държави в Европа", с резолюция (2013)67);
- темата трябва да бъде изследвана и развивана от групи от мултидисциплинарни експерти от различни региони на Европа, за да се осигури консенсус при реализирането на дейностите и проектите, които са част от културния маршрут;
- темата трябва да позволява развитието на инициативи, добри практики и иновативни проекти в сферата на културния туризъм и устойчивото културно развитие;
- темата трябва да позволява развитието на туристически продукти в партньорство с туристически агенции и тур-оператори, насочени към друг тип публика, включително училищни групи

За оптимално постигане на целите на програмата темите трябва да поставят началото на няколко дългосрочни, мултидисциплинарни проекти на сътрудничество, и трябва да са в рамките на една от пет приоритетни области на действие, зададени от Съвета на Европа.

(1) Сътрудничество в областта на проучванията и развойната дейност;



- (2) Засилване на общата европейска памет, история и културно наследство;
- (3) Културен и образователен обмен за младите европейци;
- (4) Съвременни културни и творчески практики;
- (5) Културен туризъм и устойчиво културно развитие.

❖ **Резолюция на Комитета на министрите на Съвета на Европа CM/Res(2013)66 относно разширено частично споразумение на Съвета на Европа относно културните маршрути от 18 Декември 2013 г.**

За да изпълни целите на CM/Res(2007)12 относно "Културните маршрути на Съвета на Европа" (променени, както беше посочено по-горе, с резолюция (2013)67), Комитетът на министрите на Съвета на Европа приема резолюция (2013)66, с която потвърждава сключването на разширено частично споразумение на СЕ относно културните маршрути, както и продължаването на работата на Европейския институт за културни маршрути, основан през 1997г. в резултат от подписването на Политическо споразумение между Съвета на Европа и Великото Херцогство Люксембург (представявано от Министерство на културата, висшето образование и науката). Целта на разширено частично споразумение на Съвета на Европа относно културните маршрути е да допринесе за популяризация на европейската идентичност и гражданство през знание и разбиране на общото европейско наследство, както и създаването на културни връзки и диалог в рамките на Европа, но и с други страни и региони. Към разширеното частично споразумение на Съвета на Европа относно културните маршрути се създава Съвещателен съвет, който представлява форум за включване на оператори на културните маршрути, създадени мрежи, организации в сферата на опазване на наследството и туризма, местни и регионални власти, НПО, търговски камари, фондации и донорски организации, професионални организации в сферата на туризма, опазване на наследството и културата. Съветът се свиква веднъж годишно и предоставя платформа за обсъждане на тенденциите и предизвикателствата в сферата на културните маршрути, както и пространство за обмяна на опит, обсъждане на напредъка при осъществяването на културни маршрути, започването на нови инициативи и партньорства.

❖ **Съобщение на ЕК COM(2010)352 Европа – водеща световна туристическа дестинация – нова политическа рамка за европейския туризъм**



С това съобщение комисията припознава нововъведенията направени с договора от Лисабон, разширяващи компетенциите на ЕС в сферата на туризма, по отношение на подпомагането, координирането и допълването на действията на държавите-членки, като изразява своето намерение да насърчи координиран подход към инициативите, свързани с туризма, и да определи нова рамка за действие с цел засилване на конкурентоспособността му и способността му да се развива по устойчив начин. В основата на това съобщение стои разбирането, че като една от водещите туристически дестинации в света, но при все по-динамична световна конкуренция, Европа трябва да предложи устойчиви и качествени туристически услуги, като се опре върху сравнителните си предимства, по-специално разнообразието на своите природни забележителности и изключително богатото си културно наследство. Съобщението отбелязва потенциала на туризма да допринесе за развитието на водещи инициативи от програмата "Европа 2020": „Съюз за иновации“, „Програма в областта на цифровите технологии за Европа“ и „Програма за нови умения и работни места“. Решението стимулира развиване на иновациите в туризма, за да се подобри качеството на предлагането във всичките му измерения, да се подобрят професионалните квалификации, да се преодолее сезонността на търсенето, да се диверсифицира предлагането на туристически услуги и не на последно място - да се подобри качеството на статистическите данни и анализите, свързани с туризма. В основата на диверсификацията на туристическите услуги е заложено поощряването на тематични туристически услуги на европейско равнище, включително и чрез "транснационалните полезни взаимодействия".

❖ **Директива 2014/60/ЕС на Европейския парламент и на Съвета от 15 май 2014 г. за връщане на паметници на културата, които са незаконно изнесени от територията на държава членка**

Директивата цели установяването на правна рамка от преработени и актуализирани ясни правила, приложими за връщането на паметници на културата, класифицирани или определени като национални богатства, изнесени незаконно от територията на държавите членки.

❖ **Регламент № 116/2009 на Съвета от 18 декември 2008 година относно износа на паметници на културата**

Регламентът цели създаването на ясна правна рамка за единен контрол на износа на паметници на културата по външните граници на Общността. По-специално, съгласно регламента, износьт на паметници на културата се извършва след



представянето на лицензия за износ, издадена от компетентната държава членка и валидна за цялата общност, попадащи в обхвата му. Издаването на лицензия става по молба на съответното лице от компетентните органи на държавата членка, на чиято територия паметниците на културата се намират правомерно. Лицензията за износ се представя, приложена към декларацията за износ, при извършване на митническите формалности по износа.

❖ **Оперативни насоки за прилагане на Конвенцията за Световно наследство, ЮНЕСКО, 2012 г.**

Оперативните насоки (нар. още Ръководни насоки) за прилагане на Конвенцията за опазване на световното културно и природно наследство дават определение за термина „изключителна световна ценност“ и дефинират критерии за оценка на „изключителната световна ценност“. Терминът „изключителна световна ценност“ обозначава обект (природен или дело на човека) с изключително културно значение, което надхвърля националните граници. Комитетът за световно наследство определя критериите за включване на отделни обекти в Списъка на световното културно и природно наследство. При включване на даден обект в Списъка на световното културно и природно наследство Комитетът приема декларация за неговата изключителна световна ценност, която представлява основна мотивировка и препоръка за бъдещото ефективно опазване и управление на този обект.

❖ **Международна харта за културния туризъм (ИКОМОС 1999 г.)**

Хартата подкрепя по-широките инициативи на ИКОМОС, други международни органи и туристическата индустрия за запазването целостта на управлението и консервирането на наследството. Тя насърчава въвличането на всички, които имат съответните интереси да се включат в работата по постигането на тези цели.

Хартата е изградена на следните принципи:

(1) Тъй като вътрешният и международният туризъм са между най-важните средства за културен обмен, опазването на наследството трябва да осигури отговорни и добре управлявани възможности за членовете на общността домакин и посетителите да опитат/преживеят и разберат наследството и културата на общността „от първа ръка“.



(2) Взаимоотношението между местата на наследството и туризма е динамично и може да включва противоположни ценности. То трябва да се управлява по устойчив начин в името на сегашните и бъдещите поколения.

(3) Дейностите по консервиране на наследството и по туристическото планиране за местата на наследство трябва да гарантират, че преживяването на посетителя ще бъде приятно и незабравимо и ще си струва.

(4) Общностите домакини и местните народи трябва да вземат участие в планирането на дейностите за консервиране на наследството и на туризма.

(5) Дейностите на туризма и на консервирането на наследството трябва да носят ползи на общността домакин.

(6) Програмите за насърчаване на туризма трябва да опазват и увеличават характерните черти на природното и културното наследство.

Посочените международни норми са приложими и за двете държави от трансграничния регион Румъния и България, като при разработване и реализиране на интегрирания туристически продукт за културно наследство - маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния- България“ следва да се съобрази и спецификата на националната нормативна уредба на съответната държава.

Към настоящия момент в Румъния действа система за категоризация на културно-историческото наследство, която е въведена със Закон № 422/2001 г. за защита на историческите паметници (ПУМ) и делегираните от него подзаконовни нормативни актове /наредби. Съгласно Закон № 422/2001 г. за защита на исторически паметници, исторически забележителности са паметници, ансамбли и исторически обекти, като всеки един от тези категории са определени от закона (Legea nr. 422/2001 Privind protejarea monumentelor istorice), които са класифицирани в две групи: група А (исторически паметници с национално и световно значение) и група Б (паметници на местното културно наследство).

Паметници могат да бъдат разделени в типологически категории, като тези, посочени в Закона № 5/2000 г. за одобряване на национално планиране - раздел III - За защитените територии (Legea nr. 5/2000 Planului de amenajare a teritoriului național) , която е много близо до типа категории, определени от Закон №. 422/2001 г., но въвеждат по прагматичен подход в тази област.



Основни актове на Българското законодателство, относими в контекста на подготовката и осъществяването на интегрирания туристически продукт за културно наследство - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, са: Закон за културното наследство (ЗКН), Закон за туризма (ЗТ), Закон за горите (ЗГ), Закон за собствеността и ползването на земеделските земи (ЗСПЗЗ), Закон за опазване на земеделските земи (ЗОЗЗ), Закон за защитените територии (ЗЗТ), Закон за биологичното разнообразие (ЗБР), както и Наредба № Н-1 от 14.02.2011 г. на Министъра на културата за извършване на теренни археологически проучвания, Наредба от 25.02.2011 г. на Министъра на културата за обхвата, структурата, съдържанието и методологията за изработване на плановете за опазване и управление на единичните или груповите недвижими културни ценности, Наредба № Н-4 от 8.10.2013 г. на Министъра на културата за условията и реда за представяне на културните ценности и Наредба № Н-5 от 8.06.2010 г. на Министъра на културата за условията и реда за възпроизвеждане на културни ценности в копия, реплики и предмети с търговско предназначение. За целите на настоящия нормативен преглед са проучени предметът и обхватът на законите и подзаконовите нормативни актове, принципите, целите, правилата и процедурите, които установяват във връзка с урежданите от тях обществени отношения. Това включва постановките, свързани с опазването и закрилата на културното наследство, управлението, регулирането и контрола върху туристическите дейности, услуги и обекти, туристическото райониране на страната, промяната в предназначението на земеделски и горски земи, опазването и съхраняването на защитените територии, опазването и устойчивото ползване на биологичното разнообразие. Проучени са компетентните държавни и общински органи, провеждащи съответната държавната политика в контекста на описаните проучени разпоредби, както и транспонираните със съответните закони, актове от европейското законодателство, вкл. и основните понятия, използвани в актовете.

„Културен маршрут“ съгласно чл.47, т. 9 от ЗКН, е съвкупност от историческо трасе на традиционен път с включените към него обекти на недвижимото културно наследство и ландшафти. Културен ландшафт е съвкупността от пространствено обособени устойчиви културни напластявания, резултат от взаимодействие на човека и природната среда, характеризиращи културната идентичност на дадена територия. Недвижимото културно наследство е съвкупност от културни ценности, трайно прикрепени към земята, включително под водата, заедно с прилежащата им среда, които са носители на историческа памет, национална идентичност и имат научна или културна стойност. Част от недвижимото културно наследство са и



недвижимите археологически културни ценности или археологически обекти по смисъла на чл. 146, ал.1, в който, в съответствие с Европейската конвенция за защита на археологическото наследство (ЕКЗАН), е дефинирано понятието за археологически обекти - всички движими и недвижими материални следи от човешка дейност от минали епохи, намиращи се или открити в земните пластове, на тяхната повърхност, на сушата и под вода, за които основни източници на информация са теренните проучвания.

Важна за определянето на методиката и критериите за оценка на недвижимите културни ценности е и Наредба № Н-12 ОТ 21 ноември 2012 г. за реда за идентифициране, деклариране, предоставяне на статут и за определяне на категорията на недвижимите културни ценности, за достъпа и подлежащите на вписване обстоятелства в националния регистър на недвижимите културни ценности, в сила от 11.12.2012г., издадена от Министерство на културата, обнародвана в ДВ. бр. 98 от 11.12.2012г., с която се регламентира и издаването на предварителна оценка за деклариране на обекти на недвижимото културно наследство и на заключителна оценка за предоставяне на статут на „национална културна ценност“ (НКЦ), както и определянето на категорията на „НКЦ“, което по същество е определяне на културно-историческата значимост на обектите. Според наредбата се установяват и оценяват връзката с пътната мрежа, собствеността и основната видова принадлежност, актуалното състояние и функция (техническото състояние и степен на застрашеност), характеристиките на средата в която е разположен обекта, изградената инфраструктура, бъдещите намерения и научната оценка. Основните критерии, изведени във фиша за заключителна оценка са автентичност и степен на съхраненост, научна стойност, художествена стойност, значение на обекта за средата, утилитарна стойност и обществена значимост.

Все още в българското законодателство, касаещо културните ценности (ЗКН) не е достатъчно добре разгърната темата за културните маршрути, която е все по-актуална и дискусийна за международните организации в сферата на културното наследство и туризма. Представите за културното наследство непрекъснато еволюират като постепенно се развива много по-цялостна визия за наследството, разглеждано в материален и нематериален аспект, касаещо стойности, вярвания, умения и традиции, като ресурс за устойчиво развитие и качество на живот, като средство за интеркултурен диалог, стимул за обмен и контакти.

Извършеният, дотук, преглед на нормативната рамка на опазването на културно-историческото наследство (КИН) в Европа, България и Румъния извежда и някои



важни постановки във връзка с отговорностите на публичните власти за поддържане и развитие на КИН. Тези акценти са ключови при дефиниране на стратегическата рамка на стратегията и програмата за нейното изпълнение, тъй като не само я обосновават, но и стават отправна точка за формулиране на мерки за действие. Някои от отговорностите на публичните власти, в повечето случаи местни, включват:

- разширяване на числото на адаптираните и експонирани обекти на недвижимото културно наследство;
- съчетаване на културния туризъм с други видове туризъм;
- извършване на рехабилитация, възстановяване и модернизация на туристическата инфраструктурата;
- предлагане на качество и комфорт при туристическите пътувания;
- подобряване на условията за опазване, съхранение, адаптиране и експониране на културното наследство, като предпоставка за по-нататъшното развитие на културния туризъм.

1.1.2 Преглед на приложимото национално и европейско законодателство на туризма

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

(1) Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030;



Стратегията има за задача да повиши конкурентоспособността на България като туристическа дестинация и да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия. Подготвя набор от дългосрочни мерки в областта на планирането, инвестициите, вътрешния туризъм, проучванията, предоставянето на услуги, подобряването на инфраструктурата и транспорта, професионалната подготовка и квалификация на заетия в туризма персонал, диверсификацията на туристическия продукт, възстановяване и поддръжка на съществуващи туристически зони и подобряване облика на дестинацията като цяло. Стратегията предвижда в периода 20011-2030 година туризмът да се превърне в структуроопределящ отрасъл на българската икономика, и настоящата Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ представлява подкрепяща стъпка в това начинание.

(2) Концепция за туристическо райониране на България;

Концепцията е пряко свързана с изпълнението на Закона за туризма от 26.03.2013 г. Според Чл. 15. (1) на този закон, обособяването на туристически райони в страната се прави с цел формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама. Необходимостта от туристическо райониране на България се признава от почти всички заинтересовани в туристическия сектор. Тя се мотивира от всеобщото желание за развитие на конкурентноспособен туризъм, провеждане на регионализирана туристическа политика, съобразена с териториалните особености и спецификата на различните части от страната и осъществяване на ефективен регионален маркетинг, който да направи туристическите райони разпознаваеми за потенциалните туристи и успешно да ги „продава“ - както на вътрешния, така и на международния пазар. В контекста на туристическата регионализация е разработена и настоящата Стратегия, обхващаща конкретен географски район от страната, който съвпада с обособения в Концепцията туристически район “Дунав”. Документът обособява 9 туристически райони, като всеки е с определена туристическа насоченост, разделена на основна и разширена специализация. За район Дунав картината е следната:

Район Дунав	Основна специализация	Разширена специализация
		Културен и круизен туризъм



		4. Градски развлекателен и шопинг туризъм
		5. Винен и кулинарен туризъм
		6. Религиозен и поклоннически туризъм

Стратегическият замисъл на целевия маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ изцяло съответства на концептуалните насоки за развитие на туризма, представени в дискутирания документ. Район Дунав е териториално най-голямата туристическа дестинация в страната, но данните за оценка на неговото актуалното състояние, по отношение на туристически показатели, я представят като най-малко предпочитана туристическа дестинация, заедно с райони Тракия и Долината на розите. Това означава, че тези райони притежават неразгърнат туристически потенциал, който се нуждае от сериозни инвестиции, атрактивен маркетинг и ефективно управление.

(3) Националната програма за развитие: България 2020;

България 2020 е разработен като дългосрочен национален програмен документ за развитието на страната, чиято цел е да бъде базата за програмирането на стратегически документи във връзка с изпълнението както на националните политики, така и на политиките на ЕС. Визията, която програмата формулира е през 2020 година България да стане държава с конкурентоспособна икономика, осигуряваща условия за пълноценна социална, творческа и професионална реализация на личността чрез интелигентен, устойчив, приобщаващ и териториално балансиран икономически растеж. Всички мерки, заложи в настоящата Стратегия спомагат за постигане на заложените цели в България 2020.

(4) Romania National Tourism Master Plan 2007 - 2026;

През 2006 г. Румъния приема Генерален план за развитие на туризма в Румъния (2007 - 2026), който има за цел да идентифицира слабостите в румънската туристическа индустрия и да предостави стратегически насоки за това как тя може да бъде реструктурирана, обезпечена и регенерирана, за да се конкурира ефективно на световния пазар. Представлява обща политика, която включва различни планове и стратегии, за да се оптимизира присъединяването на туризма в общата икономическа рамка на страната. Дългият период, обаче, който планът обхваща, намалява неговата актуалност и така редица новосформирани дестинации остават извън обхвата на документа и губят стратегическа легитимност.



Документът залага очаквания за увеличение на чуждестранните инвестиции, изравняване на румънската икономика с тази на страните от ЕС, подобряване на стандарта на живот, засилване на инвестициите във всички сфери на туризма, стимулиране на опазването на културното наследство, както и на природата и физическите ресурси на Румъния. По отношение на туризма, в плана е акцентирано, че “централните региони на Румъния и черноморското крайбрежие са най-важните от гледна точка на културното наследство”⁴ (стр. 18). Планът, подобно на българската Концепция за туристическо райониране, очертава 6 райони с потенциал за туристическо развитие, както следва:

1. **Букурещ** - културен туризъм, конферентен туризъм и забавления;
2. **Трансилвания** - културен, природен, екотуризм, здравен, ски и приключенски туризъм;
3. **Черноморско крайбрежие** - морска рекреация, културен и здравен туризъм, морски круизи;
4. **Буковина** - културен туризъм, екотуризм, природно-познавателен, уелнес, ски и приключенски туризъм;
5. **Марамуреш** - културен, природен, екотуризм, ски и приключенски туризъм;
6. **Дунавската делта** - природен, екотуризм, речни круизи и забавления;

Протежението на р. Дунав не е припознато като туристически район. Това води до заключението, че на този етап държавата не припознава туристическия потенциал на Дунавския район за развитие на културно-исторически туризъм. А това би затруднило опитите на местните власти за привличане на външен финансов ресурс за превръщане на обекти с културно-историческа стойност в туристически продукти. Доколкото става ясно от наличната информация, посочените туристически ареали са очертани главно за целите на териториалното и инвестиционното планиране на туризма в Румъния, а не толкова за целите на регионалния маркетинг. Същевременно, липсва информация доколко тези образувания намират реално приложение в туристическата политика на Румъния. За това може да се съди индиректно от доклада на Световната банка за дейността на Министерството на регионалното развитие и туризма (2011), където се казва, че самата стратегия не се прилага и никое от подразделенията на Генерална дирекция „Туризм“ в министерството не е натоварена с отговорности по нейното изпълнение. Макар че развитието на туризма присъства в редица планове и

⁴ Romania National Tourism Master Plan 2007-2026



стратегически документи на Румъния, отсъства цялостна държавна политика за неговото развитие. Понастоящем, страната няма и официално приети райони за целите на регионалния туристически маркетинг. В този смисъл, Стратегията запълва празноти в системата от стратегически документи на Румъния за развитие на туризма, като предлага развитието на културно-исторически актив (маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“) на базата на широка обществена консултация със заинтересовани страни, заявили категорично необходимостта от превръщането на маршрута в регионален (поречието на р. Дунав и трансграничен район Румъния-България) фактор за социално-икономическо развитие.

(5) National Strategy for Ecotourism Development (2010 - 2020), Румъния;

Стратегията се базира на ключови принципи за развитие на екотуризма, стъпвайки върху два международни модела: (1) Програма за акредитация на природата и екотуризма, разработена от Асоциацията за екотуризъм на Австралия и (2) Best's Nature, системата за акредитация, насърчавана от Асоциацията за екотуризъм от Швеция. Със Стратегията за развитие на екотуризма, Румъния стана първата страна в Европа, която разработи система за оценка на еко-дестинациите. Тя се основава на Европейския стандарт за етикетиране на екотуризма, признат от Глобалния съвет за устойчив туризъм. Подобен принцип на сертифициране предлага и настоящата Стратегия.

(6) National Sustainable Development National Strategy and Action Plan for Strategy (2013 - 2030), Румъния;

Стратегията предвижда подобрения в редица области, които предопределят качеството на живот, вкл. инфраструктурни разширения и модернизации на дунавски пристанища, от която мярка до голяма степен зависи успеваемостта на целите на настоящата Стратегия.

(7) Стратегия на ЕС за Дунавския регион;

Стратегията е разработена по инициатива на държавите по поречието на река Дунав като изпълнението ѝ зависи изцяло от тях самите. Стратегията обхваща 9 държави-членки на ЕС (Германия, Австрия, Унгария, Чехия, Словакия, Словения, Хърватска, България и Румъния) и 5 държави, които са извън ЕС (Сърбия, Босна и Херцеговина, Черна гора, Украйна и Молдова). Основните проблеми са организирани в 4 стълба: (1) Свързаност, (2) Околна среда, (3) Изграждане на просперитет, (4) Укрепване, които съдържат 11 приоритетни области, приети с план за действие. Екип от 2



страни са координатори за дадена приоритетна област. България и Румъния координират изпълнението на приоритетна област 3 “Туризм”, като същевременно България е координатор с Германия на приоритетна област 11 „Сигурност борба с организираната престъпност”. Съвместното изпълнение на България и Румъния на област “Туризм” доказва целесъобразността и релевантността на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт, свързан с римското наследство, маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

(8) Обща стратегия за устойчиво териториално развитие на трансграничния регион Румъния-България (SPATIAL);

Стратегията е предназначена да съгласува националните насоки и политиките на двете участващи държави за териториално развитие и да идентифицира одобрените от двете страни технически инструменти (области на интерес, етапи на осъществяване, показатели за анализ, подробности на разпоредбите за развитие/сътрудничество). В този смисъл, Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт, свързан с римското наследство, маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ е естествено продължение на Стратегията SPATIAL, с фокус върху туризма, културно историческото наследство и интегрираното устройствено развитие.

(9) 5 регионални планове за развитие на региони Sud-Vest-, Sud-Multenia, Sud-Est (Румъния), СЗРП и СЦРП (България);

(10) 7 окръжни стратегии за развитие на Dolj, Mehedinti, Olt, Teleorman, Constanta, Calarasi и Giurgiu (Румъния) и 7 областни стратегия за развитие на Видин, Враца, Монтана, Плевен, Велико Търново, Русе, Силистра;

Обобщен преглед на документите по т. 9,10 и 11 е направен в Приложения 2 и 3.

(11) 21 общински планове за развитие на български общини, попадащи в ареала на маршрута

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



потенциални форми на туризъм. Отсъстват фискални мерки за стимулиране на предприемачеството в сектора, въпреки промяната през 2011 г. в Закона за ДДС, когато се приема единна ставка за туризма от 9%. Сериозна трудност в управлението на туризма на местно ниво произтича от ограничения финансов капацитет на общините и високата им зависимост от субсидирано и външно финансиране - дефицит на цялостната политическа и правна система за местно самоуправление в страната.

За разлика от България, управлението на туризма в Румъния е деконцентрирано и страната прилага разнообразен пакет от фискални мерки, които стимулират предприемачеството в сектора:

- Освобождаване от данък върху печалбата за 3 години за нови инвестиции в туристически съоръжения;
- Освобождаване от данък печалба за 5 години за инвестиции в спа туризъм;
- Освобождаване от данък върху реинвестираната печалба, при условие че са направени инвестиции за подобряване на туристическите съоръжения;
- Други фискални стимули за обекти за туристическо настаняване, които са получили еко-маркировка.

Националният орган по туризъм към Министерството на икономиката на Румъния има 13 представители на регионално и местно ниво и 11 офиса в чужбина, отговарящи за популяризирането на Румъния в следните градове: Рим, Виена, Берлин, Париж, Мадрид, Лондон, Варшава, Москва, Ню Йорк, Пекин, Тел Авив. Страната е приоритизирала два основни сегмента на туризма: здравен туризъм и еко-туризъм. От началото на 2017 година, Националната агенция по туризъм на Румъния е трансформирана в Министерство на туризъм.

В заключение, би могло да се обобщи, че Стратегическата рамка на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ е разработена така, че да може да адресира редица трудности на България и Румъния в сектора на туризма, превръщайки се в силен катализатор на инициативи и мерки за въздействие. Важни за адресиране дефицити са ограничената информационна (комуникационна) обезпеченост по линия на България и Румъния и предлагания от тях туристически продукт; недостатъчната/неефективна реклама на двете страни и липсата на ясно изразени конкурентни предимства на двете държави като туристически



дестинации. Също така, очакваните ефекти от изпълнението на Стратегията коригират продължаващото съществуване на слабо развита и незадоволителна обща и специализирана инфраструктура; лоша поддръжка на туристическите обекти; ниска квалификация на кадрите - все дефицити на институционалната среда в целевия район. Проучените стратегически документи препоръчват включването на България и Румъния в общи туристически продукти с други държави, чрез формиране на туристически трансгранични продукти, като по този начин създават нови дестинации. Така се постига балансирано регионално развитие, подобряват се пазарните позиции на българския и румънския туризъм и се създава предпоставка за формиране на обща маркетингова политика в туризма.

II. Ситуационен анализ на развитието на културно-историческия туризъм на територията на трансграничния регион Румъния-България

В рамките на подготвителния етап по изготвяне на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ се приложиха няколко метода за набиране на необходимите данни и информация за разработване на ситуационния анализ, стратегическата рамка на Стратегията и добрите практики в тази област. Това са анализ на документи, сравнителен анализ, 2 типа анкетни проучвания сред заинтересовани страни, провеждане на 10 кръгли маси със над 300 участници. Обемът и качеството на набавената информация бяха достатъчни, за да се изготвят детайлни тематични анализи, съгласно изискванията на АДО Дунав и КТИНЗ.

На първо място, авторите на Стратегията направиха анализ и резюме на предварително проучване по Проекта, за да се оцени количеството и качеството на базисните данни, върху които Стратегията стъпва. Предварителното проучване на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ представлява мащабен проект за идентифициране и проучване на обекти на римското културно - историческо наследство на територията на трансграничния регион България-Румъния. Целта е обособяването на тематичен културно-исторически маршрут с туристически потенциал, който настоящата Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на интегриран туристически продукт - Маршрут



„Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ следва да развие в интегриран туристически продукт. Общо в рамките на трансграничния регион авторите на предварителното проучване идентифицират и изследват 181 археологически обекта от римското наследство. Всеки обект от тях разполага със свое информационно досие, което в достатъчна степен дава представа за профила на обекта от гледна точка на: (1) археологическата стойност на обекта; (2) културно-историческата стойност; (3) състоянието на обекта; (4) взаимовръзката с контекста и средата; (5) туристическия потенциал.

Всеобхватната информация, която проучването съдържа за различни аспекти, свързани с разработването, защитата на необходимостта от и развитието на целевия маршрут има и различен принос към отделните дейности при разработването на Стратегията. В първите два раздела на проучването се прави обстоен преглед на европейското законодателство в областта на културно-историческото наследство (КИН) и туризма. Също така, се дават добри практики за разработване, управление и промоциране на културно - исторически продукти. Проследена е еволюцията на културно-историческия туризъм и на понятието “културен маршрут” през редица Конвенции на ЮНЕСКО и директиви на ЕС. Проучването задава и посока на интегриране на маршрута с други сходни маршрути („Римски граници“, „Адрианов Вал“, „Антонинов Вал“, „Горно-германски Ретински Лимес“, „Дунавски Лимес“, „Пътят на римските императори“, „Пътят на виното по р. Дунав“). Едновременно с това, тази информация спомага да се открият и конкурентните маршрути, така че максимално точно да се дефинират силните и слабите страни на целевия маршрут. Те са неизменна част от SWOT анализа на Стратегията, а слабите страни представляват фундаменталната база за дефиниране на цели, приоритети и мерки за реализация на Стратегията. Проучването дава, също така, отговор на жизненоважния въпрос за собствеността на обектите, включени в маршрута, чиито специфики са предпоставка за оценка на неговия туристически потенциал като благоприятен (силна страна), или като неблагоприятен (слаба страна).

Друг огромен принос на предварителното проучване за разработване на Стратегията е, че определя параметрите на нейната иновативност, а именно: (1) висок потенциал за реализиране на съвременни технологични решения в развитието на маршрута, (2) превръщането на маршрута в завършен туристически продукт се планира да бъде реализирано в ход, едновременно с функционирането на обекти от него като развити културно-исторически дестинации, (3) позволява да се



обособят локални под-маршрути, които да дадат допълнителен тласък в неговото развитие.

Широкият обхват на ползите от предварителното проучване позволи да се формулират по-изчерпателно, и в същото време фокусирано, предложенията за стратегическа рамка на Стратегията. Прави го в посока, която да гарантира получаване на културно-исторически туристически продукт, който “да представлява верига от тематично свързани интегрирани фокусни точки за спиране, които насърчават развитието на регионалната идентичност и колективната памет”⁵ (стр. 59).

Постигането на интегрираност на маршрута до голяма степен е резултат от усилията и действията на редица заинтересовани лица⁶ от двете страни на р. Дунав. За целите на Стратегията, авторите се опитаха да идентифицират всички групи лица, които се обединяват под общата цел да превърнат маршрута в конкурентен туристически продукт. Анализът поставя основата и структурира планирането, мониторинга и оценката на Стратегията чрез участие в тези процеси на всички, които имат отношение към развитието на маршрута. Изборът на заинтересовани страни, които да бъдат въвлечени в планирането и изпълнението на Стратегията се осъществи чрез техниката PRES (Pressure Analysis) по следната методика:

⁵ Предварително проучване на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, стр. 59, 2017

⁶ Заинтересованите страни са хора, групи от хора, организации и институции, за които съществува възможност да бъдат засегнати (в положителен или отрицателен смисъл) от Стратегията, или такива, които могат да окажат влияние върху резултатите и последствията от осъществяването на Стратегията.



Таблица 1 Методика за избор на ключови заинтересовани страни

Заинтересован а страна	Критерии за оценка					Резултат	
	Интерес	Отношение	Власт	Влияние	Обща оценка	Необходимост от включване	Степен на участие
Списък на заинтересованите страни	Измерване на мотиви и притеснения, които заинтересован ата страна има по отношение на политиката за развитие на устойчиво икономическо развитие на ТГС Румъния - България. Възможно е да се тълкува и като евентуални изгоди и/или загуби за съответната заинтересован а страна от реализирането на политиката. Изброяват се трите основни интереса.	Отразява потенциалната реакция на отделните заинтересован и страни по отношение реализираната Стратегията. Оценява се по следната скала: 3 - силен поддръжник; 2- умерен поддръжник; 1 - неутрален/ независим; „-2” - умерен опонент; „-3” - силен опонент.	Властта на отделните заинтересован и страни се отнася до количеството ресурси, както следва: Ч - човешки, Ф - финансови, П - политически, ресурсите с които заинтересованите страни разполагат и способността им да мобилизират тези ресурси в подкрепа или против реализацията на Стратегията. В тази колона се идентифицира силата на всяка заинтересован а страна по отношение наличието Ч, Ф и П ресурси. Силата за всеки един от видовете ресурси се определя по скала от 1 до 5, където: 5 - много силна; 4 - силна;	Нивото на влияние на всяка заинтересован а страна се определя от сумата на дадените оценки за всеки един от видовете ресурси, т.е. влияние = Ч+Ф+П;	Оценка за всяка от заинтересованите страни е произведение на отношението/ позицията и влиянието, т.е. Обща оценка = Отношение X Влияние.	Необходимостта от включване на всяка една заинтересован а страна в процеса на разработване и реализиране на Стратегията се определя по следния начин: Ако общата оценка е по- голяма от 10 в абсолютна стойност - заинтересованата страна трябва да участва, ако общата оценка е по-ниска от 10 в абсолютна стойност, заинтересованата страна може да бъде поканен.	В тази колона се идентифицира нивото на ангажираност на заинтересованите страни в процеса на разработване на политики за устойчиво развитие на туризма и опазване на културното наследство и в включването му в туристически продукти. За целта на анализа заинтересованите страни могат да бъдат разделени в три групи: Група 1: Със силно позитивно или негативно отношение към целите и приоритетите на Стратегията и високо ниво на сила/власт (Тази група участва активно в процеса на взимане на решения) Група 2: С умерено позитивно или



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



			<p>3 - средно; 2 - слаба; 1 - много слаба</p>				<p>негативно отношение и средно ниво на власт/сила (с тази група трябва да бъдат провеждани консултации). Група 3: С умерено позитивно или негативно отношение и ниско ниво на власт/сила (тази група трябва да бъде информирана). Когато общата оценка в абсолютна стойност на заинтересована страна е: между 10 и 20 - Трябва да бъде информирана; между 20 и 30 - Участва в консултации; Повече от 30 - Активно участие в процеса на взимане на решения.</p>
--	--	--	---	--	--	--	---

В резултат на приложената методика се идентифицираха следните групи лица:

ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
Централна власт	<p>България Министерство на регионалното развитие и благоустройството Министерство на туризма Министерство на околната среда и водите</p>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
	Министерство на образованието Министерство на икономиката Министерство на земеделието и храните Румъния Национален орган по туризъм (НОТ) към Министерството на икономиката
Регионални власти	България Регионални съвети за развитие Регионални координационни съвети Областни управители Румъния Регионални агенции за развитие
Местни власти	България Общински администрации Общински съвети Румъния Окръжни администрации Градски администрации
Бизнес	Туристически оператори Туристически агенти Хотелиери Ресторантьори
Структури на гражданското общество (НПО)	Сдружения в обществена полза Асоциации в обществена полза Местни инициативни групи Браншови сдружения на бизнеса Организации на работодатели Търговско - промишлени палати Туристически дружества Туристически сдружения
Музеи	Регионални исторически музеи



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



ГРУПА	ЗАИНТЕРЕСОВАНИ СТРАНИ
Научни и образователни институции	Местни музеи Научноизследователски организации Университети Средни училища Професионални гимназии Техникуми

Събрана е база данни с всички идентифицирани заинтересовани страни, която е на разположение в АДО Дунав и КТИНЗ. След идентифициране на заинтересованите страни, авторите на Стратегията направиха проучване на тяхното виждане за развитие, усъвършенстване и иновация на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“. За целта се приложиха разнообразни методи, насочени към различни целеви групи, за събиране на мнения, оценки и препоръки за стратегическата рамка (визия, цели, приоритети) и дейностите, свързани с иновативното развитие и усъвършенстване на маршрута. Тези методи включват:

- провеждане на 10 кръгли маси (5 в България и 5 в Румъния) със заинтересовани страни;
- провеждане на анкетно проучване сред участниците в кръглите маси;
- провеждане на отделно онлайн анкетно проучване сред туроператори и туристически агенти;

Всички участници в допитванията категорично подкрепят развитието и институционализирането на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.



В 10-те кръгли маси взеха участие общо 301 представители на местни власти, бизнес, НПО, регионални музеи, медии, граждани. Дискусиите по време на срещите протекоха в посока: (1) по-реалистично целеполагане на стратегическата рамка на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, (2) повече и по-адекватни съвременни маркетингови стъпки и продукти, (3) провеждане на редовни подобни дискусии, тъй като еднократните срещи не генерират устойчиви резултати, (4) всички етапи от работата по развитие на маршрута следва да се съобразяват с различните целеви групи туристи, които маршрутът се стреми да привлече, (5) интегриране на маршрута със съществуващи туристически маршрути и продукти, (6) подобряване на сътрудничеството с туристическите оператори и агенти, което към момента, особено в Българския крайдунавски район, почти отсъства, (7) в структурата на управление на Стратегията да се включат научни и неправителствени организации, които работят в сферата на развитие на културно-историческото наследство, (8) трансграничният регион не е разпознаваема дестинация по отношение на римското наследство, тези слабости трябва да бъдат преодоленни в самото начало на изпълнението на стратегията, (9) необходими са обучения за персонала, нает в предлагането на туристически услуги в целевия район.

Анкетното допитване сред участници в кръглите маси има за цел да проучи вижданията на заинтересованите страни за начина и посоката на развитие на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“. Обратна връзка се получи от 114 участници.

На въпроса, свързан с конкурентните предимства на маршрута, 75% от анкетиранияте посочват **благоприятните условия за интегриране на маршрута с други видове туризъм** като негова най-силна страна. На второ място (46%), по степен на конкурентност, респондентите поставят **потенциала на маршрута за включване в по-голям международен туристически продукт - Дунавски лимес**. С по-слаба оценка и с по-нисък приоритет се поставя икономическата достъпност на маршрута.

По отношение на слабите страни на маршрута и пречките за превръщането му в туристически продукт, очаквано, половината от респондентите посочват слабо развитата обща и специализирана инфраструктура като проблем с най-висок приоритет. На второ място, заинтересованите страни поставят липсата на предприемачество в сектора на туризма, а на трето - липсата на квалифициран персонал. Всички оценени като приоритетни слаби страни на маршрута са



отразени с подходящи мерки и дейности в стратегическата рамка на Стратегията.

На въпроса *Как си представяте маршрута през 2030?*, анкетираният имаха възможност да приоритизират предложените отговори по степен на реалистичност. Най-много оценки за умерено реалистично постижение (58.6%) получава визията на маршрута като *Процъфтяващо средище на римската култура от долнодунавския Limes Romanus*. За най-реалистично постижима визия, макар и с резултат по-нисък от горния (41%), е избран отговорът *Утвърден и институционализиран културно-исторически маршрут като част от Дунавския Limes Romanus*. Предложението за визия на маршрута *Основна дестинация за културно-исторически туризъм в трансграничния регион Румъния-България* получава най-малка подкрепа от участващите в допитването заинтересовани страни.

Въпросът, изследващ представите на респондентите за това каква трябва да бъде ролята на АДО “Дунав” и КТНИЗ за достигане на желаните резултати през 2030 г., предлага три възможни сценарии, които анкетираният оценяват по степен на реалистичност. Най-много подкрепа, но като умерено реалистичен сценарий (44%), получава мисията на двете организации да *провеждат цялостна политика за развитието и управлението на маршрута*. Най-реалистичен за постигане, с 40% от отговорите, е оценен сценарият, представящ двете организации като *инициатори и застъпници при провеждането на организирани действия за припознаването на маршрута от публичните власти като потенциален продукт за икономически растеж, както и в процеса на разработване и утвърждаване на маршрута като част от Дунавския Limes Romanus*. По равен брой отговори с оценка реалистичен и умерено реалистичен е посочена ролята на двете организации да бъдат *координатори при изграждането на партньорства между централните и местни власти, частния и неправителствения сектор с цел превръщането на маршрута в интегриран туристически продукт*.

Проведеното онлайн анкетно допитване сред български туроператори и туристически агенти, специализирани в културно-исторически туризъм, имаше за цел да изследва експертно мнение за това какви характеристики следва да притежава маршрута, за да се превърне в атрактивен туристически продукт. Допитването се проведе благодарение на медиаторската подкрепа на Асоциацията на българските туроператори и туристически агенти, която разпространи линка с анкетната карта до своите членове. Обратна връзка се получи от 7 респонденти, като всички от тях работят в сферата на културно-историческия



туризъм. Повече от половината отговорили предлагат туристически услуги в трансграничния регион България-Румъния и по поречието на река Дунав.

На въпроса *Моля, приоритизирайте посочените конкурентни предимства на маршрута, с оглед неговото превръщане в туристически продукт, по скалата от 1 до 4, където 1 е най-малък приоритет, а 4 - най-висок*, 71% посочват за най-конкурентно предимство потенциалът на маршрута за включване в по-голям международен туристически продукт - Дунавски Лимес. С по равен брой респонденти (57%) се оценява наличието на благоприятни условия за интегриране на маршрута с други видове туризъм (еко-, селски, винен, пешеходен, вело-, винен, речен, морски и т.н.) и фактът, че природно и културно наследство от целевия район е потенциален обект на защита от ЮНЕСКО.

На въпроса *Моля, приоритизирайте посочените ограничения на маршрута, с оглед неговото превръщане в туристически продукт, по скалата от 1 до 4, където 1 е най-малък приоритет, а 4 - най-висок* като най-голяма пречка респондентите посочват слабо развитата обща (пътища, ВиК, ел. енергия) и специализирана инфраструктура (настаняване, хранене, други услуги и възможности за забавление) и липсата на квалифициран персонал. На второ място по степен на важност анкетираните избират слабата съгласуваност на политиките и мерките за управление и развитие на обектите от маршрута. Цели и мерки за преодоляване на приоритизиранияте слаби характеристики на маршрута следва да бъдат отразени в стратегическата рамка на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

Като доказателство за големия потенциал на маршрута да се превърне в туристически продукт могат да се възприемат резултатите от въпроса:

Считате ли, че обособяването на културно-исторически маршрут с обекти от римско време по поречието на река Дунав е, сам по себе си, атрактивен туристически продукт?



Повече от половината респонденти (57%) отново отговарят положително на въпроса дали тематичната обвързаност на маршрута на туристическия пакет (римско културно-историческо наследство) привлича повече клиенти/туристи.

На въпроса *маршрутът за какъв тип групи туристи би бил привлекателен*, от предоставени за отговор 5 вида групи туристи туроператорите посочват само три:

- Хора на и над средна възраст в организирани групи - 43%
- Организирани групи от круизи по Дунав - 29%
- Хора на средна възраст, които сами организират пътуванията си - 29%

При оценка на посещаемостта на маршрута, 57% от анкетираните посочват, че той би могъл да се развие като сезонен и 43% като цялогодишен.

Оптимистична перспектива за реализация на маршрута са отговорите на въпроса *Ако маршрутът е вече готов туристически продукт, бихте ли го включили във вашите туристически услуги?*





На свързания, с предходния, въпрос **Ако бихте включили само определени обекти от маршрута, моля, посочете по какви критерии бихте ги избрали?** респондентите изброяват три:

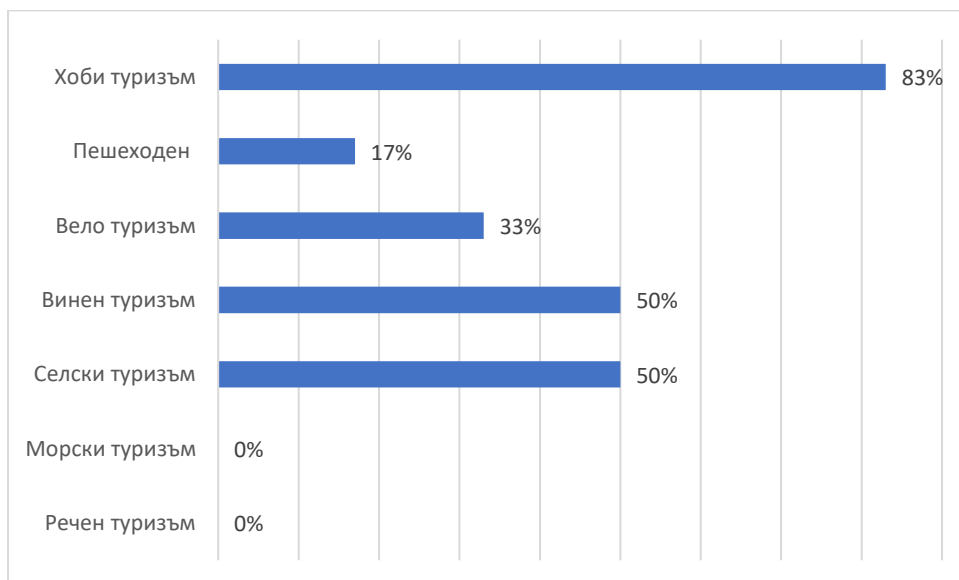
Атрактивност за целевата група на клиентите ориентация към преживявания за туристите не само разглеждане на обекти

Интересна дестинация, добре организирана, добри пътища до нея, добри ресторанти, възможност за допълнителни събития

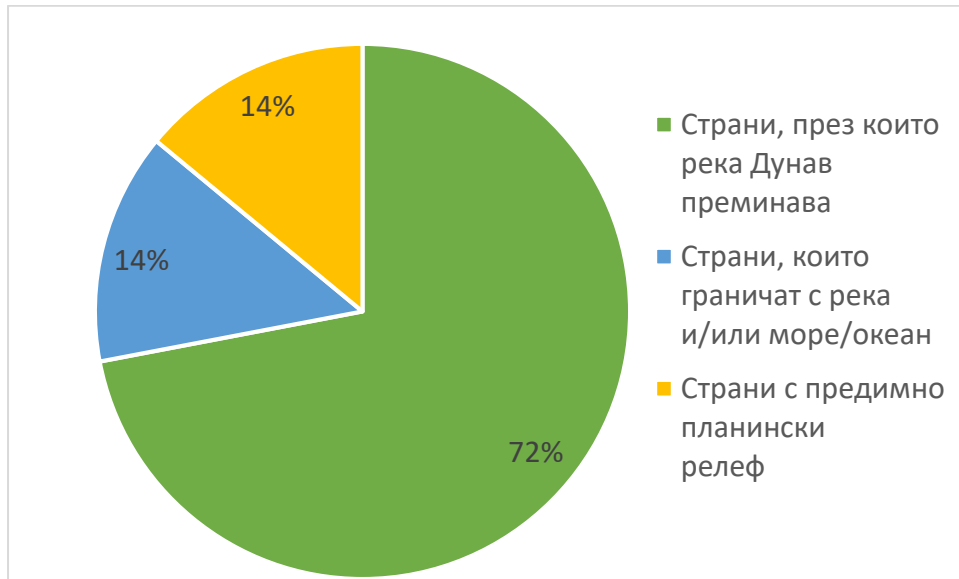
Достъпност, възможност за настаняване, допълнителна оферта (ресторанти, винарни, културни мероприятия)

Основни акценти в посочените критерии са инфраструктура и интегрираност на маршрута с други форми на туризъм. Тези два компонента са инкорпорирани в стратегическата рамка на Стратегията.

На подвъпроса в комбинация с кои туристически услуги биха предлагали маршрута, анкетиранияте отговарят:



По отношение на туристопотока, участвалите в допитването степенуват три групи страни, от които би могло да се очакват най-многобройни посетители. Тази информация е полезна при планиране на маркетингови дейности за популяризация на маршрута.



Според респондентите, страните с най-силни традиции в културно-историческия туризъм, които са едновременно конкурентни и потенциални за привличане на туристи дестинации, са Италия, Гърция, Испания, Австрия, Германия, Франция, Хърватска. Също така, западно-, централно- и северно-европейски страни, и по-конкретно Франция, Германия, Белгия и Испания, обособяват потенциална група от входящи посетители на маршрута. Туроператорите посочват единствено Япония като извън-европейска страна с потенциален интерес към маршрута.

Последният въпрос на онлайн допитването *Моля, посочете критерии, по които вашата фирма избира туристически продукти, които да предлага?* има за цел да проучи елементи на успешните туристически продукти, които, ако е възможно, да се проектират и върху развиващия се маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

- Ориентация към преживявания за туристите и красиви места за фотографии;
- Атрактивност;
- Възможност за повече преживявания (*именно с цел удовлетворяване на тази потребност в обхвата на маршрута са включени обекти от нематериалното културно наследство*);
- Продаваемост;
- Предлагаме продукти, за които най-често получаваме запитвания. В случай че получаваме индивидуални запитвания с едни и същи изисквания, оформяме и пакетна програма;
- Автентичност, достъпност, възможност за настаняване, допълнителна оферта.



Отговорите показват необходимост от предпоставки (автентичност, атрактивност, повече преживявания) дадена туристическа дестинация да се превърне в търсена, на база на което се оформя туристическия пакет. Тоест, прилаганият подход в туристическото предлагане е отдолу-нагоре. Това предопределя развитието на маршрута да бъде планирано в аналогична перспектива - *условия-търсене-предлагане*.

2.1. Обща характеристика - профил на региона като културно-историческа дестинация

Развитието на културния туризъм през последните десетилетия е най-силно засегнато от процесите на глобализация и технологичния напредък в сферата на логистиката и информационните технологии. В условия на глобално общество в XXI век понятия като „близък” и „далечен”, „чужд” и „неизвестен” размиват своето значение и приемат нови форми на съдържание като „автентичен”, „специфичен”, „уникален”, които кореспондират в по-пълна степен с новата реалност. Информационната и логистична достъпност до всяка точка и място на света променят цялостното светоусещане и възприятие на пътуващия, а той на свой ред търси нови форми и проявление на своето туристическо преживяване. Тази сравнително нова потребност на търсенето намира отговор в засилващата се степен на специализация и диверсификация на туристическото предлагане.

Развитието на туризма традиционно се свързва с развитието на културата. Материалното (напр. исторически сгради, паметници, църкви) и нематериалното културно наследство (напр. традициите, фестивали) могат да привлекат широк спектър от посетители. Уникалните културни характеристики на даден регион служат като база за формиране на предлагането в сферата на културата и са необходими на местната общност, но едновременно с това те допринасят и за повишаване на туристическата му конкурентоспособност.

През последното десетилетие се провежда интензивна регионална политика на национално и европейско ниво, насочена към популяризиране на културно-историческото наследство на страните от трансграничен регион Румъния - България като общ, споделен ресурс, носител на ценна общоевропейска стойност и доказателство за драматичното историческо минало и развитие на региона. Богат е на културно-историческо наследство от всички епохи: артефакти от палеолита и неолита, археологически, архитектурни, етнографски и религиозни обекти, паметници на тоталитарното и съвременното изкуство.



Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ обхваща 5 района за планиране (3 в Румъния и 2 в България), 14 окръзи/области (7 в Румъния и 7 в България) и 21 български общини. Синтезираното представяне на културно-историческите активи от всеки район за планиране ще създаде ясна представа за мащаба на натрупаното културно-историческо наследство в целевия регион.

Северозападен район за планиране (СЗРП), България⁷

СЗРП притежава забележителен културен потенциал като район-врата на страната. На негова територия има регистрирани **3 883 бр.** недвижими културни ценности с исторически и културни свидетелства от стари до нови времена - Античност, Средновековие, Ново време; със забележителни връзки с Централна и Западна Европа и страните по течението на р. Дунав в различни исторически периоди. Паметниците с категория „от национално значение“ на територията на района са 198 (област Видин - 42, област Монтана - 28, област Враца - 44, област Плевен - 25 и област Ловеч - 59).

Обекти на движимото културно наследство са **11** музеи, а на нематериалното културно наследство - **35** фестивала и чествачи традиции. Елементите, вписани в Националната представителна листа на нематериалното културно наследство „Живи човешки съкровища - България - Традиционни обреди и празници“ са:

- Име на проекта - „Калуша - стародавен обред, запазен за поколения“, Народно читалище „Никола Й. Вапцаров“, с. Хърлец, община Козлодуй, област Враца, Състав за автентичен фолклор „Калушари“;
- Име на проекта - „Да съхраним дунавските ритми в с. Антимово“, Народно читалище „Развитие - 1926“, с. Антимово, община Видин, област Видин, Духова музика „Дунавски ритми“.

През СЗРП преминават европейски културни коридори от различни епохи, разположени са паметници, предложени за включване в Листата на световните паметници на културното и природното наследство на ЮНЕСКО - Пещерата „Магура“, Карстовият природен резерват, Враца и Белоградчишките скали.

През територията на района преминават и европейски културни коридори, като Дунавският културен маршрут.

⁷ В рамките на СЗРП са анализирани само областите Видин, Враца, Монтана, Плевен, които попадат в обхвата на Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.



Северен централен район за планиране (СЦРП), България⁸

Културните и историческите забележителности на района са многобройни, а някои от тях са уникални като носители на информация както за бита и културата на района и България, така и за развитието на целия балкански регион. Тази територия край водите на Долен Дунав има многовековна и бурна история, била е кръстопът в движението на различни племена и народи. Ето защо тя притежава богато културно и историческо наследство - паметници с регионално, национално, международно и дори световно значение - Ивановските скални църкви и Свещарската гробница.

Недвижимите културни ценности на територията на СЦРП са **5 480 бр.**, което представлява **18,6 %** от недвижимите културни ценности в страната и което го нарежда на второ място след Югозападния район (25,0 %). Сред недвижимите културни ценности в района има такива, включени в Списъка на ЮНЕСКО на световното културно и природно наследство и в Списъка на 100-те Национални туристически обекта на Българския туристически съюз (БТС).

Обекти на движимото културно наследство са **20** музеи, а на нематериалното културно наследство - **44** фестивала и честващи традиции.

Южен район за развитие Мунтения, Румъния⁹

Районът попада в обхвата на историческия регион Влахия, който просъществувал в периода 1330 - 1861 - от битката при Посада до формирането на обединеното Княжество Влахия и Молдова. Княжество Влахия е исторически възникнала самоуправляваща се автономна територия в различни периоди във васално положение спрямо България, Унгария и Османската империя.

Районът попада, също така, и в обхвата на античната източноевропейска монархия Дакия (на латински: Dacia Traiana), заемаща обширна територия, която има за западна граница река Тиса, на север - Карпатските планини, на юг - река Дунав и на изток - река Днестър. От 85 до 89 г. при управлението на Дурас-Диурпан местното население (гети) предприемат агресивна политика и водят две успешни войни с Рим. При Домициан римляните постигат ответен военен успех, но не успяват да завоюват Дакия и са принудени да сключат стратегически мир.

⁸ В рамките на СЦРП са анализирани само областите Велико Търново, Русе и Силистра, които попадат в обхвата на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

⁹ В рамките на район Мунтения са анализирани само окръзите Телеорман, Кълъраш и Гюргево, които попадат в обхвата на Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.



Богатата антична история на район Мунтения е материализирана в многобройни археологически обекти, културни и исторически паметници и местни музеи. В окръг Калараш, например, има около 170 библиотеки, 5 музея и един театър. Пейзажът на културния живот на окръга се допълва от Културния център на окръжната дирекция за култура и национално културно наследство Кълъраш, които заедно организират много културни дейности и няколко известни фестивала, измежду които Национален фестивал за интерпретация на светска румънска музика - "Май цветя", Фестивал на националния театър - Стефан Баница, Фолклорен фестивал "Дунавска китара" и др. По отношение на движимото културно наследство се откроява музеят "Долен Дунав" в град Кълъраш. Основан е през 1951 г. и е огледало на историята по тези места. На участък от 441 квадратни метра, той има над 43 хиляди експоната - от Неолитната до съвременната епоха.

Югозападен район за развитие Олтения, Румъния¹⁰

Аналогично на район Мунтения, Олтения също попада в обхвата на историческия регион Влахия. Културно-историческите активи в целевите територии на района придават идентичност/уникалност на културното наследство и са представени от редица недвижими артефакти, измежду които: кули, крепости, бани, мостове. Например, в окръг Мехединци са регистрирани 569 обекти на културно-историческото наследство, сред тях различни исторически паметници, археологични находки, архитектурни паметници. С ключово значение за развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са:

- **Средновековната крепост Северин** - най-важната и стратегическа крепост при р. Дунав. Нейното владение е означавало отваряне на възможности за нови завоевания. В края на XIII в. Унгарският крал Ищван (Стефан) е водел 5 войни с българския цар, за да защити крепостта Северин.

- **Римска крепост в Дробета** - първата издигната от камък крепост в римската провинция Дачия. Колоната на Траян ни представя сцена от откриването на моста (през пролетта на 105 г.) и ни показва вече построената крепост.

- **Мостът на Траян в Дробета** - най-големият мост, строен в античния свят. Размахът и приложената строителна техниката изумяват и до днес. Мостът е

¹⁰ В рамките на район Олтения са анализирани само окръзите Мехединци, Долж и Олт, които попадат в обхвата на Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“



построен за рекордното време от три години (103-105), в мирния период между двете римско-дакийски войни.

В окръг Долж има 20 музея, като акцентът е върху Музея на Олтения (в Крайова), който е разделен на три секции: история, етнография и природни науки.

Окръжният департамент за култура и национално наследство предлага създаването на 6 културно-туристически маршрута на територията на окръг Долж, а именно:

- Перишор-Малавит-Чеет-Деса-Калафат-Видин, включващ Мемориалната къща Хенри Коанда, манастирът Малавит, крепостта Баба Вида, археологически обект Деса и културната асоциация на крепостта в Деса Маринку, както и плаж Калафат;
- Крайова-Чернатещи-Гръцести - включващ музеите, културните институции и местата за богослужение в Крайова, Парк Романеску, ботаническата градина, чернатешките кули и земите на Гръцести;
- Крайова-Котьофени-Рачари-Филиаси - състоящ се от 2 археологически обекта, библиотека и параклиса "Фассейнило";
- Крайова-Сегареча-Гюргета-Островени/Завал/Гигера - включва манастира, библиотеката и избите на Сегареча и ансамбъл "Гюргита";
- Крайова-Садова-Кълъраш-Бечет-Оряхово - манастира в Садова, фолкрорен фестивал Мария Танасе в Кълъраш, работилница за тъкане на килими и пристанището на Бечет;
- Крайова/Калафат-крепостта в Пленита-Терпецита - включва окарина семинар от Terpezița, Божур Празник на пленарната и култура Харбър Castle.
- Селски и ландшафтен туризъм може да се развие по следния маршрут: New Ciupercenii - Деса - Пояна Маре - Бъйлещ - Bucovăț - Крайова - Coșoveni - Bratovoesti - Geormani - Segarcea - Gighera - Bistret.

Съвсем наскоро, Асоциацията на професионалистите в туризма на Румъния е реализирала проект с европейско финансиране за създаване на етнокултурен и архитектурен туристически маршрут на регионално ниво, а именно: Бекет - Sadova - Segarcea - Podari - Крайова - Bucovăț - Filiași - Butoiesti - Турчени - Владимир - Țicleni - Rovinari - Търгу Жиу - Bălănești - Cartiu - Curtisoara - Mușetești - Bumbesti Жиу.

Посочените потенциални културно-исторически маршрути имат възможността да се развият и като локални под-маршрути на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.



Не бива да се пропуска в Драганещи, окръг Олт, провеждането на Националния конкурс за балади и дойна - традиционна румънска народна песен, включена в списъка на паметниците на ЮНЕСКО.

Югоизточен район за планиране, Румъния¹¹

В окръг Констанца, в областта на изкуството и културата, има богато историческо наследство и добре развита културна инфраструктура - 6 театри и музикални институции (включително драматичен театър в Констанца, театър "Фантазио", балет "Олег Дановски"), 12 музея, 9 обществени библиотеки, 6 кина и 2 летни градини. От културна гледна точка, важна характеристика на окръга е съчетание на старо и ново и между традицията и модерността.

Днешната Констанца е бившата гръцка колония Томис основана около VI пр. Христа. Свидетелства за фантастичния свят на гръцката античност, са запазените мистериозни легенди за поети в търсене на музи, за герои и божества. Историята на града се вижда навсякъде но най-вече в експозициите на *Археологическия музей*. В него се помещават древни предмети на изкуството, колекции, демонстриращи културата Хаманджия, мраморната статуята на богинята Фортуна, статуята на змията Гликон (азиатско божество). Свидетелства за процъфтяващия регион в римския период са амфорите и колоните на парка, който представлява истинска открита галерия, както и прекрасната запазена сграда с римска мозайка.

По данни на Националния институт за исторически паметници, към Министерството на културата и вероизповеданията, на територията на окръг Констанца има 265 исторически паметници, от които 164 са разположени в град Констанца. От общо 164 паметници в града, 67 са от категорията паметници от национално значение и 97 попадат в категорията "регионално значение". В град Констанца са разположени и 7 музеи.

От сферата на нематериалното културно наследство най-забележим е фестивалът Томис, посветен на римското културно наследство в региона.

2.2. Актуално състояние на културно-историческия туризъм в региона

Трансграничен регион Румъния - България е богат на културно-историческо наследство от всички епохи - съществуват артефакти от палеолита и неолита, обособени са археологически, архитектурни, етнографски и религиозни обекти,

¹¹ В рамките на Югоизточния район е анализиран само окръг Констанца, който попада в обхвата на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.



паметници на тоталитарното и съвременното изкуство. Най-добре съхранени и най-често посещавани сред археологическите и исторически обекти са крепостта „Баба Вида“ във Видин; антична крепост „Алмус“ край Лом; късноантична крепост „Сторгозия“ и панорама „Плевенска епопея - Плевен; Шишмановата крепост и чешмата Елия в Никопол; праисторическо селище при с. Телиш, Община Червен бряг, където е открит най-големият и единствен праисторически олтар в Европа; антична римска крепост „Димум“ - Белене; крепостта Нове - Свищов; археологически резерват - колония „Улпия Ескус“; военна крепост „Сексагинта приста“; средновековният град Червен; крепостта Меджиди Табия, римската гробница, Северната и Южната крепостни стени в Силистра; Свещарската гробница и древно римско селище „Абритус“ - Област Разград. От религиозните паметници сред водещите туристически обекти се нареждат Чипровският, Лопушанският, Раковшкият, Копривецкият, Каменският, Градешкият манастир. Почти във всяко населено място има интересни черкви и параклиси, като районът на Чипровци се отличава с уникалната си система на оброци. Скалните манастири край с. Иваново са включени в списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО.

Туристически обекти с национално значение представляват Алботинкият скален манастир край Видин, Големият и Малкият нисовски манастир, скалната църква при с. Табачка и др. Басарбовският манастир е единственият действащ скален манастир в България. Има множество туристически обекти с архитектурна стойност, сред които: архитектурният резерват „Рибарска махала“ - Тутракан, мостът на Кольо Фичето над р. Янтра в гр. Бяла, Центърът на Русе, записан в културното материално наследство на ЮНЕСКО. Експозиции в регионалните исторически музеи във Враца, Плевен, Русе и Силистра; Музейна експозиция на открито „Сексагинта приста“, Националният музей на транспорта и Националният музей на съобщенията - гр. Русе, къщата музей "Негово Кралско Величество Карол I" - Пордим, Лавров Парк - с. Горни Дъбник, Рибарски музей - Тутракан; Добруджанската къща в Алфатар, Тутраканската епопея, Мемориален комплекс „Корабът Радецки“ и много други са с нестихващ интерес сред туристите.

Един от чаровете на региона е живото наследство и бита на местните общности, което се изразява в многообразието на етноси, съхранени традиции и фолклор. Съхранени до наши дни са занаяти, сред които килимарството в Чипровци, обработка на филигранно сребро в Берковица, плетене на рибарски мрежи, лодкарство, тъкане на рогозки от тръстика в Русенско и Силистренско, метларство и плетене в Плевенско. Почти навсякъде в региона продължават да се практикуват грънчарството, тъкачеството и ковачеството. От кулинарните



специалитети, типични за Враца, са салатата лютики, сирене по врачански и шарена сол. Горнооряховският суджук, горнооряховско гърне, къпана баница и куйруклия говеч, добруджански гозби, лозови сърми, качамак, агнешко с булгур, кайсиева ракия, рибена чорба, рибни ястия, мамалига, триеница, прясол, мазница и бърканица са специалитети, характерни за района на Никопол и Свищов. Избите Лопушна, Магура, Боровица, Шато Дю вал, Шато Бургозоне могат да бъдат включени като обекти за винен туризъм.

Многообразието от обичаи, празници и фестивали е предпоставка за развитие на събитийен туризъм. От религиозните празници традиционно се честват Лазаруване, Еньовден, Коледуване, Гергьовден, Трифон Зарезан, Петровден. Традиционни фолклорни и рибарски фестивали са се съхранили в дунавските градове, включително „Ден на Дунав”, посветен на реката. Характерни са фестивалът на духовата музика в Оряхово, Крайдунавските празници на културата в Никопол и международния фестивал на изкуствата в Свищов. Запазени до днес са и езически обичаи като фестивалът Калуша в Долни Цибър, с влияние на култура на траките от двете страни на Дунав, обичаите „кърорава кобила“ и „пеперуда“ в Долна Митрополия, международният кукерски фестивал в с. Калипетрово. Обичаят „Росен” и хоро на мъртвите е типичен за района на Видин. Девет Читалища от Брегово и Неделино организират всяка година двудневен фолклорен фестивал, където първият ден е посветен на самодейни колективи, а вторият ден представлява фестивал на духовата музика. На кулинарните изкушения са посветени международният фестивал „Банатски вкусотии - традициите на моето село” и празникът на с. Асеново с участието на състави от Румъния, Сърбия и Унгария. Празникът на водната лилия в с. Малки Преславец и Фестивалът на дивия божур представляват атракция за природолюбителите. Други интересни за посетителите събития са фестивалът на античното наследство „Орел на Дунава” и Ладуване в Свищов, Празникът на кайсията, „Речни ноти”, „Огненият Дунав”, Народен събор-възпоминание в Силистра, Международен фестивал за класическа музика “Мартенски музикални дни”, фестивалът за автентичен фолклор “Златната гъдулка” и джаз-фестивалът в Русе, Международен фолклорен фестивал, и Панаирът на киселото мляко в Разград. Банатските българи представляват неразработена ниша в българската част на трансграничния регион. Те са много активни и пътуват за фестивали, събори, кулинарен и поклоннически туризъм, както в България, така и в Румъния.

Туристически обекти, които са включени в маршрутно-познавателни пътувания или програми за селски туризъм са Рибарското селище в с. Връв, Рибарският музей и Рибарската махала в Тутракан. Община Силистра има много богато



римско културно-историческо наследство, което може да се разработи като туристически продукт, съчетан с природните дадености: „Сребърна - Меджиди табия - южна и северна крепостна стена”.

На територията на област Велико Търново са разположени около 140 паметника на културата с национално значение (близо 15% от всички в страната), които са концентрирани почти изцяло в общини Велико Търново (67%), Свищов (11%) и Елена (8%). Тук е и най-голямата концентрация на манастири в България (“Търновската Света гора”) с около 15 манастира (Преображенски, Патриаршенски, Петропавловски, Килифаревски, Капиновски, Присовски, Арбанашки и др.). Областта има значителни туристически атракции, свързани с фолклора, обичаите, традиционни занаяти (напр. Самоводската чаршия) и производства (напр. лозарство и винарство), както и периодични и епизодични прояви (събори, празници, конгресни прояви и др.). Област Русе заема особено място в българската национална история и притежава богато културно-историческо наследство, включително паметници от световно значение като Ивановските скални църкви.

Културно-историческото и архитектурното наследство в целевия регион е съхранено и сравнително добре проучено, като на най-стойността му част е присъден статут „паметник на културата” по реда и условията, определени със Закона за паметниците на културата и музеите и основаните на него подзаконовни актове. Поставените под защита недвижими обекти на културно-историческото наследство в разглеждания териториален обхват са разнообразни по вид и хетерогенни по отношение на моментното им физическо състояние, степен на социализация (експонираност, респективно съвременно ползване и достъпност) и разположение в селищна, съответно извънселищна среда. Като обект на изследване в контекста на туристическите потенциали, това е свързано с наличието на условия за достъпност и със степента на осигуреност с обслужваща, респ. туристическа инфраструктура. Специфичен ресурс за развитие на туризма е и богатата и уникална за страната архитектура на стария Русе от края на 19-ти началото на 20-ти век в стил „барок” и „сецесион”, дело на италиански, австрийски, немски и български архитекти. Списъкът от сградите в този стил е много дълъг, но емблематична за гр. Русе, е сградата „Доходното здание” (днес ДТ „Сава Огнянов”). Добре развита е мрежата от музейни експозиции към Регионален исторически музей - Русе. Сред тях се открояват Музеят на градския бит - „Къщата на Калиопа” и Музеят на транспорта, които са уникални за страната. През есента на 2002 г., след извършена реставрация по програма „Красива България”, е отворена Експозицията на открито „Сексагинта Приста”. Завършен е и ремонтът на



„Пантеона на възрожденците”. Най-общо казано, на територията на Област Русе са идентифицирани около 30 обекта, които могат да се разглеждат като ресурсни, и които само отчасти се покриват с паметниците на културата. Културно-историческото наследство, като основен туристически ресурс, е силно концентрирано главно на територията на общините Русе и Иваново. В Община Две могили и Община Бяла то е с по-малки пунктове на концентрация. Обектите на културно-историческото наследство притежават туристически потенциал, макар че не във всички случаи сегашният им статус (физическо състояние, експонираност, начин на функционално използване, достъпност, осигуреност със съпътстващо туристическо обслужване) позволява оптимална реализация на този потенциал.

Културните пластове и присъствията в региона на Област Силистра са от тракийско, римско, византийско, турско, възрожденско и съвременно присъствие. Огромната част от него е концентрирано на територията на областния център.

Въпреки богатото културно-историческо наследство в целевия регион в Румъния, културно-историческият туризъм по поречието на р. Дунав не е припознат от национални стратегически документи (вж. по-горе прегледа на Romania National Tourism Master Plan 2007 - 2026) като ниша за развитие с туристически потенциал. За сметка на това, обаче, регионални и окръжни планови документи (вж. Приложение 3) категорично потвърждават необходимостта от фокусирани мерки за развитие на културно-историческия туризъм в съответната територия като допълващ сектор в приоритетни туристически направления - круизен, морски, винен, селски, еко туризъм, спа и др.). Обвързаността на археологическите обекти от маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ с атракции на други форми на туризъм е изключително богата и сравнително добре позиционирана в общата туристическа карта на съответния район/окръг. Добре експонирани са артефакти от средновековието, особено в райони Мунтения и Олтения, което дава отлични преживявания на туристите “преживявайки” прехода от античност към средновековие. Обекти от средновековието са, например:

- Средновековна крепост на Северин, в Дробета - Турну Северин
- Останки от средновековната крепост Три Куле, в Швиница
- Манастирите Мракониа (в залива Мракониа) и Св. Ана (Оршова)
- Паметна плоча „Траянова табела”, на изхода от Казанеле Мичи
- Кулите Тудор Владимиреску и Нистор от Чернеци, община Шимиан



Актуалното състояние на културно-историческия туризъм е неразривно свързано с практикуването на други форми на туризъм. Възможностите за природен туризъм, например, в румънската част на трансграничен регион Румъния-България са неизчерпаеми. Известни са:

- Дунавската клисура Казанеле;
- Национален парк Железните врата (най-дългото дефиле в Европа със своите 134 км.) и масива Чюкару Маре;
- Горите на Strehareti, Seaca, Poboru, Teslui, Lunca Oltului, окръг Олт;
- Природен резерват „Балта Сухая” в близост до град Зимничя - специална защитена зона за птиците;
- В окръг Мехединци има няколко известни пещери, измежду които Topolnita, Ergan, Gura Ponicovei, Vulba;
- Геоложки резерват Поноуе - естествен карстов мост и люляковата гора Поноуе;
- Орнитоложки резерват Ciurpercenii;
- Палеонтологичен резерват - Vucovat, близо до Крайова;

Река Дунав, заедно с обкръжаващото го геологично (често определян като “геоложки музей на открито”¹²) и биологично разнообразие (над 1600 растителни и над 5200 животински видове), създават уникални условия за еко-туризъм.

Град Крайова, окръг Долж, предлага разнообразни културно-исторически преживявания в съчетание с религиозен туризъм, тъй като градът и околностите са изключително богати на религиозни сгради, символи, църкви, манастири. Музеят на изкуствата в Крайова, който се помещава в двореца Дину Михаил, построен в началото на 19-ти век в неокласически стил от френски архитект ежегодно привлича стотици любители на изкуствата. Друга точка за контакт и посещение на любителите на изкуства е културният център “Изибичен” в окръг Олт¹³. Окръгът също е ключова дестинация за културно-исторически и религиозен туризъм заради наличието на манастири с разнообразна архитектура, като например: Brancoveni, Caluiu, Hotarani, Clocociov, Streharet. Окръг Олт е известен и с Руините на Каракал, резиденция на войводите Матей Басараб и Константин Бранконеану във времето на Смелият Михаил (16-ти век).

Разнообразни културно-исторически преживявания, отново с фокус върху религиозния туризъм, предоставя и окръг Мехединци със своите манастири Gura

¹² <http://danube.travel/main-menu/explore/romania/useful-information/about.160.html>

¹³ <http://www.izbiceniolt.ro/>



Motrului, Strehaia, Vodita. Културно-исторически монументи и статуи от туристически интерес представляват паметникът на Траян, който поема управлението на римската цивилизация на север от Дунав, реализиран от скулптора Д. Франасович през 1906 г.; статуята на Дечебал- смелият даки, който избира самоубийството пред плен от римските завоеватели; статуята на Аполодор от Дамаск, известен архитект, живял между 60 г. и 125 г. и създал една от най-великите конструкции на древния свят.

Културно-историческият туризъм се развива благодарение и на отличните условия за практикуване на винен туризъм, които се определят от микроклимата и почвата на южна Мунтения и югозападна Олтения. Артефакти за винопроизводството в близост до Дунав датират още от преди новата ера. Регионът е изключително конкурентен на световни дестинации за винен туризъм. С висок туристически потенциал е винарската изба Vinju Mare (от 1898 г.), която предлага древни сортове грозде, като сладък бял "Tămâioasă Românească 2010", късна реколта или сух червен "Prince Vlad Fetească Neagră (Black Feteasca) Гранд Резерв 2011". А сухото "Merlot Rosé" спечелва златен медал в Кан (Франция) през 2012 година.

Окръг Констанца, освен че е най-популярната черноморска и една от най-посещаемите спа зони в Румъния, е регион, богат на културно, историческо и етнографско наследство. Попада в обхвата на историческия регион Добруджа. По информация на Министерство на регионалното развитие, публичната администрация и европейските средства¹⁴, историческите, културни и религиозни ресурси от платото Олтина, представляват 59% от забележителния туристически потенциал на Добруджа. Такива, например, са останките от древните градове Histria, Tomis и Callatis, допълнени от откритията за Halmyris, Arrubium, Dinogetia, Beroe, Aegyssus, Noviodunum, Tropaeum Traiani, Capidava, Carsium. Основните археологически обекти от византийския период са средновековната крепост Răscuiul lui Soare (датираща от 10-ти до 11-ти век), Цитаделата Хераклея от Енисала (13 век), рупсторския комплекс от Басараби (10 век). Най-често маркирани и ползвани туристически маршрути във и около окръг Констанца са¹⁵:

(1) Constanța - Murfatlar - Adamclisi - Ion Corvin - Ostrov - Ion Corvin - Cernavodă - Murfatlar - Constanța, с посещение на лозята и музея на виното на Murfatlar, ботанически резерват Valu lui Traian, монашески каменен комплекс Basarabi, ботанически резерват "Fântânița-Murfatlar", Триумфален паметник от Adamclisi,

¹⁴ <http://mdrap.ro/>

¹⁵ https://mpr.ub.uni-muenchen.de/61767/1/MPRA_paper_61767.pdf



манастир "Saint Apostle Andrew's Cave", Дервентски манастир, Резерват Canarua Fetii, Есейови гори, византийска цитадела от "Păcuiul lui Soare", езера Bugeac, Vederoasa, Oltina.

(2) Tourism route Constanța - Iștria - Baia - Babadag - Enisala - Murighiol - Tulcea - Niculițel - Măcin - Ciucurova - Baia - Constanța, с посещение на крепости Histria and Enisala, манастири Celic Dere, Saon, Cocoș, Uspenia, базилика с мартикон от Niculițel, Национален парк Măcin, археологически резервати край река Дунав.

2.2.1. Анализ на добри практики

В подкрепа на устойчивото реализиране на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България е направен преглед и анализ на добри практики за развитие и управление на културно-исторически маршрути, съобразно 3 основни критерия:

1) Опит във формирането и функционирането на организации за управление на дестинациите на регионално ниво - прилагане на най-добрите практики при развитие на маркетингови стратегии и програми при управлението на Организацията за Управление на Дестинациите (ОУД);

2) Опит при управление на културно-исторически туризъм;

3) Опит при формите на туристическо райониране и включване на заинтересованите страни в управлението на дестинациите на регионално ниво.

Добрите практики са понятие, което описва процеси на развитие и следване на стандартен път за изпълнение на дадена практика, които различни организации могат да прилагат в своето управление, организационни политики и модели за развитие. "Добрите практики е техника/метод/процес/действие, което се счита за по-ефективно при предоставянето на конкретен резултат от всяка друга техника, метод или процес. В този смисъл провеждането на подходящи процеси, проверки, тестове, може да доведе до желаня краен резултат с по-малко проблеми и непредвидени усложнения. Добрите практики могат да се определят, като най-ефикасен (с най-малко усилия) и ефективен (най-добри



резултати) начин за изпълнението на задача, базирана на повторяеми процедури, доказани във времето пред широк кръг от хора"¹⁶ .

За целите на настоящата Стратегия са ползвани добрите практики, описани в "Анализ на чуждестранни практики в управлението на туризма на регионално ниво" към Концепцията за туристическо райониране на България; Проучване и анализ на добри практики в европейски контекст за разработване, управление и промоциране на културно-исторически продукти, в т.ч. и трансгранични - Консорциум „Данубиус“; Представяне на добри практики в алтернативния туризъм към Проект № BG161PO001/4.2-01/2008/010 „Споделяне на успешни европейски практики в алтернативния туризъм - ключ към устойчиво регионално развитие в общините Крушари и Тервел”.

Франция

Управлението на туристическите райони във Франция е залегнало в Кодекса на Туризма, глава III (Териториални общности и тяхното групиране). Всеки административен район има Регионален съвет, който определя политиката за средносрочно развитие на туризма в района, към който се формира Регионален Комитет по Туризма. Членството в регионалните комитети по туризма се определя със закон.

Във Франция организациите за управление на дестинациите съществуват в различни правни форми. Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР) на ниво NUTS 2 са административни (Регионален съвет, регионален комитет по туризма). На ниво Департамент могат да се създават Съвети по туризъм CDT (Conseil Departamental de Tourisme), които имат право да избират своята правна форма. Същевременно се формират доброволни сдружения между местните и регионалните власти и професионалните (туристическите) структури (групи департаменти или общини в партньорство с частни компании, асоциации и др.)

По закон Регионалният съвет по туризма определя статута, организацията и състава на Регионалния комитет по туризма. По този начин комитетът включва делегатите на регионалния съвет, един или повече делегати на всеки общ съвет (не този на туризма), както и членове, представящи:

- Консултативните органи по туризма в региона

¹⁶ Анализ на европейския опит в областта на алтернативния туризъм, представяне на добри практики в алтернативния туризъм; Оперативна програма “Регионално развитие” 2007-2013; Октомври 2009



- Всеки областен (departamental) комитет по туризма или подобна организация
- Туристическите офиси (ТИЦ) и обединенията за туристическа инициатива;
- Професионалисти от туризма, СПА индустрията и индустрията на развлеченията;
- Асоциациите в туризма и развлеченията
- Общинските асоциации или органи по туризъм или техните обединения и офиси по туризъм (суб-регионални ТИЦ).

Във Франция освен самостоятелни организации за управление на туристическите райони има и такива, които изпълняват тази функция, въпреки че са регионални организации с по-широка сфера на дейност - търговски камари, фондации за развитието на районите и т.н. В някои райони или групи от департаменти ОУТР е самостоятелна структура, в други - е част от фондация за развитието на дадения район, в трети - част от търговска камара.

Цялата територия на Франция е покрита от туристическите райони, подари съвпадането на туристическите райони с административно-териториалните районни единици в страната.

Основните функции и дейности в областта на туризма в районите зависят от конкретната ОУТР и нейната правна организация. В някои случаи организацията е част от по-големи фондации за развитието на районите и включва маркетинг и реклама за инвестициите в района. Понякога е „чиста” ОУТР и нейните функции са маркетинг (включително и комисионни от продажби чрез уеб-сайт) на туризма в района.

От гледна точка на приложимост за България, цялата страна е обхваната от туристически райони, има национална ОУД (Организация за управление на дестинацията - ATOUT FRANCE). Наблюдават се силна децентрализация на оперативното управление на ОУТР и много силни публично-частни партньорства. Същевременно е налична много добре развита информационна мрежа, включително и интернет сайтове на всички туристически райони. Налице е много силно стратегическо и маркетингово планиране на районите.

Слаба страна от гледна точка на приложимостта в България е фактът, че туристическите райони съвпадат с административните райони, които разполагат с регионално самоуправление, а управлението им се осъществява чрез организации, създавани от регионалните власти. Цялото управление е подчинено административно на регионалните и държавни власти, а не на самата индустрия, което води до ниска експертност, от една страна, и до ниско ниво на



ангажираност от туристическите предприятия. Същевременно, има тежки процедури по провеждането на конкурси за маркетингови програми - веднъж в годината и голям държавен бюджет за финансиране, което е неприложимо в България.

Испания

Испания има национална организация за управление на дестинацията (ОУД): TURESPAÑA, чиято функция е международен маркетинг на страната. TURESPAÑA, чрез Националния Съвет по туризъм (CONESTUR), както и чрез Conferencia Sectorial del Turismo, осъществява връзката и координацията с районите по въпросите за стратегии, политики и маркетинг на Испания като туристическа дестинация.

Както в повечето Европейски страни, туристическите райони на Испания са исторически обосновани. Те напълно съвпадат с административното деление на страната - т. нар. автономни общности, които са и райони на ниво NUTS 2. Автономната общност е териториална единица, която в рамките на конституционната уредба на Испания, притежава законодателната и изпълнителната власт, в т.ч. и значителни компетенции в областта на туризма.

На по-ниско ниво в качеството на туристически райони, респективно като основа за създаване на организации за управление на дестинациите, се използват провинциите (40 бр.), които също са традиционни, исторически формирани се регионални общности. Автономните общности имат изключителни компетенции в сферата на туризма и имат собствени министерства, отговорни за туризма. Всяко от тези министерства може да има различна сфера на дейност и съответно наименование. Конкретната маркетингова дейност се осъществява от относително обособени агенции, чиято правна форма варира в различните автономни общности (определя се от самите тях) и се променя във времето (публична агенция, еднолично акционерно дружество или дружество с ограничена отговорност, асоциация на териториални и секторни организации). Всеки район има собствен Закон за туризма, който ръководи дейностите в туризма, включително политики, стратегии, данъци и т.н.

Конкретните функции на организациите за управление на туристическите райони в Испания се определят от законите за туризма на всеки район.

Бюджетите на ОУТР се определят от съответната Автономна общност. Те се разпределят чрез субсидии, проекти и фондове, като финансирането от страна на съответната автономна общност достига до 80%. ОУТР се финансират от съответната автономна общност, а за външен маркетинг - от TURESPAÑA.



Приложимост за България

Изследване на районирането в Испания отговаря на два въпроса, които са релевантни за България 1) Как автономните общности са се справили с техните нови отговорности по отношение на туризма през 1978 г.? и 2) Какъв е ефектът от решенията и интервенциите на новото междинно ниво върху развитието на туризма в страната - Реарсе (1996)?

Независимо, че проучването е осъществено преди близо 20 години, то е напълно актуално за България поне по три причини: 1) резултатите отразяват началния етап на регионализация (преход от силно централизирана към регионализирана държава) в сферата на туризма; 2) въпреки различията в размера, има много аналогии между Испания (особено през 80-те и 90-те години на миналия век) и България, по-специално по отношение на силно деформираната продуктова, пазарна и териториална структура на туризма (акцент върху международния туризъм по крайбрежието), дефицит на планиране, инфраструктура и др.

По първия въпрос (изпълнение на новите отговорности на автономните общности) основните изводи са:

- Доколкото Испания е била силно централизирана държава, функциите (компетенциите), придобити от новите автономни общности са били по-скоро потенциални възможности, отколкото трансфер на установени (утвърдени) отговорности.
- По отношение на туризма всички автономни общности изпълняват две групи функции: Регулиране - регулиране, регистрация и контрол на хотелите и ресторантите и Промоция - маркетинг, промоционални кампании, обслужване на посетителите на място. Други функции, които се осъществяват в различна степен и се класифицират по различен начин в една от двете групи включват: изследвания, развитие, планиране, образование.
- В автономните общности с течение на времето се създават обособени (самостоятелни) агенции за осъществяване на маркетинговата и други функции. Тяхното създаване, извън традиционната административна рамка, допринася за гъвкавостта на структурата при осъществяване на промоционалната функция, без ограниченията на бюрократичните институции и по-лесното участие на частния сектор в тях. („Деполитизиране на туристическата промоция”).
- Правните форми на тези регионални туристически организации са различни и променящи се във времето.
- Бюджетите първоначално са били малки, но показват бърза тенденция на нарастване (от 2 до 20 пъти) от началото на 90-те години, един от основните



фактори, за което, е достъпът до Структурните фондове на ЕС. Преобладаващата част от бюджета идва от публични източници.

- Специално внимание след създаването на регионалните туристически организации се отделя на разработването на стратегии и планове.
- Промоционалните дейности са ориентирани главно към вътрешния пазар - с външните пазари се занимава изключително националната туристическа организация).

По втория въпрос (ефектът от регионализацията) основните изводи са:

- Засилено внимание към промоцията на вътрешния пазар - регионалните власти не са обсебени от идеята за валутни приходи: междурегионалните трансфери на богатство, свързани с вътрешния туризъм, имат същия ефект както валутните приходи от международния туризъм.
- Възниква ново ниво на туристически имидж - регионално, което замества или допълва имиджа на отделните курорти и общия имидж на Испания.
- По-широко обхващане на местните дестинации във всяка общност, диверсификация, по-пълно оползотворяване на разнообразния потенциал (а не фокус върху един основен продукт и най-атрактивните ареали)
- Координация на местните инициативи.

Създаването на регионално ниво за интервенции на публичния сектор е оказало влияние върху туристическото развитие, но то не трябва да се надценява, тъй като има много други - предимно външни фактори. Това, което прави „създаването“ на регионално ниво е осигуряването на допълнителни инструменти за реакция.

Независимо от всички предимства и ползи на испанския модел, трябва да се отбележат различията в размера и в политическото устройство, но е възможно да се използват някои от неговите подходи при управлението на маршрута.

Италия

На държавно ниво туризмът в Италия се ръководи от Департамент за развитие и конкурентоспособност на туризма, който има за задача да подпомага изпълнението на политиката на правителството в туристическия сектор към кабинета на министър-председателя, чийто ръководител е с ранг министър (до 2011 г. - от Министерството на културата и туризма). Функциите на национална



Организация за управление на дестинацията се изпълняват от Националната агенция по туризъм (ENIT) - държавна агенция, в чийто управителен съвет, наред с други заинтересовани, са представени и регионите. Дейността на ENIT се осъществява под надзора на Департамента по туризъм. И в Италия, както в Испания, има национален институт за статистики в туризма.

Законова основа на туристическата политика на национално ниво е Кодексът на туризма, приет през 2011 г. (Codice della normativa statale in materia di ordinamento e mercato del turismo), който опростява законодателството, като интегрира съществуващите преди това различни нормативни актове.

Туристическите райони на Италия съвпадат с 20-те района на ниво NUTS 2, които са и традиционни исторически райони. За статистически цели се използват и макро-районите - пет на брой, които съвпадат с NUTS 1.

Страната се отличава със силно регионално самоуправление. През 2001 г. конституцията дава много голяма автономия на районите - те могат да определят всички свои туристически политики и стратегии, да издават свои собствени закони (има над 60 регионални закони, които регламентират хотелската и другата туристическа инфраструктура, категоризацията на местата за настаняване, посредническия сектор, туристическите организации, туристическата реклама и др.). От своя страна, ОУТР на районите могат да делегират дейности на общините.

Съществуващите административни туристически служби от началото на 90-те години са заменени от провинциални туристически организации (Agenzie di promozione turistica - АРТ), чиято цел е стимулирането на туризма в съответния регион. Те се финансират от региона. При формирането на провинциални туристически организации се изхожда от броя на нощувките - отделна организация може да се създаде при наличие на 10 млн. нощувки. На локално равнище съществуват туристически информационни центрове (Agenzie di Informazione turistica), които са членове на АРТ.

В Италия има 3 правни форми на управление на всички организации за туризма, действащи на регионално ниво:

- Регионални туристически администрации;
- Публично-частно партньорство създадено между определени регионални, провинциални или местни структури и частни компании или организации - асоциации, частни туристически информационни центрове (ТИЦ) и т.н.;
- Частни структури - някои ТИЦ, асоциации и т.н.



Регионалните туристически администрации, изпълняващи ролята на ОУД, осъществяват следните функции:

- ❖ Разработване на законодателство в туризма на регионално ниво;
- ❖ Стратегическо планиране в туризма на регионално, под-регионално и общинско ниво;
- ❖ Маркетинг на туризма на национално и интернационално ниво (последното координирано с ЕНИТ);
- ❖ Лицензионни функции - екскурзоводи и други професии на лицензионен режим;
- ❖ Регистрация и категоризация на туристически фирми, включително и на туроператори и туристически агенции;
- ❖ Статистически функции, включително вписване на местните туристически предприятия в националния регистър;
- ❖ Осигуряване на качество в туризма;
- ❖ Координация между култура и туризъм.

Функции на други регионални ОУД:

- Съвместно участие в проекти заедно с официалните ОУТР;
- Маркетинг на туризма на национално, регионално и местно ниво;
- Някои маркетингови изследвания - профил на туриста, нагласи за посещения и други меки индикатори;
- Продажби, резервации и др.

От гледна точка на приложимост за България трябва да се отбележат следните силни страни:

- (1) Туристическите райони на високо ниво съвпадат с административните райони на ниво NUTS 2, но същевременно са и традиционни регионални общности с формиран и разпознаваем имидж;
- (2) Ясна, опростена организационна структура на регионално ниво;
- (3) Широки компетенции на ОУТР, в т.ч. в сферата на регулиране на предлагането, планирането и др.
- (4) Ясна, опростена система за финансиране - от бюджета на регионалните власти

Слаби страни и ограничения за прилагане в България отново са свързани с разликите в регионалното самоуправление - италианските региони са със



широки компетенции и значителни собствени ресурси. Същевременно административните райони съответстват на исторически формирани се регионални общности. Това са предпоставки, които не са налице в България.

Анализирайки реформата на преход от централизирана към децентрализирана държава, обаче, заслужава внимание подходът към определяне на организациите за управление на дестинациите на по-ниско ниво - въвеждане на количествен критерий (брой нощувки), който осигурява формирането на организации за достатъчно големи райони и предотвратява тенденцията към фрагментиране.

Естония

Естония е най-развитата туристическа страна от трите Балтийски страни - бивши републики на СССР. От 2001 г. действа "Закон за туризма", който обаче не засяга темите на районирането. Туризмът в Естония се ръководи от Министерството на икономиката и комуникациите, което от своя страна е делегирало тези функции на Enterprise Estonia - Държавната агенция за икономическо развитие, иновации, инвестиции и туризъм (ДАИРИИТ), образувана през 2000 г., с цел да подпомага бизнеса и регионалното развитие на страната. В структурата на агенцията секторът туризъм е в правомощията на Националният туристически борд, който е и отговорен за развитието на туристическите райони.

В Естония има три туристически района: 1) Северна Естония, 2) Южна Естония и 3) Западна Естония, където със специален статут е столицата, Талин.

ОУТР на туристическите райони на Естония са образувани доброволно, без намесата на централните власти. Те са образувани в различни моменти: през 1994 - Южна Естония, през 1998 - Западна Естония и през 2008 - Северна Естония.

В Enterprise Estonia е сформиран Центърът за туристическо развитие (Tourism Development Center), който отговаря за координация на туристическите райони.

През 2013 г. е разработен Национален план за развитието на туризма в Естония за периода 2014-2020. Той предвижда да се създаде национална стратегия за туристическото райониране. В плана се предвижда Enterprise Estonia да подпомага методически разработването на тази стратегия.

Организациите за управление в Северна и Южна Естония са фондации, а организацията на Западна Естония е неправителствена организация с идеална цел. Всички те имат партньорски отношения с Enterprise Estonia.



Всички туристически райони в Естония са създадени главно за реклама и промоция на дестинациите и развитие на собствени регионални продукти. От функциите на организациите отсъстват - маркетингови изследвания и статистики, анализи на пазарите и т.н.

Силните страни на туристическото райониране в Естония е, че то е започнало да се развива доброволно, още преди да бъде създадена стратегия за него. Друга силна страна е, че всички създадени фондации (да управление) са в доброволно партньорство с държавната организация за туризъм. От гледна точка на приложимостта в България, то тя е дотолкова, доколкото е нужно осъзнаването на необходимостта от включването, в организациите за управление, на представители на местните, регионалните власти и заинтересованите страни от частния сектор и неправителствените организации, т.е необходимостта от развитието на туристическите дестинации и райони в партньорство. Друга особеност е неедновременното създаване на отделните райони - в различни моменти през достатъчно продължителен период от време, според готовността им.

Гърция

В Гърция има 13 туристически района, но докато те не функционират добре от маркетингова гледна точка, префектурите се справят блестящо с маркетинга на дестинациите.

В Гърция има ясно разделение на отговорностите за маркетинга на дестинациите между различните териториални равнища:

- (1) Национално ниво: Гръцка национална туристическа организация (ГНТО)
- (2) Регионално ниво: Регионални власти (Страната е разделена на 13 района)
- (3) Регионално ниво II: Префектури с техните Комитети за Промоция на туризма на префектурата (КПП) - страната е разделена на 54 префектури
- (4) Локално ниво: Общини или групи от общини.

Изводи от опита на Гърция

- Неуспехът на опита за децентрализация на туристическия маркетинг и планиране на регионално ниво (над префектурите) се дължи на това, че това действие не е било подкрепено с необходимите съпътстващи действия, като организационно реструктуриране и подходящо обезпечаване с човешки



- ресурси. От друга страна, създадените със закон организации в префектурите са финансово обезпечени и функционират добре;
- По-малко от 10% от финансирането идва от непублични средства, дори 13 години след създаването на КППП;
 - Планираните маркетингови разходи, дори когато се разглеждат от ГНТО с техния директорат по маркетинг отново водят до неефективен маркетинг;
 - Когато има гарантирани средства за реклама, не се търси нейната ефикасност.

Хърватия

С промяна на конституцията и със Закона за изменение и допълнение на Закона за устройството на държавната администрация от ноември 2000 г. (ДВ 5/08) в Хърватия се създава самостоятелно Министерство на туризма. Министерството на туризма изпълнява административни и други задачи, свързани с политиката на хърватския туризъм - подпомага развитието на туризма и стратегическото планиране, както и инвестициите в туризма, съдейства за развитие на различни форми на туризма и на малките предприятия в туристическата индустрия, отговаря за разпространението на туристическа информация и популяризирането на хърватския туризъм в чужбина и др.

Национална туристическа организация на Хърватия е Хърватският национален туристически борд (CNTB71). Бордът е създаден през 2008 г. с цел да насърчава развитието на туризма и да създава идентичност, да подобрява имиджа и репутацията на хърватския туризъм в чужбина. Мисията включва планиране и прилагане на обща стратегия и концепция за нейното популяризиране, прилагане и изпълнение на промоционални дейности от взаимен интерес за всички участници в туризма в страната и чужбина, както и повишаване на цялостното качество на туристическите услуги, предлагани в Република Хърватия чрез създаване и официализиране на туристически райони с маркетингова цел.

Хърватският национален туристически борд и останалите туристически сдружения в страната (по неофициална информация 96 на брой) са създадени в изпълнение на Закона за туристическите сдружения (бордове) и рекламата на хърватския туризъм (декември, 2008 г.), който урежда системата на туристическите сдружения, устройството, задачите и начина им на работа, както и основните принципи на тяхното финансиране и стопанисване.



Системата на туристическите сдружения включва: туристически сдружения на селищата, туристически сдружения на общините, туристически сдружения на градовете, туристически сдружения на територии, туристически сдружения на жупаниите (областите), туристическото сдружение на град Загреб и Хърватското национално туристическо сдружение (борд). Общините и населените места са поделени на туристически класове, като създаването на сдружения е задължително за общини и селища, които попадат в територии от класове А и Б, но може да бъде и доброволно (незадължително), съответно когато не са в посочените класове. Всяко сдружение е юридическо лице и се вписва в специален регистър.

Туристическите населени места се разпределят според значението им за туризма в четири туристически класа: А, В, С и D. В тези туристически класове се включват селища, общини и градове, които изпълняват условията за включване в даден туристически клас, според количествени и качествени критерии и в съответствие със Закона за членския внос в туристическите сдружения (от декември 2008 г.). Групирането на селищата в туристически класове се извършва въз основа на официални данни на Държавния статистически институт, според следните количествени критерии:

1. Средногодишен брой на реализираните туристически нощувки в туристическата община, град или селище за период от 5 години;
2. Брой на туристическите нощувки на глава от населението на туристическата община, град или селище (коефициент на интензивност на туристическия поток);
3. Размер на оборота в хотелско-ресторантьорската дейност на глава от населението на туристическата община, град или селище (коефициент на специфичен туристически оборот);
4. Средногодишен брой на туристически нощувки на легло или настанителна единица за период от 5 години.

Общите цели на туристическите сдружения са:

- ❖ Стимулиране и инициране на развитието и подобряването на съществуващия туристически продукт, инициране развитието на нови туристически продукти на територията, за която са учредени, като извършват управление на дестинацията на нивото, за което са учредени;
- ❖ Промотиране на туристическия продукт на територията, за която са учредени;



- ❖ Развиване на съзнанието за важноста и икономическите, обществените и другите ефекти на туризма, както и за необходимостта и значението на опазването и издигането на всички елементи на туристическия продукт на определена територия, и особено за опазването на околната среда, природата и културното наследство, в съответствие с целите на устойчивото развитие.

Задължителни членове на туристическото сдружение на община или град са всички юридически и физически лица, които имат седалище, филиал или подразделение и др. (за краткост - подразделение) на територията на общината или града, в който се учредява туристическо сдружение и които реализират приход от предоставянето на хотелско-ресторантьорски или други туристически услуги, или извършват непосредствено свързани с туризма дейности. Те заплащат членски внос на туристическото сдружение в съответствие с отделен закон.

Хърватският модел на туристическите организации за управление на дестинациите (туристически сдружения) има редица силни страни като:

- Задължителното членство на всички лица, реализиращи приходи от туризъм;
- Ясно разделение на задължителните членове - на местно ниво това са фирмите, на регионално - местните туристически сдружения;
- Гарантирани източници на финансиране (такса престой - аналогична на българския туристически данък - и членски внос), които пряват техните приходи предвидими и независими от политическата конюнктура и съответните решения по държавния или местните бюджети;
- Ясно и справедливо регламентиране на членския внос в зависимост от ползите от туризма;
- Минимално допълнително натоварване на бизнеса - членският внос варира между 0,08 и 0,25% от оборота на туристическите фирми и между 0,01 и 0,05% за други фирми;
- Регламентирано и ясно разпределение на приходите между различните териториални равнища.

За да се приложи в чистия му вид, моделът на Хърватия предполага съществена промяна в законодателството в България (не само в Закона за туризма, но и в други закони, напр. Закона за местните данъци и такси). Наред с това има съществени различия в регионалното ниво на управление, както и в структурирането на Националната туристическа организация (каквато в България няма).



Независимо от това някои елементи може да се приложат на по-късен етап, по-специално механизмът за използване на туристическата такса (данък) за финансиране на дейността на организациите за управление на дестинациите на различни равнища и въвеждането на данък за маркетингови дейности (аналогичен на задължителния членски внос в Хърватия).

Проучване на Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР, 2012)

Проучването на ОИСР от 2012 г. обхваща 51 страни, включително всички страни членки на ОИСР и на ЕС. Изследването разглежда различни аспекти на управлението на туризма, но за целите на Стратегията тук е разгледан разделът за субнационалното ниво на управление на туризма, чиито по-важни констатации и изводи са:

- В много страни не всички компетенции в областта на туризма са на централното правителство, затова е важно управлението на туризма на субнационално ниво;
- Важна задача на централните правителства е да разработят бранд на страната, който да осигури „шапка” („чадър”), под която да функционират субнационалните брандове. Управлението на туризма на регионално ниво трябва да отчита възможността да работи под националния бранд, за да бъде ефективно.
- На субнационално ниво има възможност да се взаимодейства с широк кръг от по-малки предприятия и местни и регионални организации на бизнеса. По-голямата близост до частния сектор означава, че субнационалните власти често са отговорни за оперативното регулиране и за повишаване на качеството на обслужване;
- Важна функция на субнационалните власти е териториално-устройственото и градоустройственото планиране на туризма;
- На субнационално ниво обикновено има два типа организации за управление на туризма. Първият тип е министерство или агенция, което е отговорно за политиката и управлението и осигурява взаимодействието с други министерства. Вторият тип е организация за управление на дестинацията, често под формата на публично-частно партньорство, която осигурява взаимодействието с частния сектор и носи основната отговорност за маркетинга и промоцията. Организацията за управление на дестинацията (ОУД) обикновено



се финансира от и се отчита пред компетентното субнационално министерство или агенция. Регионалната ОУД може да създава субрегионални или местни ОУД;

- Ефективното функциониране на туризма като стопанска дейност изисква координацията на разнообразни заинтересовани на регионално и местно ниво. Тази роля често се осъществява от организацията за управление на дестинацията или друга подобна организация;
- Капацитетът на актьорите е от решаващо значение. Доброто формулиране на политиката не е достатъчно за постигане на желаните резултати. За успеха на политиките от решаващо значение е прилагането (изпълнението). А това зависи от капацитета и ресурсите на организациите (финансови, материални, човешки, знания, дори време) и тяхното използване. Затова е необходимо развитие на капацитета на национално и регионално ниво чрез образование, обучение, участие в програми за „учене чрез правене” и др.;
- Развитието на капацитета е важно за всички равнища, но е от критично значение за регионалното и локалното равнище;
- Основните пречки пред повишаването на капацитета включват: текучество на персонала; заемане на длъжности без специално образование в туризма; трудности при включването на общността; политически аспекти (краткосрочен подход; пристрастен подход при подбора на проекти; тенденцията към равномерно разпределяне на ресурсите, а не фокусирането им върху приоритети); липсата на яснота за ролите и отговорностите (по-специално страхът на някои организации, че други организации могат „да завземат тяхната територия”); дефицитът на информация и статистически данни на регионално и местно ниво.
- Като специфична пречка за повишаване на капацитета се разглежда „застъпването на компетенциите” - по-специално в случаите, когато границите на туристическите райони не съвпадат с политическите и административни граници. Подчертава се, че в такива случаи се налага формирането на нови организации. Задачата на политиките е да намерят управленски механизми (инструменти и стимули), за да осигурят съгласуваност на политиката във физически и икономически хомогенни, но политически фрагментирани ареали.
- Макар че функциите по управлението и маркетинга на дестинацията излизат далеч извън сферата на дейност на ОУД, те трябва да изпълняват лидерската роля. Едно от важните предизвикателства са конфликтните изисквания към размера на ОУД (районите) - те трябва да са достатъчно „местни” (малки), за да може заинтересованите да се идентифицират с техните



цели, но същевременно трябва да са достатъчно големи, за да бъдат ефективни на пазара и да разполагат с бюджет, достатъчен за постигане на целите.

Наръчник за управление на туристическите дестинации, Световна организация по туризъм към ООН (2007)

През 2007 г. Световната туристическа организация издава наръчник за управление на туристически дестинации, който обобщава опита на много страни. Макар че не е изрично свързан с определено териториално равнище, този наръчник дава редица принципи и насоки, които са от значение за настоящата Стратегия. По-важните от тях са:

- Подчертава се значението на регионалното ниво: „оптималното ниво на управление на дестинациите в повечето случаи е субнационалното”;
- Дефинират се равнищата на управление на дестинацията - национално, регионално, местно. Регионалните организации за управление на дестинациите се определят като организации, „отговорни за управлението и/или маркетинга на туризма в географски район, определен за тази цел, който понякога, но не винаги е административен район като област, щат или провинция”;
- Подчертава се разнообразието на правните форми, в които могат да съществуват организациите за управление на дестинациите:
 - ❖ Департамент (отдел) в отделен публичен орган;
 - ❖ Партньорство между публични органи, обслужвано от партньорите;
 - ❖ Партньорство между публични органи, обслужвано от общо звено за управление;
 - ❖ Изнасяне на изпълнението от публичните власти към частни компании;
 - ❖ Публично-частно партньорство за определени функции - често под формата на компания, която не разпределя печалба;
 - ❖ Асоциация или компания, финансирана изцяло от партньорство на частния сектор или от приходи от собствена дейност - отново само за някои функции;

Разграничават се ясно две групи функции на управлението на дестинацията - маркетинг (насочен навън), който трябва да привлече посетители в района и предоставяне на услуги на място (насочено навътре), което, от своя страна, трябва да осигури качеството на всички аспекти от преживяването на туристите - координация, разработване на нови продукти, организиране на прояви, разработване и управление на атракции, предоставяне на информация, обучение, консултации за бизнеса, планиране и изследвания).



От друга страна, дейностите на ОУД се разделят на първични, свързани изключително с маркетинга (развитие на продукта, пакетиране на дестинацията и продукта, промоция, дистрибуция и продажби, логистика, дейности и услуги на място в дестинацията, последващи грижи за клиента) и подпомагащи, с непряко влияние, но важно значение (инфраструктура, планиране, развитие на човешките ресурси, технологии - с акцент върху информационните и комуникационни технологии, развитие на свързаните с туризма отрасли и дейности и др).

Подчертава се тенденцията на промяна в туристическата политика (управлението на дестинации) - „преход от традиционния модел на публичния сектор, който осъществява правителствената политика, към модел с по-корпоративен характер, който акцентира върху ефикасността, възвращаемостта на инвестициите, ролята на пазара и на партньорството между публичния и частния сектор”

Подчертава се необходимостта от планиране и управление на туристическото развитие в дестинацията (излизане извън по-тесните функции на маркетинга) за осигуряване на нейното устойчиво развитие.

Подчертава се необходимостта от включване на заинтересованите и от координация на тяхната дейност на регионално ниво.

Критикува се стремежът на някои публични агенции да възприемат стратегия на постепенно намаляване на финансирането на ОУД, която разчита те да се самоиздържат. „Организациите за управление на дестинациите трябва да се концентрират върху предоставянето на очакваните от тях услуги, а не постоянно да са принудени да търсят пари - каквато е съдбата на много туристически организации”

Препоръчва се осигуряване на стандартите за добро управление чрез акредитиране (от Destination Marketing Association International), което признава спазването на универсални стандарти за операциите на ОУД или сертифициране (сертифицираща програма на Световната организация по туризма UNWTO Sbest Certification of excellence), което е признание за прилагане на добро управление в туризма.

Културен маршрут „Римски граници“, Карнунтум, Австрия

Carnuntum (Καρνους, Carnous в древногръцки според Птолемей) е крепост, основана от римски легионер и също централа на Панонската флота. След 1-ви



век, се превръща в столица на провинция Горна Панония, съответно в голям град от 50 000 жители.

Неговите впечатляващи останки са разположени по река Дунав в Долна Австрия по средата между Виена и Братислава в „Археологически парк Карнунтум-Петронел“, простиращ се на площ от 10 кв. км. Той включва областите Петронел - Карнунт и БадДойч - Алтенбург. Самият парк е съставен от три части.

- Възстановени са термите, затопляни от работещия хипокауст с префурниуми.
- Възстановени са по стара римска традиция и магазините, долепени до термите и латрината (тоалетната), практично оползотворяваща използваната вече в термите вода.
- Направена е пълна реконструкция на гражданската базилика - място за срещи, разрешаване на съдебни спорове и т.н., както и на градската гостилница.

Много съществено внимание се обръща на създаването на интерес и възпитанието на отношение към културните ценности и наследството на децата. Има постоянно организирани занимания за деца от различни възрасти и за различни интереси, като те могат да станат участници в битки, гладиаторски схватки, занаятчийски ателиета и др.

През септември 2011 г. аерофотоснимки и наземно - проникващи радари са довели до откриването на типичните контури на древно римско гладиаторско училище в южната част на римското селище, което обхваща площ от около 3350 кв. ярда (0.280 ха). Този подход на въздушна фотография и модерно дистанционно наблюдение се използва за подробен виртуален оглед на гладиаторското училище.

Направени са гео-радарни проучвания и легионния лагер (неинвазивна археология), на базата на които след това е изграден триизмерен модел, използван в презентациите и чрез възможностите на виртуалната реалност.

За разработката на туристическия продукт е създаден Археологическият музей Карнунт, който се намира в село BadDeutsch-Алтенбург на река Дунав и показва всички важни археологически находки от древния град. Адаптирана е стара фабрика, превърната в културен център (Culturfabric) - място за културни събития и срещи, пърформанси, музей, разказващ увлекателно и достъпно историята на проучването и реставрацията на съседния римски град.

Карнунтум-Петронел е изключително добър пример за обект, участващ в културни маршрути на няколко нива - маршрути в самия него, локални маршрути



и големият транснационален маршрут Danubelimes, в който са реализирани всички най-добри схващания за опазване и експониране на културното наследство в продължение на много дълъг период от време. В него може да се проследи и научи не само римската история, но и историята на системата за опазване на недвижимите културни ценности, като именно тук могат да се видят и най-иновативните средства за представяне на културното и историческото наследство. Обектът е много добър пример за широко включване - на местните общности, на хората с различна възраст и национална принадлежност, на децата и младежите. Неспиращата изследователска и научна дейност, както и добавянето на ново разкрити обекти и внедряването на нови технологии, гарантира жизнеността на обекта, неговото непрекъснато развитие и осигуряване на привлекателност във всеки следващ момент.

Пула, Хърватия

Друг добър пример за „Надграждане“ е хърватският град на Адриатическото крайбрежие Пула, римската колония, установена в средата на първи век преди Христос на това място.

В изцяло запазения римски амфитеатър - един от шестте най-добре съхранени в света, е изграден съвременен музей, непрекъснато развиващ се като експозиции и дейности. В града са запазени и два други по-малки римски амфитеатъра. И днес те са сцена и декор на разнообразни културни събития, фестивали и концерти. Обединени в локален (за Пула) културен маршрут са и останките от крепостните стени и две от все още запазените порти на римския град - Арката на Сергей, портата на Херкулес и Двойната порта.

В центъра на града, който е наследил античния форум, стои автентично съхранения храм на Август, близък с храма на Диана и в композиция с храма на „капитолийската троица“ (които не са запазени). Той приютява различни културни прояви и изложби и участва не само в градоустройството като активен елемент, но и в културния живот на града.

Имплементирането на културните маршрути спомага за диверсификацията на сектора чрез достигане на нов туристически сегмент. Включването на ресурсите на културното наследство предлага възможността за създаване на туристически продукт, характерен само за това място, където посетителят може да бъде стимулиран да изпита уникално усещане, комбиниращо забавление, познание и откривателство.



Археологическата колекция на Мерида (Испания)

Добра практика от Испания е интересна като казус за следните аспекти: управление на културна ценност от консорциум, сътрудничество със заинтересованите страни, цялостна стратегия за управление, научни изследвания, обучение, устойчиво градско и икономическо развитие, специален план за защита, създаване на модели за частно спонсорство, планове за управление, правила за посетителите.

Консорциум „Монументален, историко-художествен и археологически Град Мерида“, като орган за управление на Археологическите останки на Мерида, поема от 1996 г. своята роля да гарантира опазването на неговото изключително световно значение (OUV) чрез Стратегия за управление. Консорциумът, обединява всички органи, които отговарят за историческо наследство, което улеснява цялостното управление на обектите и създава предпоставка за гъвкава координация. Консорциумът е отворен за участие на граждани, като по този начин имат представителство на гражданите в управлението на обектите и вземането на решения е в следствие на консенсус с всички заинтересовани страни. Цялостното управление на Археологическия ансамбъл на Мерида покрива всички полета на действие, водещи до постигане на крайната цел запазване и подобряване на ансамбъла. Сферите на въздействие са:

- Администрация - Консорциумът поема всички административни компетенции по отношение на наследството, които се отразяват на Археологическия ансамбъл, с цел да се гарантира неговата правна защита.
- Археологически интервенции - Консорциумът изпълнява и/или следи всички археологически дейности, които се провеждат в рамките на ансамбъла.
- Документация - Консорциумът е създал своя собствена система за документиране на базата на три помещения: разглеждане на града като „едно място“, създаването на методическа единица на археологически регистър и съхраняване на документация за цялата историческа последователност. По този начин цялата документация за Археологическия ансамбъл е систематизирана и на разположение за изследвания, които дават възможност за разширяване и поддържане на знанията за комплекса и тяхното презентирание пред публика.
- Изследване - създаден е Археологически институт на Мерида през 2004 г., който осъществява научни изследвания и по-специално археологически проучвания на Археологическия ансамбъл на Мерида.



- Запазване - специалният план за защита на Археологическия ансамбъл на Мерида е от консорциума, като позволява синхронизирането на градското развитие със съхраняване и запазване на археологическия комплекс. Също така създава различни възможности за съхранение и за интеграция на останките, но така че да не се спира разрастването на града.

Европейски културен маршрут „Пътищата на маслиновото дърво“, Месина (Гърция)

Европейският културен маршрут „Пътищата на маслиновото дърво“, притежаващ официален сертификат от 2004 г., се управлява от едноименна културна фондация, специално създадена от търговската и индустриална камара на град Месина, Гърция, в партньорство с други сдружения по цялото Средиземноморие, надхвърляйки ареала на Европа. Идеята се заражда през 1999 г., когато президентът на камарата предприема пътуване с мотори по Средиземноморието и открива невероятно близка култура, свързана с маслиновото дърво. На следващата година се организира второ пътуване, този път с участието на експерти и е стартиран диалогът за общото наследство с местните камари и университети. Пътуванията продължават и през 2001 г., когато признанието за историческите и културни връзки, които обединяват хората, се увенчава с Меморандум за сътрудничество между камари, организации, публични и частни институции в много страни. Инициативата се подкрепя от Международния съвет за зехтина. Така през 2002 г. търговската и индустриална камара на град Месина основава Културната фондация „Пътищата на маслиновото дърво“. В рамките на нейния основен приоритет е създаден полидисциплинарен научен екип от специалисти (музейни работници, историци, технолози, гастрономи, етнографи и др.), които разработват методология за промоцирането на културата, свързана с маслиновото дърво, за защита и промоциране на общото културно наследство и за развитието на културния туризъм по пътищата на маслиновото дърво.

2.3. Анализ на туристическия пазар

В основата на анализа са залегнали статистически данни на националните статистически институти на България и Румъния, Евростат, Световната организация по туризъм към ООН (СОТООН), Световния съвет за пътувания и туризъм (ССПТ). Данните, обаче, следва да се интерпретират и възприемат



внимателно, поради методологически несъвършенства на туристическата статистика, както и поради наличие на скрита икономика в сектора на туризма в България и Румъния. Въпреки това, данните разкриват посоката на тенденциите в развитието на туризма в двете страни, а това е важно за адекватното и целесъобразно планиране на стратегическата рамка на Стратегията. За да се преодолее статистическата несъпоставимост между България и Румъния по отношение на техния размер, основният обект на анализ и оценка не са абсолютните стойности на данните, а тяхната промяна в процентно съотношение спрямо зададения времеви обхват.

Туризмът продължава да демонстрира своята ключова роля в генериране на икономически растеж. Определя се като четвъртия по значимост икономически сектор, подреждайки се след горивата, химическата и хранителната индустрия. По данни на СОТООН¹⁷, през 2016 г. международните туристически пътувания са се увеличили за седма поредна година, достигайки 1,2 милиарда (ръст от 4% спрямо 2015) - последователност от непрекъснат растеж, която не се отчита от 60-те години на миналия век. Най-силен ръст се регистрира в Африка, Азия и Пакистан. Ръстът на туристически пътувания към дестинации от развитите икономики (+5%) надвишава този в развиващите се страни (+2%).

Според ССПТ¹⁸, въпреки все по-големите и непредвидими шокове от терористични атаки, политическа нестабилност, пандемии и природни бедствия, туризмът продължава да регистрира устойчиво развитие, и през 2016 г. отчита пряк принос към растежа на БВП от 3.1% (икономиката отчита 2.6% пряк принос) или общ принос от \$7.6 млрд. (10.2%) за БВП. През 2016 г. туризмът е осигурил 292 милиона работни места (1/10 от всички). Туризмът самостоятелно реализира 6% от световния износ или 29% от износа на услуги (СОТООН).

Отново по данни на СОТООН¹⁹, туризмът в ЕС нараства от 153 милиона международни туристически пътувания през 1980 г. до 433 милиона през 2013 г. В същото време международните приходи от туризъм се увеличават от 55 милиарда долара до 403 милиарда щатски долара. През последните години, както в световен мащаб, така и в ЕС, международните приходи от туризъм са нараснали по-бързо от растежа на БВП.

Европа е регионът-лидер в света по туристическа посещаемост (СОТООН). Долната таблица резюмира данни за входящия туризъм по региони, като

¹⁷ <http://media.unwto.org/publication/unwto-annual-report-2016>

¹⁸ <https://www.wttc.org/research/economic-research/economic-impact-analysis/>

¹⁹ http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/newsroom/cf/itemdetail.cfm?item_id=8828&lang=en



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



специален акцент е поставен върху Централна и Източна Европа (ЦИЕ), чиито данни са декомпозирани по страни. Видно от таблицата, Европа отчита пазарен дял от 52% през 2013 г., като се наблюдава, обаче, тенденция за намаляване.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Таблица 2 Входящ туризъм по избрани региони, 1995-2013

	Входящ туризъм							Пазарен дял			Темп на растеж		Средногодишен растеж	
	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	1995	2005	2013	2012/11	2013/12	1995/13	2005/13
	Брой чуждестранни туристи (1000)										%		%	
Целият свят	528 млн	676 млн	807 млн	948 млн	995 млн	1035 млн	1087 млн	100	100	100	4.0	5.0	4.1	3.8
Европа	305 млн	387 млн	449 млн	485 млн	516 млн	534 млн	563 млн	58	56	52	3.6	5.4	3.5	2.9
ЕС-28	268 млн	331 млн	364 млн	380 млн	401 млн	412 млн	433 млн	51	45	40	2.7	5.0	2.7	2.2
<i>Северна Европа</i>	33,351	42,092	56,239	57,398	58,951	60,040	63,317	6.3	7	5.8	1.8	5.5	3.6	1.5
<i>Западна Европа</i>	104,956	131,476	134,106	145,402	152,581	158,272	165,234	19.9	16.6	15.2	3.7	4.4	2.6	2.6
<i>Централна и Източна Европа</i>	43,571	40,897	47,398	44,578	47,855	50,454	52,278	8.2	5.9	4.8	5.4	3.6	1.2	1.2
България	3,466	2,785	4,837	6,047	6,328	6,541	6,897	0.7	0.6	0.6	3.4	5.5	3.9	4.5
Чехия	3,381	4,773	9,404	8,629	9,019	9,461	9,004	0.6	1.2	0.8	4.9	-4.8	n.a	-0.5
Естония	530	1,220	1,917	2,372	2,665	2,744	2,868	0.1	0.2	0.3	3.0	4.5	9.8	5.2
Унгария	2,878	2,992	9,979	9,510	10,250	10,353	10,675	0.5	1.2	1.0	1.0	3.1	n.a	0.8
Латвия	539	509	1,116	1,373	1,493	1,435	1,536	0.1	0.1	0.1	-3.9	7.0	6.0	4.1
Литва	650	1,083	2,000	1,507	1,775	1,900	..	0.1	0.2	..	7.0	..	6.5	-0.7
Полша	19,215	17,400	15,200	12,470	13,350	14,840	15,845	3.6	1.9	1.5	11.2	6.8	-1.1	0.5
Румъния	766	867	1,430	1,343	1,515	1,653	1,715	0.1	0.2	0.2	9.1	3.7	4.6	2.3



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Словакия	903	1,053	1,515	1,327	1,460	1,528	1,653	0.2	0.2	0.2	4.6	8.2	3.4	1.1
Южна Европа	86,074	116,734	126,085	132,634	141,906	143,460	151,809	16.3	15.6	14.0	1.1	5.8	3.2	2.3

Източник: Световна организация по туризъм към ООН

В периода 1995-2013 г. броят на чуждестранните туристи в ЦИЕ бележи устойчив ръст при всички посочени дестинации, с изключение на Полша. Разбира се, лидерското място се заема от Западна Европа, а на последно място по посещаемост е регионът на ЦИЕ. Но през 2012 г. спрямо 2011 г. ЦИЕ бележи най-високият ръст на чуждестранни туристи, което би могло да се обясни с продължаващите негативни икономически ефекти от настъпилата финансова криза, тъй като дестинацията е най-достъпна в сравнение с останалите региони от Европейския континент. Полша, следвана от Румъния, отчитат най-висока посещаемост на чуждестранни туристи през 2012 г. спрямо 2011 г. в ЦИЕ. Година по-късно, България се нарежда на четвърто място (след Словакия, Латвия и Полша) по най-много посетени от чуждестранни туристи, централно- и източно-европейски дестинации.

Структурата на пътуванията в рамките на ЦИЕ са също интересен показател за степента на туристическа атрактивност.



Графика 1 Структура на пътуванията в страни от Централна и Източна Европа



Източник: Виртуална обсерватория по туризъм, ЕК²⁰

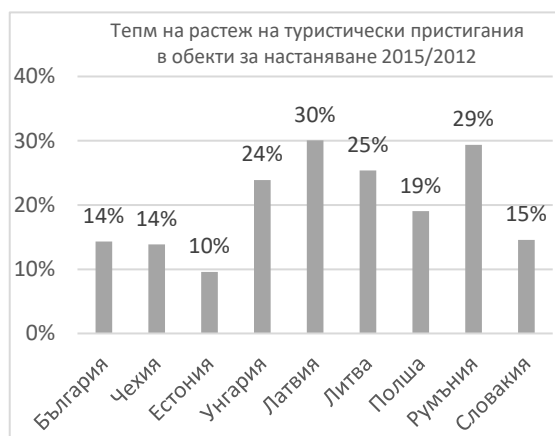
Преглед на данните за пътувания и на останалите страни-членки на ЕС показват, че делът на вътрешните пътувания (пътувания на резиденти в рамките на държавата, в която живеят) традиционно е по-висок в по-големите страни/дестинации, докато по-малките отчитат по-голям дял на

входящите пътувания (пътувания на не-резиденти). Въпреки това, през 2015 г., спрямо 2012 г., България, макар и малка страна, регистрира нарастващ дял на входящите пътувания на нейна територия (+13%) за сметка на намаляващ дял на вътрешните (-18%). Като цяло, обаче, пътуванията към България намаляват с 14% за разглеждания период. Данните за Румъния разкриват сходна тенденция, но с различни мащаби - за целевия период делът на вътрешните пътувания намалява само с 2%, докато чуждестранните посещения регистрират ръст от 32%. Румъния и Унгария (ръст от 35%) се оформят като най-предпочитани дестинации на чуждестранни туристи за посещения в периода 2012-2015 г.

²⁰ <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/country-fact-sheets>



Графика 2 Туристически пристигания в обекти за настаняване в страни от Централна и Източна Европа



Източник: Виртуална обсерватория по туризъм, ЕК

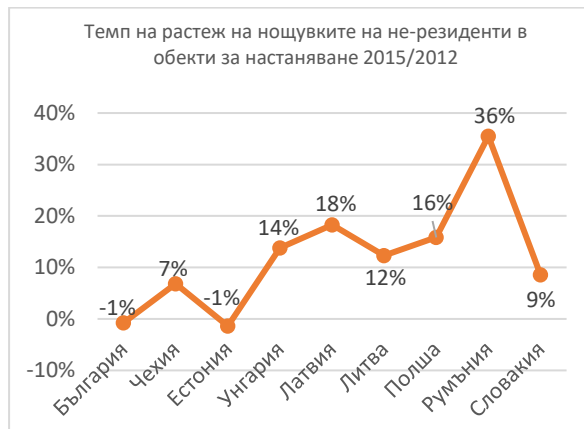
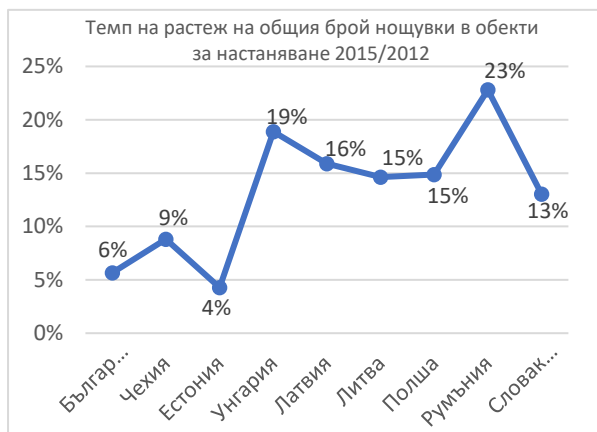
Видно от първата графика, предпочитанието на туристи за пренощуване в обекти за настаняване нараства съществено в периода 2012-2015, като най-голям ръст бележат Латвия и Румъния, а най-малък - Естония, България и Чехия. Аналогични темпове на растеж се регистрират и при индикатора за

пристигания на не-резиденти в обекти за настаняване - лидери са отново Латвия и Румъния, а в другия край на класацията са Естония и България.

Броят на нощувките в обекти за настаняване е друг ключов показател за туристическа привлекателност на дестинацията. Той предоставя съществена информация за все още недостатъчно изследваната корелация между удовлетвореност и продължителност на туристическия престой. Съществуват още редица други директни и индиректни фактори, които предопределят продължителността на туристическия престой, измежду които: размерът на държавата-дестинация, наличие на други туристически обекти в посещаваната държавата, наличие на качествена суперструктура, цената на самолетни билети и др. Безспорно, обаче, колкото по-дълъг е туристическия престой, толкова атрактивна е целевата дестинация.



Графика 3 Динамика на броя нощувки в обекти за настаняване, ЦИЕ



Източник: Виртуална обсерватория по туризъм, ЕК

И този показател разкрива тенденция към оформяне на ос изток-север в ЦИЕ по отношение на туристическото развитие. Румъния, заедно с Унгария, Литва и Латвия оглавяват групата от страни с най-висок темп на развитие на изследвания показател, а България и Чехия са на последно място. Въпреки това, следва да се отбележи, че целият

регион бележи възходяща тенденция на увеличение на броя на нощувките в полза на чуждестранните туристи.

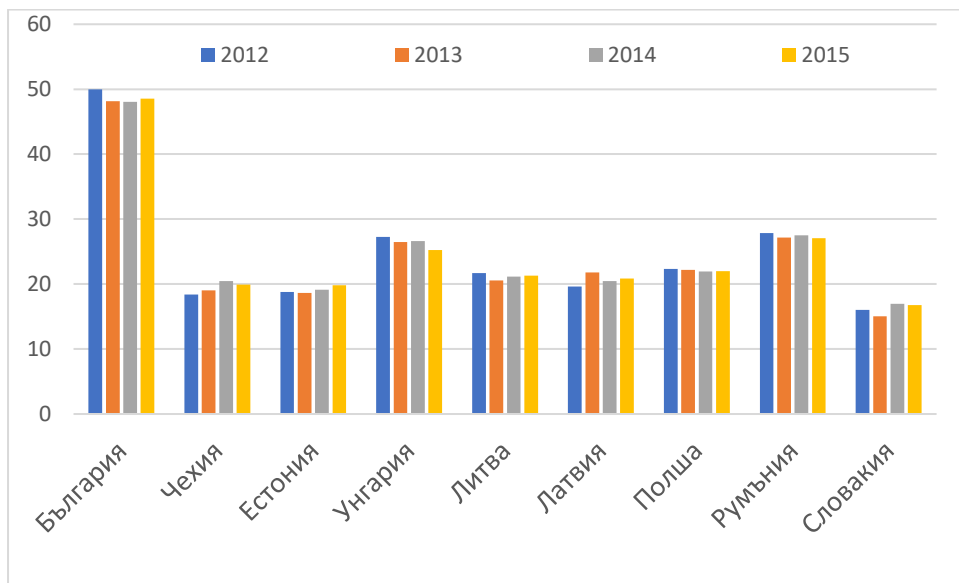
Показател за степента на туристическа привлекателност на дадена дестинацията е индикаторът “средна продължителност на нощувките”. По-кратката средна продължителност разкрива туристически интерес предимно от екскурзионен тип, свързан по-скоро с еднократно посещение на туристическата атракция, а не с пребиваване на място. Всички изследвани страни от ЦИЕ регистрират тенденция на намаляване на средната продължителност на нощувките в периода 2012-2015 г. (-6% средно за региона), като най-негативно проявление на тренда се наблюдава в Латвия (-11%), Литва (-9%) и България (-8%). Останалите страни от групата регистрират по-малка динамика в продължителността на нощувките, като резултатът на Румъния е -5%.

Друг съществено показател за състоянието на туризма е индикатора “амплитуда на сезонност”. Той дава важна оценка за туристическия потенциал на



изследваните държави. Сезонността създава значителни трудности, свързани с намаляване на рентабилността на туристическите предприятия и на използването на основните им фондове, влошава обслужването на туристите и поражда текучество на заетите. Оценка на амплитудата на сезонност се прави чрез т.нар. “Джини индекс”, който измерва степента, в която разпределението на туристическите нощувки в дадена страна се отклонява от разпределението без сезонност. Стойностите, близки до 0, отразяват ниска степен на сезонност, докато стойности, близки до 100, отразяват висока степен на сезонност.

Графика 4 Амплитуда на сезонност в страните от ЦИЕ



Източник: Виртуална обсерватория по туризъм, ЕК

Видно от графиката, държавата с най-ниска степен на сезонност е Словакия, което означава, че страната разполага с условия за целогодишен туризъм на нейна територия. В противоположния край на класацията е България, която е страната от ЦИЕ с най-малко условия за целогодишен туризъм.

Друга перспектива на съпоставяне на страните от ЦИЕ в областта на туризма е се явява Индексът за туристическа конкурентноспособност, поддържан от Световния икономически форум. За 2017 г. Румъния е класирана на 68 място от 138 (местата са равни на броя обхванати държави), а България е позиционирана на 45 място. Колкото по-надолу е дадена държава в класацията, толкова по-висока е нейната конкурентноспособност в туризма.

България (45-то място), Румъния (68-мо място), Чехия (39-то място), Естония (37-мо място), Унгария (49-то място), Литва (56-то място), Латвия (54-то място), Полша (46-то място), Словакия (59-то място).



Според индекса, най-слабите (и следователно най-уязвимите) елементи на туризма в Румъния са наземна и пристанищна инфраструктура, следвана от летищна инфраструктура, човешки ресурси и трудов пазар, ценова конкурентност. От другата страна на класацията, най-високото ниво се заема от показателите „здраве и хигиена“, „безопасност“, „устойчивост на околната среда“, „културни ресурси“. Слабите страни на туристическата конкурентноспособност на България са „безопасност“, летищна, наземна и пристанищна инфраструктура, а силните страни са „здраве и хигиена“, „околна среда“ и „туристически услуги и инфраструктура“.

От направения сравнителен преглед на данните за развитието на туризма в ЦИЕ, биха могли да се обобщят следните изводи:

- Въпреки редицата предизвикателства пред туризма (терористични заплахи, климатични промени, политическа нестабилност), неговото развитие изпреварва ръста на БВП на световната икономика;
- Европа продължава да бъде лидерската дестинация в света за вътрешен и входящ туризъм;
- Основни конкуренти на България и Румъния от региона на ЦИЕ са Латвия, Литва и Унгария - тази тенденция разкрива нарастващ туристически интерес към по-непопулярни дестинации;
- В ЦИЕ се оформя туристическа ос изток-север

Румъния изпреварва България по всички изследвани показатели за развитието на туризма.

България

От десетилетия насам, международният туризъм в България отбелязва стабилна тенденция на постоянно повишение на броя на чуждестранните туристи, избрали страната като място за почивка. Според данни на Световния съвет по пътувания и туризъм, прекият принос на туризма за БВП на България през 2016 г. е бил 3 115,9 млн. лв. (3,4% от БВП). Очаква се, че през 2017 г. той ще нарасне с 4.6% до 2,358.7 млн. лв. Туризмът в страната е генерирал 98 000 работни места през 2016 г. (3,2% от общата заетост), като се очаква броят им да нарасне с 6,2% през 2017 г. до 104 000 (3,4% от общата заетост). Разходите на чуждестранни туристи представляват ключов елемент от прекия принос на туризма за БВП. През 2016 г. България генерира 6 962,0 млн. лв. по този показател. През 2017 г. се очаква разходите да се увеличат с 5,7%, а страната да привлече 8,163,000 чужди туристи.

Въпреки оптимистичната оценка и прогнози за развитието на туризма в страната, направени от международни организации, актуални статистически данни на НСИ



илюстрират не толкова позитивни сценарии на развитие. Направеният по-горе сравнителен анализ на развитието на туризма в страни от ЦИЕ постави България на последните места по всички изследвани показатели, вкл. по ръст на чуждестранни туристи. Негативна тенденция на развитие страната отбелязва по индикатори “туристически пътувания”, “вътрешни пътувания”, “нощувки на чуждестранни туристи (не-резиденти) в обекти за настаняване”. Туризмът в страната е единственият в Европа с най-голяма степен на сезонност. Въпреки нарастващия брой на чуждестранни туристи в България, разходите за туризъм също регистрират негативна тенденция, като през 2016 г. намаляват със 75% спрямо 2008 г.

Графика 5 Разходи за туризъм в България, 2008-2016, хил. лева, НСИ



Илюстрацията разкрива рязък спад на разходите през 2012 г. (-66% спрямо 2011 г.), като това ниво се поддържа до 2016 г. -Причините, довели до този спад, са комплексни, но силно впечатление прави факта, че по-високите разходи съвпадат с периода на световната финансова криза, а

тяхното рязко намаляване се случва в следкризисния период. Изводът, който се налага е, че България продължава да поддържа негативен имидж на евтина дестинация (по-често посетена е във време на криза) и е очевидна нейната неспособност да отговори на нарастващото търсене на по-високо качество, автентичност, привлекателност и разнообразие на туристическите услуги и среда. Страната все още не е достатъчно конкурентоспособна на пазара на туристически услуги. Споделя се и мнението, че тя е по-скоро известна като страна за масов морски туризъм, а популярността на алтернативни форми на туризъм е все още ограничена, въпреки благоприятните условия за тяхното практикуване. Безусловна е и оценката, че икономическите ползи от разходите на чужди граждани в българската дестинации са значително по-високи. Този факт подсказва, че е много по-обосновано усилията с маркетингов и търговски характер да се насочат към външни емитивни (генериращи) пазари. Поради значително по-ниските разходи на туристите в страната за крайно потребление на продукти, характерни за туризма, целенасоченото стимулиране на вътрешния туризъм би имало по-малък икономически ефект.

Сходни негативни тенденции в развитието на туризма в България се наблюдават и на областно ниво. Обект на проучване са 7 области, които попадат в ареала на



целевия маршрут: Видин, Враца, Монтана, Плевен, Силистра, Велико Търново и Русе.

Таблица 3 Брой места за настаняване в целевите области, 2011-2015 г., България

Област	2011	2012	2013	2014	2015	% промяна 15/11
Видин	45	33	36	36	32	-29%
Монтана	32	30	26	27	27	-16%
Враца	33	25	29	30	29	-12%
Плевен	13	14	23	29	29	123%
Велико Търново	107	104	112	118	116	8%
Русе	123	46	44	42	47	-62%
Силистра	33	20	20	20	20	-39%

Източник: НСИ

Области Плевен и Силистра са единствените от целевите, които регистрират положителен ръст в броя на местата за настаняване. За същия период, темпът на растеж на броя на реализираните нощувки се увеличава в област Плевен с 20%, докато в област Силистра се намалява с -8%. Тоест, и в двете области развитието на материалната база превъзхожда обема на туристи, които я ползват, а това е показател за протичане на неструктурирани и непоследователни процеси в развитието на туризма.

Долната таблица дава по-подробна картина на динамиката в броя на реализираните нощувки в целевите области.



Таблица 4 Реализирани нощувки по целеви области, 2008, 2012, 2016 г., България

Област	2008			2012			2016			% промяна в общия брой нощувки и 16/08
	Реализиран и нощувки в места за настаняване - общо	Реализиран и нощувки от български граждани	Реализиран и нощувки от чужди граждани	Реализиран и нощувки в места за настаняване - общо	Реализиран и нощувки от български граждани	Реализиран и нощувки от чужди граждани	Реализиран и нощувки в места за настаняване - общо	Реализиран и нощувки от български граждани	Реализиран и нощувки от чужди граждани	
Общо за страната	18,295,403	35%	65%	20,252,038	34%	66%	25,185,996	36%	64%	38%
Видин	35,413	79%	21%	52,249	79%	21%	51,090	77%	23%	44%
Враца	51,884	85%	15%	72,679	86%	14%	95,703	81%	19%	84%
Монтана	61,482	92%	8%	71,917	92%	8%	63,772	92%	8%	4%
Плевен	95,708	83%	17%	80,863	74%	26%	80,962	82%	18%	-15%
Велико Търново	221,033	82%	18%	275,162	78%	22%	320,395	80%	20%	45%
Русе	133,761	76%	24%	148,091	71%	29%	145,759	69%	31%	9%
Силистра	33,288	75%	25%	39,337	74%	26%	30,902	80%	20%	-7%

Източник: НСИ

В периода 2008-2016, отново на територията на области Плевен и Силистра, се регистрира негативна тенденция в намаляване на броя на реализираните нощувки. Области Видин, Враца и Велико Търново отчитат възходяща тенденция на увеличение на броя на нощувките в стойности над средните за страната. Нощувките в области Монтана и Русе също растат, но със стойности под средните за страната. Ключова особеност на изследваните области, е че делът на вътрешния туризъм е по-



голям от този на входящия, докато осреднените данни за страната са в обратна перспектива. От всички 7 области Русе, следвана от Видин, е с най-висок дял на реализираните нощувки от чуждестранни туристи, а област Монтана, следвана Плевен, е с най-нисък. По отношение на броя пренощували лица в целевите области, картината не се различава от тази на броя реализирани нощувки. Лидер в групата е област Враца, която бележи ръст от 62% през 2016 г. спрямо 2008 г., следвана от област Видин с ръст от 56%. Резултатите и на двете области надминават средното ниво на броя пренощували лица за страната, което отчита 43% растеж в периода 2008-2016 г. В другия край на класацията са области Плевен (-18%) и Силистра (-11%).

Преглед на данните по индикатор “среден брой нощувки на един турист” класира целевите области в противоположен ред. Лидер по ръст в продължителността на нощувките за периода 2008-2016 г. е област Силистра (51%), която иначе регистрира низходяща тенденция по отношение на броя туристи, които посещават района, и броя на реализирани нощувки. В абсолютни стойности, обаче, областта, на чиято територия туристи реализират най-дълъг престой през 2016 г., е Монтана - 2.4 нощувки на един турист. Най-кратък престой отчита област Видин (1.3 нощувки), следвана от Велико Търново (1.4). Продължителността на туристическия престой във всички целеви области е под средното ниво на страната. Продължителността на туристическия престой е съществена фактор с положителни ефекти върху икономическото развитие на съответната територия и важен показател за нейната туристическа атрактивност.

По отношение на степента на развитие на културно-историческия туризъм в целевите български области би могло да се посочи, че неговото текущо състояние е незадоволително, но с висок потенциал за обособяването му като ключово туристическо направление. В рамките на предварителното проучване и в подготовката на настоящата Стратегия всички 90 обекти от маршрута са детайлно оценени от гледна точка на редица показатели, като достъпност, информационна и техническа инфраструктура, физическо състояние, юридически статус, връзка с други форми на туризъм, места за настаняване и др. Основните предизвикателства за адресиране при археологическите обекти са в сферата на подобряване на достъпността, социализацията и експонацията на обектите.

По отношение на българските обекти на движимото културно наследство (музеи) от маршрута, биха могли да се обобщят следните основни трудности, пред които музеите са изправени:



- Съществен проблем, отнасящ се до цялата северозападна България е неконтролируемият мащаб на иманярството, поради което са унищожени повечето археологически обекти извън населените места. Липсва охрана.
- При направа на картата на възстановената собственост (КВС) и кадастрите не са взети под внимание археологическите обекти - не са нанесени изобщо или не са на точните им места, имотите им не са отредени за културна ценност;
- При повечето археологически обекти не са определени граници и режими, не е зададен статут на много от археологическите обекти;
- По-голямата част от собствеността на земята при археологическите обекти е частна. Една част се стопанисва като земеделска земя, друга попада в обхвата на селищни системи, и така обектите не получават наложителното предназначение „археологически обект“.
- Силно ограничени средства за археологически разкопки;
- Археологическите обекти на римското културно са непопулярни;
- Музеят има проблеми с материалната база, породени от некачествени реставрационни дейности;
- Слабо развита връзка на музеите с туристическия бизнес. Има необходимост от повишаване на капацитета за управление на музейните експозиции в контекста на нарастваща конкуренция и развитие на дигитално общество.

По-долу е направен преглед и анализ на степента на развитие на културно-историческия туризъм в Румъния.

Румъния

На официалната интернет страницата на Румъния за популяризиране на туризма в страната са представени 37 административни окръга (от общо 41) като туристически дестинации и 9 исторически райони²¹. Всички окръзи, през които минава маршрута маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са маркетирани като дестинации за културен туризъм, но не са посочени негови тематични направления (напр. античност, средновековие и т.н.). В същото време, историческите райони Олтения и Мунтения, през които минава маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, са презентирани като Малка Влахия (Олтения) и Голяма Влахия (Мунтения). Общият

²¹ <http://www.romania.travel/>

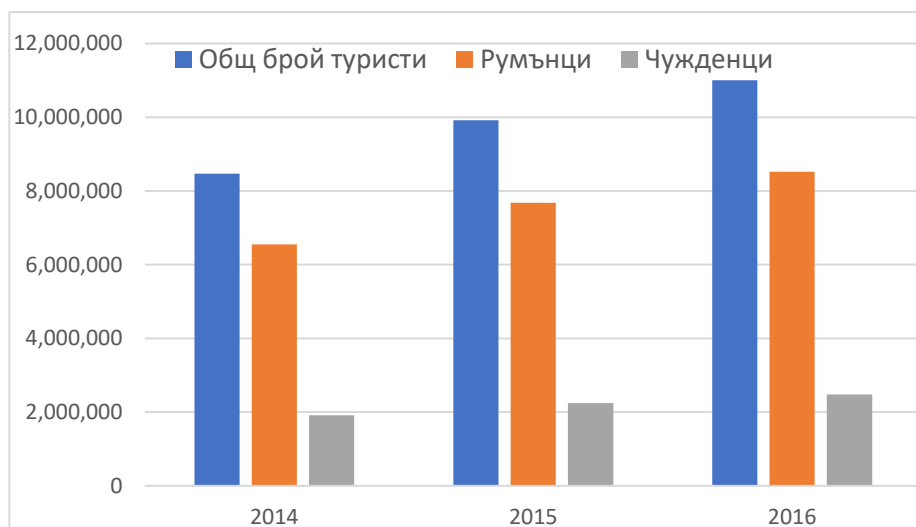


район Влахия е презентирани като пъстра смесица от исторически и природни атракции, с акцент върху многобройните музеи, театри и изложбени зали в столицата Букурещ, ски-курортите и замъка Пелеш в Карпатите, както и многобройните манастири, в т.ч. Хорезу (обект на ЮНЕСКО).

Румъния като туристическа дестинация в интернет е представена и с отделни сайтове на съответния чуждестранен език, като такива са направени за целевите изходящи държави: www.rumaenien-info.at, www.rumaenien-tourismus.de, www.guideroumanie.com, www.romania.it, www.romaniatravel.ru.

Все по-фокусираната, и ориентирана към целеви групи туристи, политика на Румъния за развитие на туризма и все-конкурентното туристическо представяне на страната в ЦИЕ генерира позитивни ефекти и върху динамиката на развитие на основни туристически показатели. По-долу е представена селекция от индикатори с тригодишен времеви обхват 2014-2016, съгласно най-актуалното издание на НСИ, посветено на туризма²².

Графика 6 Брой туристи, пристигнали в обекти за настаняване, Румъния



Източник: НСИ

И трите групи туристи бележат по 30% средногодишен ръст в периода 2014-2016 г. Прави впечатление преобладаващия дял на вътрешния туризъм, докато в България преобладава входящия туризъм спрямо вътрешния. Тук е необходимо да се направи

²² <http://www.insse.ro/cms/en>



уточнението, че Румъния е с население близо 3.5 пъти по-голямо от това на България и директното сравнение между двете страни е статистически некоректно. Броят на нощувките е в съотношение 3:1 в полза на вътрешния туризъм.

Графика 7 Брой нощувки в обекти за настаняване по туристически зони, 2016, Румъния



Източник: НСИ

От графиката е видно, че районът на Букурещ е най-посещаваният от туристи, а на другия край в класацията е Дунавската делта. Макар ареалът на целевия маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ да не попада изцяло в нито една от диференцираните туристически зони, тези данни са важни за открояване на конкурентните дестинации и дефиниране на маркетингови мерки за преодоляване на неконкурентните характеристики на маршрута.

На ниво район за планиране, отново лидер по туристическа посещаемост е районът със столицата Букурещ.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Таблица 5 Брой туристи, пристигнали в обекти за настаняване и брой нощувки по райони за планиране, 2015 и 2016, Румъния

Район	Пристигнали туристи в обекти за настаняване (брой)						Брой нощувки					
	2015			2016			2015			2016		
	Общо	Румънци	Чужденци	Общо	Румънци	Чужденци	Общо	Румънци	Чужденци	Общо	Румънци	Чужденци
ОБЩО	9,921,874	7,681,896	2,239,978	11,002,522	8,521,698	2,480,824	23,519,340	19,047,701	4,471,639	25,440,957	20,609,141	4,831,816
1. Североизточен	939,475	822,251	117,224	1,084,045	948,926	135,119	1,934,306	1,699,624	234,682	2,205,775	1,935,068	270,707
2. Югоизток	1,347,969	1,251,822	96,147	1,506,616	1,404,096	102,520	4,918,408	4,547,330	371,078	5,313,781	4,974,217	339,564
3. Южен - Мунтения	852,652	730,491	122,161	914,141	785,648	128,493	1,909,901	1,661,086	248,815	1,996,392	1,709,716	286,676
4. Югозападен - Олтения	582,142	531,301	50,841	630,446	582,423	48,023	1,727,528	1,615,675	111,853	1,810,428	1,692,412	118,016
5. Западен	875,750	713,729	162,021	899,961	726,143	173,818	2,233,754	1,872,194	361,560	2,283,902	1,914,718	369,184
6. Северозападен	1,140,667	931,900	208,767	1,316,363	1,077,788	238,575	2,713,820	2,270,244	443,576	3,088,566	2,607,023	481,543
7. Централен	2,332,362	1,901,886	430,476	2,585,938	2,094,943	490,995	5,042,039	4,122,471	919,568	5,386,220	4,373,269	1,012,951
8. Букурещ-Илфов	1,850,857	798,516	1,052,341	2,065,012	901,731	1,163,281	3,039,584	1,259,077	1,780,507	3,355,893	1,402,718	1,953,175

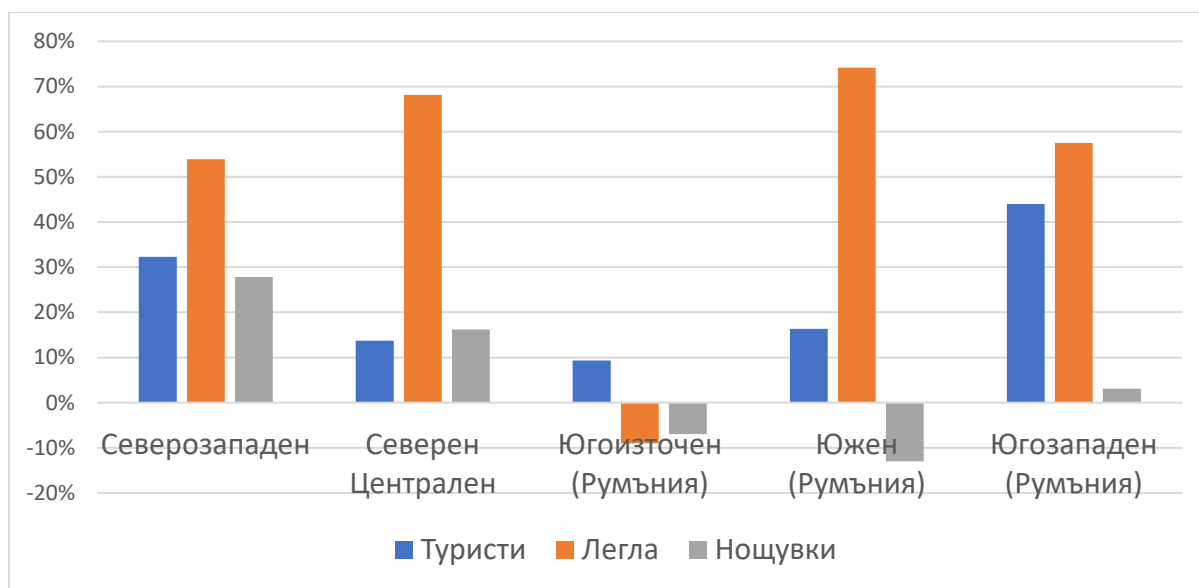
Източник: НСИ

Най-атраktivни за посещение от румънски туристи са районите Югоизток (който покрива черноморска зона и Дунавска делта), Централен (Трансилвания), Букурещ-Илфов и Северозападен (исторически район Марамуреш). Това са и икономически най-развитите райони в страната. С изключение на югоизточния район (очевидно тази дестинация се замества от българското Черноморие), останалите три са най-често посетени и от чуждестранни туристи, като лидер в групата е отново Букурещ-Илфов. Същите райони оглавяват и класацията за най-много реализирани нощувки от чуждестранни туристи.



Ако се направи сравнение на туристическата атрактивност в 5-те райони за планиране, които попадат в обхвата на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, се получават следните илюстрирани резултати:

Графика 8 Ръст на броя туристи, легла и нощувки по целеви райони за планиране, 2015/2005, България и Румъния



Източник: Евростат

За 10 годишен период от време, в илюстрираните български и румънски райони за планиране протичат разнопосочни процеси на туристическо развитие. В България се регистрира възходяща тенденция на развитие на основни туристически показатели, докато в Румъния ръстът е от колеблив до отрицателен. Ключовият, за икономическото развитие, индикатор “реализирани брой нощувки” бележи отрицателен ръст в Румъния и положителен в България. Внимателен преглед на графиката би могъл да очертае следния поведенчески профил на турист в ареала на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“: посещава Югозападния район в Румъния, като пренощува в Северозападния в България. Туристи избират места за нощуване там, където районът е по-концентриран на туристически атракции в сравнително близко разстояние една от друга. Като площ, атракциите в Югозападния район са позиционирани в далечни, една от друга, територии.



Изборът на румънските туристи за реализиране на специализирани форми на туризъм е илюстриран в долната таблица.

Таблица 6 Брой румънски туристи, участващи в местни туристически дейности, по форми на туризъм, 2015 и 2016

<i>Туроператорски агенции</i>		<i>Агенции, извършващи продажби</i>		<i>Форми на туризъм</i>
2015	2016	2015	2016	
430832	590500	133502	162618	<i>Общо туристи</i>
248174	340949	50302	61437	<i>Черноморски туризъм</i>
151	282	-	31	<i>Речни круизи</i>
114	125	25	79	<i>Морски круизи</i>
8984	6043	849	1587	<i>Дунавска делта</i>
5120	15356	7257	9145	<i>Културен туризъм</i>
2484	21014	1366	1871	<i>Религиозен туризъм</i>
63105	76758	21068	24155	<i>Планински туризъм</i>
29212	24892	9009	13159	<i>Спа туризъм</i>
73488	105081	43626	51154	<i>Други форми</i>

Източник: НСИ

Предпочитанията на румънските туристи за практикуване на културен туризъм в страната през 2015 г., използвайки туроператорски агенции, заемат дял от 1% в общия вътрешен туризъм, докато през 2016 г. делът нараства до 3%. Културният туризъм, обаче, бележи втория по големина ръст от 200% през 2016 спрямо 2015, предхождан от религиозния туризъм, който регистрира ръст от 746%. Вероятната причина е поради най-често срещаното съчетание между културен и друг вид туризъм. Типичните съчетания на културния туризъм са с кулинарен, планински, морски туризъм, селски и еко-туризъм. Това прави маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ привлекателен културен маршрут за интегриране с основна туристическа дестинация.



2.4. Приоритетни пазари

Според Световния съвет по пътувания и туризъм (ССПТ), въпреки все по-големите и непредвидими шокове от терористични атаки, политическа нестабилност, пандемии и природни бедствия, туризмът продължава да регистрира устойчиво развитие, и през 2016 г. отчита пряк принос към растежа на БВП от 3.1% (икономиката отчита 2.6% пряк принос). Туристическият пазар е един от най-динамично развиващите се, като тенденциите са увеличение на изходящия и входящия туристопоток от и към Азия, Тихия океан, Латинска Америка, Централна и Източна Европа.

По данни на СОТООН²³, през последните години **Китай** е най-бързо развиващият се пазар на изходящи туристи, като се е изкачил на първо място в класацията за чуждестранни разходи за туризъм през 2012 година. През 2013 г. Китай отчита рекорд, увеличавайки разходите си за туризъм с 17 милиарда евро стигайки ниво от 97 милиарда евро, което формира преднина от 32 милиарда евро спрямо САЩ (втори в класацията) и Германия (трета в класацията). Подкрепена от нарастващата средна класа и бързо растящия разполагаем доход, както и от наличието на по-малко ограничения за чуждестранни пътувания и висока валута, китайските разходи за туризъм регистрират почти експоненциален ръст през последните десетилетия. Китайските разходи за туризъм са се увеличили почти седемкратно за 13 години, от 14 милиарда евро през 2000 г. до 97 милиарда евро през 2013 г.

През 2013 г. **Руската федерация** става четвъртият най-голям изходящ пазар, регистрирайки 25% увеличение на разходите за туризъм, стигайки до 40 милиарда евро. Това е вторият най-бързо развиващ се пазар през последните години след Китай, благодарение на увеличението на годишните разходи с 26 милиарда евро от пред-кризисната 2006 година. През 2000 г. руснаците, пътуващи в чужбина, харчат малко под 10 милиарда евро и оттогава разходите са се увеличили четирикратно.

Бразилия е третият най-бързо развиващ се пазар на изходящи туристи с годишни разходи, от 2006 г. насам, от средно 14 милиарда евро. През 2013 г. разходите за пътувания в чужбина от бразилци са нараснали с 13% до 19 млрд. евро. През 2000 г. бразилците, пътуващи в чужбина, харчат едва 4 млрд. евро, и оттогава насам разходите са се увеличили повече от 4 пъти.

²³ <http://mkt.unwto.org/en/barometer>



Цял набор от развити и развиващи се икономики увеличават разходите си за туризъм с 1 милиард евро (до 6 милиарда евро). Сред последните са Обединените арабски емирства, Кувейт, Саудитска Арабия и Катар в Близкия изток, Малайзия, Филипините, Индия, Индонезия, Иран и Тайланд в Азия и Тихия океан. Само две държави изразходват значително по-малко средства през 2013 г., отколкото преди кризата: Обединеното кралство (-11 млрд. Евро) и Япония (евро -5 млрд. Евро). Така, ръстът на не-европейски туристи се очаква да бъде средно с 2,9% годишно, достигайки 144 милиона през 2025 г. През двете десетилетия 2010-2030 г., голяма част от туристите в ЕС ще идват от страните от Азия, Латинска Америка, Централна и Източна Европа, Източна Средиземноморска Европа, Африка и Близкия Изток (СОТОН).

Тази тенденция на развитие на туристическия пазар разкрива кои са приоритетните пазари за входящи туристи, които развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ следва да привлече чрез подходяща маркетингова стратегия. Входящият туристопоток към България и Румъния е прогнозиран да се увеличи средно с 3.7% годишно до 2025 г., докато делът на не-европейски туристи се очаква да се повиши дори с по-бързи темпове.

В българската Стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030 целевите пазари са идентифицирани и разделени в следните групи:

(1) Западноевропейските пазари (Великобритания, Германия и Швеция), които обикновено имат висока покупателна способност, висок интензитет на задгранични пътувания и високи разходи в чужбина. Също така, общо и за трите пазара е високият им афинитет към почивки на море на слънчев и топъл климат - нещо, което не може да се намери в тези страни. Друга обща черта е, че България до сега има малък пазарен дял на тези три пазара, но и трите пазари имат потенциал за интерес, който значително надвишава настоящия обем на пътуванията.

(2) Втората група се формира от източноевропейски, респективно съседни пазари (Чехия, Русия, Украйна, Сърбия, Румъния, Гърция и Турция). Също така, за разлика от западноевропейските пазари, където по-голямата част от населението може действително да си позволи задгранични пътувания или пътувания до България, само една малка част от населението на източноевропейските или съседните пазари може да си позволи пътуване в чужбина (поради по-ниската покупателна способност). Все пак България също има голям потенциал за интерес на всички тези пазари, надхвърлящ (в някои страни дори многократно) настоящия обем на



пътуванията. Друго общо предимство на тези пазари е, че те имат определена "близост" с България, което означава или географската близост като съседна държава (което обикновено повишава пътуванията), или близост и познатост, базирани на сходните култура, история и език.

Целевите пазари могат да се очертаят и на база предпочитания към специфични форми на туризъм. България има сравнително широка целева група. Това се дължи предимно на основния продукт на страната - почивка на море (т.нар. масов туристически продукт на пазара), който обикновено привлича хора от всички възрастови групи, както и хора с различни нива на образование и доходи. За разлика от това, обиколките, ориентирани към културен туризъм или почивките със зимен спорт например, са привлекателни само за хора от определени възрастови групи, нива на образование и доходи.

Годишната програма за национална туристическа реклама за 2016 г. на България специфицира следните пазари, съобразно традиционния избор на туристите от съответната държава:

Пазар "България" - българските туристи предпочитат уикенд почивки, спа и уелнес, екотуризм, фестивали на културата и изкуството, спортни събития, ски и лятна ваканция

Традиционни пазари от масов тип - морска почивка и ски ваканция - Германия, Великобритания, Русия, Украйна, Скандинавия, Централна Европа, Франция, Бенелюкс, Балкански страни

Пазари на специални интереси - специализирани събития (Испания), еко и културен туризъм (Франция), културен и балнео туризъм (Германия, Израел), приключенски (Великобритания), поклоннически (Русия), фестивали на културата и изкуството (Япония и Китай), културен туризъм (Италия, Испания), балнео туризъм (Скандинавия)

Нови пазари с потенциал на развитие - Средна Азия и Далечен Изток

Годишната програма за национална туристическа реклама за 2016 г. на България приоритизира следните пазари, като целта е приоритизацията да подкрепи комуникационните мерки:

(1) Пазари от първостепенен приоритет за България трябва да са Германия, Русия, Румъния, Великобритания, Гърция, Турция.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



(2) Пазари от второстепенен приоритет трябва да са Франция, Полша, Бенелюкс, Чехия, Австрия, Македония, Израел, Сърбия, Италия, Швеция, Унгария

Данните на НСИ за входящия туризъм правят друга подредба на пазарите, чиито изходящи туристи избират България за туристическа дестинация.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



Таблица 7 Реализирани нощувки в България в места за настаняване от чужди граждани

	2013	2014	2015	2016	% темп на растеж 2016/2013
<i>ОБЩО</i>	14,370,426.00	14,077,798.00	13,352,281.00	16,150,666.00	12.4%
<i>Европейски съюз</i>	8,299,093.00	8,232,264.00	8,660,299.00	10,888,611.00	31.2%
<i>Други европейски страни</i>	4,398,673.00	3,896,720.00	2,723,160.00	3,286,609.00	-25.3%
<i>Германия</i>	2,286,613.00	2,342,577.00	2,339,836.00	3,232,877.00	41.4%
<i>Руска Федерация</i>	2,823,295.00	2,396,020.00	1,355,826.00	1,865,558.00	-33.9%
<i>Румъния</i>	1,454,411.00	1,203,802.00	1,462,940.00	1,587,836.00	9.2%
<i>Полша</i>	837,196.00	933,527.00	989,481.00	1,368,215.00	63.4%
<i>Великобритания</i>	1,042,027.00	1,010,391.00	1,124,930.00	1,341,086.00	28.7%
<i>Други страни</i>	446,144.00	536,935.00	632,910.00	722,548.00	62.0%
<i>Израел</i>	318,596.00	401,104.00	467,981.00	546,817.00	71.6%
<i>Чешка република</i>	312,840.00	339,099.00	360,762.00	502,461.00	60.6%
<i>Норвегия</i>	335,719.00	328,516.00	292,558.00	321,416.00	-4.3%
<i>Белгия</i>	177,567.00	185,751.00	210,164.00	315,099.00	77.5%
<i>Франция</i>	259,255.00	274,332.00	261,327.00	303,767.00	17.2%
<i>Гърция</i>	225,925.00	226,457.00	225,201.00	246,235.00	9.0%
<i>Словакия</i>	222,026.00	220,884.00	205,760.00	224,202.00	1.0%
<i>Дания</i>	165,581.00	150,038.00	170,985.00	186,533.00	12.7%
<i>Унгария</i>	168,056.00	139,739.00	158,569.00	184,279.00	9.7%
<i>Нидерландия</i>	151,084.00	144,099.00	130,473.00	177,476.00	17.5%
<i>Италия</i>	130,237.00	164,211.00	162,101.00	176,888.00	35.8%
<i>САЩ</i>	96,279.00	103,527.00	136,987.00	150,377.00	56.2%

Източник: НСИ



Представените данни за реализирани нощувки в България обединяват пътувания с цел туризъм и бизнес, така че те не бива да се приемат като показател за туристическа атрактивност. Не бива да се подценява и фактът, че бизнес командировките се превръщат във все по-ключова ниша за развитие на туристически дестинации. От изнесените данни се вижда, че страните с интерес към културния туризъм, както са посочени по-горе - Франция, Германия, Израел, Италия бележат категоричен ръст на нощувките в последните 4 години. Прави впечатление, също така, внушителния ръст на реализирани нощувки на Белгия (77%) и Израел (71.6%), но хипотезата е, че по-големият дял от тях е реализиран в столицата под формата на бизнес пътувания в резултат на нарастващите административно-служебни, с Белгия, и търговски, с Израел, взаимоотношения. Въпреки това, организираните пътувания на израелски туристи до българското Черноморие, и предпочитанията им към комбинация на масов и не-масов туризъм (вж. по-горе), са достатъчна предпоставка Израел да се обособи като целеви пазар със среден приоритет. Към същата група биха могли да се присъедини САЩ и Нидерландия, които регистрират висок ръст на реализирани нощувки в България. Заради богатото етническо многообразие, което населява двете държави, туристи от тези страни не се класифицират като традиционни почитатели на масовия туризъм. Ако демонстрирания нарастващ интерес на САЩ и Израел към България се съчетае с подходяща маркетингова стратегия на целевия културно-исторически маршрут, то трансграничният регион България-Румъния би бил достатъчно атрактивен за отдалечените САЩ и Израел, за които възможността с една дестинация да посетят повече държави (маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“) е от решаващо значение.

Почти аналогичен пазар на входящи туристи се регистрира и в Румъния. В най-актуалния компендиум на румънския НСИ за развитието на туризма в страната са представени данни само за 2015 г. и 2016 г., като тук се илюстрират само тези за 2016 г., поради липса на достатъчна статистическа информация да се регистрира тенденция на развитие.

Таблица 8 Реализирани нощувки от чужди граждани в места за настаняване, Румъния, 2016 г.

Държава	Брой нощувки	Дял от общия брой туристи от Европа
Германия	546,275	15.41%
Италия	452,274	12.76%



Унгария	295,065	8.32%
Франция	264,482	7.46%
Великобритания	250,763	7.07%
Полша	174,764	4.93%
Испания	170,279	4.80%
Молдова	159,075	4.49%
Гърция	115,237	3.25%
България	112,030	3.16%
Нидерландия	109,745	3.10%
Австрия	108,796	3.07%
Израел	579,414	
САЩ	254,487	

Източник: НСИ на Румъния

Изненадващ е фактът, че най-много нощувки в Румъния през 2016 г. са реализирали граждани на Израел, като техният брой на нощувките с малко надвишава този на лидера Германия, а граждани на САЩ изпреварват по посещаемост традиционния представител на групата от основни пазари - Великобритания. Както се отбеляза в Приложение 3.5 Анализ на туризма, непопулярните дестинации като България и Румъния привличат все повече посетители от не-европейски страни и маркетинговата стратегия за развитие на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ следва адекватно да отрази тази тенденция. Сравнение между целевите пазари на България и Румъния открояват следните две разлики:

(1) Скандинавските страни, заедно с Чехия и Словакия, са пазар с потенциал за развитие в България в сегмент морски туризъм, докато в Румъния този под-отрасъл не е конкурентно развит и следователно тези страни отсъстват в групата държави с висока посещаемост на страната;

(2) Румъния е чест избор на туристическа дестинация за съседни държави, както и за Франция, Испания и Италия поради сходство в езиковите системи с последните три страни. Това е фактор от огромно значение за развитието на туризма, поради способността на езика да формира усещанията за близост и сходство в много други сфери.

(3) Великобритания е основен целеви пазар за туризма в България и Румъния, но страната е по-скоро привърженик на масовия туризъм (морски, зимен) и в по-малка степен на алтернативния. Въпреки това, британци в пенсионна възраст формират фундаментална целева група за културен туризъм в съчетание с балнеоложки, за



който и България и Румъния могат да предложат неизчерпаеми ресурси и условия за всеки вкус. Историческата връзка на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ с първия сертифициран от ЮНЕСКО римски лimesов маршрут, обхващащ страните Великобритания и Германия, е задължителен елемент от маркетинговата стратегия за развитие на маршрута.

Румъния, подобно на България, също идентифицира пазари за развитие на туризма в страната. В националния стратегически маркетинг и оперативен план за периода 2011-2015 г. са обособени 8 основни целеви пазара: Германия, Италия, Франция, Великобритания, Австрия, Русия, САЩ, Унгария и 11 пазари с потенциал: Холандия, Испания, Полша, Белгия, Швеция, България, Украйна, Сърбия, Република Молдова, Китай, Япония.

От направения преглед дотук на количествени (официална статистика за България и Румъния) и качествени (анализ на стратегически документи) данни за входящия туризъм в България и Румъния биха могли да се обобщят и групират следните приоритетни пазари на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, които са с времеви хоризонт 2030.

Най-подходящи за включване в групата на **главни приоритетни пазари** на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са:

(1) Германия, Австрия, Словакия, Унгария, Хърватска, Сърбия, Молдова, Украйна - държави, през които река Дунав преминава;

(2) Чехия, Полша, Франция, Испания и Италия - първите две са традиционни за българския туризъм държави, с нарастващ брой на реализирани нощувки, чиито туристи имат склонност към съчетаване на масов с не-масов туризъм, и особено такива, които посещават района на българското Черноморие. Последните три са традиционен пазар на Румъния с подобряващи показатели, като Франция и Италия регистрират все по-нарастващ интерес и към България като туристическа дестинация, предлагаща многообразие от природни и антропогенни ресурси. Многообразието от ресурси е и отличителна характеристика за туризма във Франция, Испания и Италия.

(3) Израел - граждани на държавата все по-често посещават и Румъния и България, регистрирайки постоянен и устойчив ръст; демонстрират висок интерес към съчетаване на масовия с не-масовия туризъм, и по-конкретно с културен и балнео туризъм.



Най-подходящи за включване в групата на **главни пазари със среден приоритет** на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са:

- (1) САЩ и Нидерландия - страни с нарастващ брой на реализирани нощувки, които са етнически многообразни с разнообразни интереси и предпочитания, а това е предпоставка туристите от тези страни да не се класифицират като традиционни почитатели на масовия туризъм;
- (2) Латвия, Литва, Естония - изходящият туристопоток на трите държави и интересът към изучаване на нови култури (в противовес на традиционния имидж, който създават, на изолирани и затворени култури) все повече нарастват;
- (4) Великобритания - целева група 66+;
- (5) Китай - посещението на китайски туристи и в двете държави продължава да се увеличава с устойчив темп. Интересът на тази държава към европейската цивилизация и история е безусловен, и в комбинация с прогнози за най-бързо нарастващ изходящ туристопоток до 2030 Китай се превръща в сериозен потенциален пазар.

Най-подходящи за включване в групата на **пазари с нисък приоритет** на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ до 2030 са:

- (1) Руска федерация и Скандинавски държави - интересът на туристи от тези страни към масовия туризъм преобладава над не-масовия. За скандинавските туристи, обаче, речните круизи от горнодунавския до маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, маркетингови пакети са алтернативна, или придаваща добавена стойност на масовия туризъм, дестинация. Привлеченият брой туристи за културен и речен круиз, обаче, би бил сравнително малък и това е основното съображение за позиционирането им в тази група пазари.
- (2) Сравнително малки страни от Европа - Португалия, Малта, Кипър, Ирландия с предложение за диверсификация на морския туризъм, който е ключов за островните и полу-островните държавите, с речен, където елементът “вода” е определящ за избор на дестинация.



Най-подходящи за включване в групата на **пазари с ограничен приоритет** на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са:

(1) Швейцария и Люксембург - страни с предпочитания към по-висок и скъп клас дестинации;

(2) Страни от Средна Азия, Далечен Изток, Латинска Америка, Африка, Австралия, Нова Зеландия и Канада.

Развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ като интегриран културно-исторически туристически продукт привлича следните целеви групи туристи:

1. Организирани групи от круизи по Дунав;
2. Хора над средна възраст в организирани групи
3. Хора на средна възраст, които сами организират пътуванията си;
4. Младежи до 29 години;
5. Групи деца, ученици

Групи 1,3,4,5 са идентифицирани в “Предварително проучване на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, извършено в рамките на настоящия проект. Целева група 2 е посочена като приоритетна от Асоциацията на туроператорите и туристическите агенти, с която заедно се разработи анкетната карта за проучване на мнението на нейните членове за това какви характеристики са необходими на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, за да се превърне в конкурентен туристически продукт. В резултат от цитираното анкетно проучване, 43% от респондентите считат, че маршрутът е най-атрактивен за група 2. По равен брой гласове (27%) си поделят групите 1 и 3.

Отчитайки настоящото състояние на маршрута, като комплекс от развити и неразвити туристически обекти, профилът на най-често посещаващия, маршрута, турист би могъл да се очертае по следния начин: чуждестранен гражданин, с възраст около 30 и нагоре, с висше образование, със средни финансови възможности, и ползващ туристически пакет/организирано пътуване.



Българските и румънските туристи, посещаващи маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ биха имали следния профил: хора от всякакви възрасти, основно живеещи в големите градове, по-често със средни и по-високи доходи със средна продължителност на престоя - между 2 и 3 дни.

2.5 SWOT анализ

Резултатите от социално-икономическия анализ показаха, че всички територии, които попадат в ареала на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ притежават неразгърнат туристически потенциал, който се нуждае от сериозни инвестиции, атрактивен маркетинг и ефективно управление. Налице е сезонно потребление и ограничена диверсификация на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, лимитирана продължителност на престоя и ниски средни приходи от туристите. Многообразието от обекти предполага фрагментарност в подходите за неговото управление, която би нарушила интегритета на маршрута. Различната степен на социализация и инфраструктурна обезпеченост на обектите произвежда и други дефицитни характеристики на маршрута, които заедно с неговите безусловни конкурентни предимства формират изходните точки в планирането на стратегическата рамка. Едни от най-сериозните дефицити на българските обектите от маршрута са тяхната разпокъсана собственост и неразвитата обща и специализирана инфраструктура на второстепенните обекти. Голяма част от тези обекти са с или частна или смесена собственост. Недоброто обслужване и ниските цени на българските туристически продукти създават опасност за изграждане на траен имидж на страната като “евтина дестинация”. Бедността и ниските доходи на значителна част от населението в целевия регион ограничават потреблението и достъпа до култура и стесняват вътрешния туристически пазар. Остарялата система за професионално обучение в туризма и липсата на достатъчен интерес и стимули, както и на съвременни форми за образование и квалификация в сферата на културата, не допринасят за адекватната туристическа интерпретация на културно-историческите ресурси.

В процеса на изготвяне на SWOT анализа за целите на стратегическото планиране за развитие на маршрута се идентифицираха следните фактори с най-голямо влияние върху превръщането на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ в утвърден туристически продукт:



- (1) С най-съществена роля за развитието на маршрута е неговият потенциал за интегриране в друг утвърден транснационален културно-исторически и туристически маршрут - Дунавски лимес.
- (2) 1/3 от обектите на маршрута функционират като самостоятелни туристически обекти и вече са включени в предварителния списък на ЮНЕСКО;
- (3) От решаващо значение за развитието на маршрута са факторите, влияещи върху финансиране, кредитиране и данъчно облагане на културния туризъм. Разнообразни фискални стимули на Румъния за стимулиране на туристическото предлагане повишават възможностите за конкурентно развитие на инфраструктурата и услугите в целевия регион, но изоставянето на България в тази посока създава риск от небалансирано развитие на маршрута;
- (4) Липса на атрактивна реклама на културно-историческия туризъм в двете държави, която по отношение на България води до задълбочаване на негативния имидж на страната като “евтина дестинация”. Този имидж се подхранва и от изоставането в темповете на нарастване на качеството на българския туристически продукт в сравнение с този на конкурентните страни, вкл. с Румъния. Лошото качество на повечето съставни елементи на българския туристически продукт е един от най-големите проблеми, пред който е изправен отрасълът днес. Същевременно поради липса на ефективна маркетингова политика от страна на българските хотелиери, висококачественият продукт се продава на ниски цени;
- (5) Текущото състояние на туристическата суперструктура в целевия регион е незадоволително и неконкурентно;
- (6) С въвеждане на ИКТ в търсенето и предлагането на туризма се налага тенденция на повишаване дела на културния туризъм в световен мащаб. Това се дължи от една страна на все по-достъпната информация по различни културно-исторически теми, а от друга - на увеличаването на кратките градски и уикендови ваканции с цел посещение на културни събития. Принос за развитието на този вид туризъм има и експанзията на нискотарифните полети, които правят дестинациите достъпни за все повече туристи;
- (7) Културно-историческият туризъм рядко се провежда в “чист” вид и най-често се комбинира с други традиционни и специализирани видове туризъм, което увеличава вероятността за повече туристи при културно-историческите дестинации. Подходящ за практикуване целогодишно и извън активните туристически периоди;



(8) Като природни дестинации, крайречните райони, заедно с островните и крайбрежните са дестинациите, изложени в най-голяма степен на измененията на околната среда, които могат да доведат до преобразяване на туристическия избор и дейности. Необходимо е да се прилага балансиран подход, основаващ се на принципите на смекчаване (т.е. действия, ограничаващи факторите, които допринасят за изменението на климата, и по този начин смекчават неговото въздействие) и адаптация (т.е. предприемане на необходимите стъпки за справяне с последиците от изменението на климата).

В резултат на всичко казано дотук, се изготви следният SWOT анализ за иновативно развитие и усъвършенстване на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ в туристически продукт. Смисълът на SWOT анализа, освен че предполага и обосновава разработването на стратегия, е, че задава посоката на интервенции чрез стремеж към минимизиране ефектите на слабите страни и максимизиране ползите на силните.

Таблица 9 SWOT анализ на развитието на маршрут “Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
Силен потенциал за обособяване на маршрута като едновременно самостоятелен туристически продукт “маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“” и като част от транснационален маршрут “Дунавски лимес”	Небалансирано икономическо и туристическо развитие на територии от целевия регион, вкл. влошаваща се демографска картина на целевия район
Силен потенциал за интегриране на маршрута с други предпочитани форми на туризъм	Небалансирана форма на управление на обекти от маршрута от двете страни на Дунав
Географски обхват на маршрута, попадащ в маркетингани туристически райони в България и Румъния	Недостатъчно приоритизирано развитие на културно-историческия туризъм от национални, регионални и местни власти
Висок потенциал за споделено, и съгласувано с местните партньори, управление на маршрута	Слаба координация между субектите на управление на културно-историческия туризъм в региона
	Липса на разпознаваем имидж на трансграничния регион Румъния-България като културно-историческата туристическа дестинация



	Сравнително висока степен на сезонност
	Липсват стимули за инвестиции от страна на българските обекти
	Ниска средногодишна заетост на местата за настаняване в целевия регион
	Ниско качество на общата техническа инфраструктура на второстепенни обекти от българската част на маршрута
	Ниско качеството на специализираната инфраструктура (напр. основни и допълващи услуги) за повечето обекти от маршрута
	Недобра стационарна информационно-указателна англоезична система и минимално предоставяне на туристическа информация в обектите
	Неатрактивно експониране на основните обекти от маршрута
	Ниска степен на внедрени ИКТ във функционирането на обектите

ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
Повишено търсене на алтернативни форми на туризъм в глобален, регионален и национален план	Засилващата се глобална вълна от тероризъм и екстремизъм
Повишаване на туристическото търсене на база териториална и етническа близост	Неясната съдба на ЕС след изтичането на текущия програмен период (Брекзит, Унгария, Полша)
Подобряващ се имидж на Румъния като демократична държава със спазвано върховенство на закона, което привлича както чуждестранни инвестиции в туризма, така и чуждестранни туристи	Влошаващ се имидж на България като “евтина дестинация” с некачествени услуги
Нарастващ дял на нискобюджетните полети и увеличаване на броя летища, обслужващи такива полети	Развитието на културно-историческия туризъм не е приоритизирано от България и Румъния



Развиваща се клъстеризация, включително в сферата на културно-историческия туризъм	Институционално безсилие за водене на ефективна борба с иманярството
Територията на маршрута попада в обхвата на Стратегията на ЕС за развитие на Дунавския регион	Нарастващи проявления на климатичните промени и природни катаклизми
1/3 от културно-историческите обекти на маршрута функционират като самостоятелни туристически обекти	

Видно от анализа, преобладават слабите страни на маршрута, тоест към момента той е неконкурентноспособен да привлече нарастващ брой туристи. Резултатът безусловно предполага и обосновава разработването на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

III. Стратегически цели, мисия, визия за устойчиво развитие на римския историко-културен туризъм в трансграничния регион Румъния-България

3.1. Приоритети, визия, мисия и стратегически цели

Стратегическата рамка на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ е разработена в контекста на редица планови и стратегически документи (вж. раздел 1.1.1), съобразно новите подходи към пространствена организация, координация и териториално управление на културно-историческия туризъм, вкл. и новите технологични подходи в адаптацията и експонацията на археологически обекти. Замисълът на маршрута, детайлно описан в предварителното проучване на проекта, е “подчинен на насоките на UNESCO за изява и опазване на автентичността и цялостта в културния маршрут в техните многоизмерни характеристики, тъй като с включването на по-голям набор от обекти, синхронни и свързани с основните елементи, изконно принадлежащи към темата на маршрута и съхранили своята



оригинална структура, маршрутът повишава своята интегралност като система”²⁴. Това е развиващ се, отворен във времето маршрут, чиято динамика се подкрепя от 90 обекти (вж. Приложение 1), които имат потенциала да бъдат развити в съвременните схващания за опазване на културното наследство и туристическата индустрия. Многообразието от обекти предполага фрагментарност в подходите за неговото управление, която би нарушила интегритета на маршрута. Различната степен на социализация и инфраструктурна обезпеченост на обектите произвежда и други дефицитни характеристики на маршрута, които заедно с неговите безусловни конкурентни предимства формират изходните точки в планирането на стратегическата рамка. Не на последно място, приоритети, визия, мисия и стратегически цели на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ се формулираха, дискутираха и приеха с активното участие и обратна връзка на заинтересовани страни от целевия регион. Устойчивото развитие на културния туризъм предполага максимално съобразяване с интересите на местните общности. Те следва да бъдат основните печеливши от развитието, да бъдат включвани оптимално в разработването и особено в реализацията на културни туристически продукти, активно да участват в опазването и управлението на материалното и нематериалното културно наследство.

Консултативният процес за определяне и приемане на стратегическата рамка на Стратегията се проведе достатъчно дълго във времето, за да могат внимателно да се обмислят резултатите от дискусиите и предложенията за промени в рамката. Процесът протече в три направления:

(1) проведоха се 10 кръгли маси с всички заинтересовани страни - 5 в българските области, попадащи в обхвата на маршрута и 5 в румънските, с общ брой участници 301. В рамките на кръглите маси се осъществи анкетно допитване до участниците (вж. раздел II. Ситуационен анализ на развитието на културно-историческия туризъм на територията на трансграничния регион Румъния-България), където респондентите оцениха по степен на реалистичност предложени три варианта за визия и мисия. Допълнителна възможност за дискутиране на стратегическата рамка на Стратегията заинтересованите страни имаха по време на кръглите маси;

²⁴ Предварително проучване на съвместен културно-исторически туристически продукт: Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, стр. 153, 2017



(2) проведоха се 4 работни срещи с Възложителя за дискутиране и приемане на стратегическата рамка

(3) проведе се, също така, онлайн анкетно проучване (вж. раздел II. Ситуационен анализ на развитието на културно-историческия туризъм на територията на трансграничния регион Румъния-България) сред туроператори и туристически агенти, в рамките на което респондентите приоритизираха силните и слабите страни на маршрута от гледна точка на превръщането му в културно-исторически туристически продукт - съдържателна база, върху която дефинирането на стратегическата рамка стъпва.

- **Визия и мисия**

В подготовката на предложения за визия и мисия се извърши детайлен преглед на вече определени визии в актуални стратегически документи на европейско, национално, регионално и трансгранично ниво. Проучиха се методологическите насоки за стратегическо планиране в България, чиято дефиниция за визия и мисия се приема като водеща в определянето на стратегическата рамка на Стратегията. Визията е реалистична насока за бъдещо развитие. Тя представлява картина на маршрута за дългосрочен период от време и илюстрира начина, по който този маршрут следва да изглежда след приключване изпълнението на Стратегията. Визията гарантира, че маршрутът е ситуиран в контекста на общата желана посока за неговото развитие и на свой ред задава рамка, от която целите не бива да излизат. Съгласно Методологията за стратегическо планиране, визията следва да бъде:

- вдъхновяваща - ясна и предизвикателна;
- фокусираща - дава цел и посока;
- ориентирана към бъдещето - постигане на желано състояние;
- насочваща - дава насоки, без да ограничава, но адресира към преодоляването на открити слаби страни и дефицити;
- устойчива - дава дългосрочна перспектива, без да я циментира;
- съобразена с макроцелите на релевантни планови и стратегически документи

Ако визията определя желаното състояние на маршрута, достигнато за определен времеви период, то чрез мисията, АДО Дунав и Камарата за търговия, индустрия, навигация и земеделие - гр. Констанца заявяват своите задачи и задължения,



сферата на компетентност и посоките на действие в развитието, управлението и усъвършенстването на маршрута.

Ключови акценти от визията и мисията на Стратегията са очертани още в предварителното проучване, в посока, която да гарантира получаване на културно-исторически туристически продукт, който “да представлява верига от тематично свързани интегрирани фокусни точки за спиране, които насърчават развитието на регионалната идентичност и колективната памет” (стр. 59).

Необходимо е, също така да се посочат някои ключови дефицити на маршрута, които формират изходни точки при дефинирането на визия и мисия на Стратегията:

- разпокъсана собственост от страна на редица български обекти - предпоставка за небалансирано развитие и управление на маршрута, което нарушава неговият интегритет;
- частично изградена или липсваща обща и специализирана инфраструктура при второстепенните обекти - отново предпоставка за небалансирано развитие и управление на маршрута, което нарушава неговият интегритет;
- недостатъчно внедрени ИКТ в управлението и социализацията на обекти от маршрута

Едновременно с това, маршрутът притежава и неоспорими конкурентни предимства, които биха могли да се обобщят по следния начин:

- Силен потенциал за обособяване на маршрута като едновременно самостоятелен туристически продукт “маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“” и като част от транснационален маршрут “Дунавски лимес”;
- Природно и културно наследство на територии, попадащи в обхвата на маршрута, е обект на защита от ЮНЕСКО;
- Благоприятни условия за интегриране на маршрута с други видове туризъм

Визията следва да предложи сценарий за желано състояние на маршрута, който преодолява слабите страни и усилва силните, така че от маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ да се превърне в атрактивен и успешен туристически продукт. Времевият хоризонт на Стратегията обхваща периода 2018-2030 г., за да бъде синхронизирана с други релевантни стратегически документи, чиито срок на действие е 2030 г., като например Доклад



до Европейския съвет от групата за размисъл относно бъдещето на ЕС през 2030 г., Tourism towards 2030 на СOT към ООН, Стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014-2030, National Sustainable Development Strategy Romania 2013-2020-2030 и др.

Така, в резултат от извършен документален преглед и анализ на предварителното проучване, се дефинираха по три варианти за визия и мисия на Стратегията и в резултат на консултативния процес и работните срещи с Възложителя се приеха за окончателни следните визия и мисия на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“:

Визия 2030 на Стратегията: *“Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България” - интегриран, институционализиран, иновативно развиващ се културно-исторически туристически маршрут в трансграничния регион Румъния-България*

Мисия 2030 на АДО „Дунав“ и КТИНЗ - Констанца в изпълнение на Стратегията: *Да координират процесите, в партньорство с всички заинтересованите страни, по усъвършенстване и иновативно развитие на маршрута като устойчив интегриран културно-исторически туристически продукт*

- **Стратегически цели и приоритети**

След като се установи, че културно-историческият туризъм е припознат като водещ приоритет в развитието на туризма в почти всички изследвани регионални, областни и местни планови документи и няма необходимост от допълнителна цел в настоящата Стратегията, която да доказва целесъобразността от развитие на маршрута, се пристъпи към открояване на етапи и ключови компоненти от развитието на маршрута. Водещо бе вярването, че смисълът и ползата на Стратегията е да предложи и реализира решения за преодоляване на основни дефицити на устойчивото и балансирано териториално развитие на културно-историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България, а именно решаването на проблеми в ключови области - инфраструктура, развитие на продукта на културно-историческия туризъм (в нашия случай това е маршрутът), институционализиране и информационно обезпечаване. Самото заглавие на Стратегията (Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен



културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“) определя две посоки на интервенция със зададен метод на действие - иновацията. В Приложение 5.3 се открояха следните функционалности на иновацията в контекста на маршрута:

(1) Това е развиващ се, отворен във времето маршрут, чиято динамика се подкрепя от 18 функциониращи туристически археологически обекти с висока културно-историческа стойност (те са обект на усъвършенстване в Стратегията), от 44 второстепенни археологически обекти (те са обект на развитие в Стратегията), от 8 обекти на нематериалното културно наследство и 20 тематични музеи - общо 90 обекти;

(2) Богатството от разнообразни обекти, съставляващи маршрута, позволява да се обособят локални под-маршрути, които да дадат допълнителен тласък в развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“;

(3) Социализацията на второстепенните обекти от маршрута следва да се извърши чрез методите на неинвазивната археология и дигиталната реконструкция на обекти.

Иновативното развитие и усъвършенстване на маршрута не може да се случи без мерки за управление на този процес с участието на местните власти и общността. Основният въпрос за успешното развитие на културно-историческия туризъм е да се разработи и реализира стратегия, водеща до устойчива туристическа индустрия. Стратегия, която да носи дългосрочни ползи на трите основни социални групи в туристическия процес - местното население, туристите и извършващите туристическите услуги, без да се вреди на природната и антропогенната среда в дестинацията. Участието на всички заинтересовани страни в планирането и изпълнението на публични политики и мерки повишава легитимността на усилията и помага за мобилизацията на властова и обществена енергия. Следователно, оформя се трети компонент на целеполагането на Стратегията - (3) споделено/партньорско управление, наравно с развитието (1) и усъвършенстването на маршрута (2).

Формулирането на предложения за стратегически цели и приоритети стъпи и върху резултатите SWOT анализа (вж. раздел 2.5). Тук ще се посочат ключови оценки за силните и слабите страни на маршрута, чието коригиране може да бъде от



компетентностите на АДО Дунав и Камарата, а и да се проследи по-лесно логиката на конструиране на стратегическата рамка на Стратегията:

Слаби страни

- Небалансирана форма на управление на обекти от маршрута от двете страни на Дунав;
- Слаба координация между субектите на управление на културно-историческия туризъм в региона;
- Липса на разпознаваем имидж на трансграничния регион Румъния-България като културно-историческата туристическа дестинация;
- Ниско качество на общата техническа инфраструктура на второстепенни обекти от българската част на маршрута;
- Ниско качеството на специализираната инфраструктура (напр. основни и допълващи услуги) за повечето обекти от маршрута;
- Недобра стационарна информационно-указателна англоезична система и минимално предоставяне на туристическа информация в обектите;
- Неатрактивно експониране на основните обекти от маршрута;
- Ниска степен на внедрени ИКТ във функционирането на обектите.

Силни страни

- Силен потенциал за обособяване на маршрута като едновременно самостоятелен туристически продукт и като част от транснационален маршрут “Дунавски лимес”;
- Силен потенциал за интегриране на маршрута с други предпочитани форми на туризъм;
- Географски обхват на маршрута, попадащ в маркетирани туристически райони в България и Румъния;
- Висок потенциал за споделено, и съгласувано с местните партньори, управление на маршрута.

Смисълът на SWOT анализа, освен че предполага и обосновава разработването на стратегия, е, че задава посоката на интервенции чрез стремеж към минимизиране ефектите на слабите страни и максимизиране ползите на силните. В резултат от съобразяването с гореописаните постановки, се предложиха за дискусия със заинтересованите страни и Възложителя три варианта на стратегически цели и приоритети, като за окончателен вариант се избраха следните:



Стратегическа цел 1	Развитие и усъвършенстване на маршрута като културно-историческа туристическа дестинация, свързана със световното римско наследство
Приоритет 1	Публично презентиране на маршрута
Приоритет 2	Устойчиво развитие и усъвършенстване на маршрута
Стратегическа цел 2	Разработване и въвеждане на системи за споделено иновативно управление и усъвършенстване на маршрута
Приоритет 1	Партньорство за иновативно развитие на маршрута
Приоритет 2	Компетентно и ефективно управление на маршрута
Стратегическа цел 3	Превръщане на маршрута в устойчив интегриран културно-исторически иновативен туристически продукт
Приоритет 1	Повишен туристически потенциал на маршрута
Приоритет 2	Интегрираност на маршрута в широка културна мрежа

IV. Стратегически план

Стратегическият план е изготвен съобразно утвърдените модели и съвременни практики в сферата на стратегическото планиране на туризма. Приложено е съчетание от няколко основни принципа:

- **Публичност.** Планът е обект на обществена дискусия с над 300 жители на трансграничния регион Румъния-България, чрез проведени: (1) 10 кръгли маси, (2) анкетно проучване сред 114 заинтересовани страни от региона, (3) отделно онлайн анкетно проучване сред туроператори и туристически агенти и (4) 4 работни срещи с Възложителя, посветени на стратегическата рамка и плана на Стратегията.
- **Съгласуваност.** Стратегията, в частност нейната рамка, план и програма за реализация, успешно заема своето място сред системата от документи за развитие на Дунавския регион, като съответства, интерпретира и конкретизира предложенията на документите от по-високо ниво - Стратегия на ЕС за Дунавския регион, Обща стратегия за устойчиво териториално развитие на трансграничния регион Румъния-България (SPATIAL), European Charter for Sustainable and



Responsible Tourism, ЕК, регионални, областни/окръжни и общински планове за развитие, др.

- **Съсредоточеност.** Специфичните цели от плана позволяват ясен фокус на усилията и ресурсите в оптимален брой допълващи се направления за развитие и усъвършенстване на Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.
- **Обвързаност.** Използван е съвременният интегриран подход за планиране, като отделните дейности са обвързани по между си и съвместно подобряват определени аспекти от развитието на културно-историческия туризъм в региона, и в частност маршрута. Обвързаността е проецирана и в самата философия на Стратегията, която се базира на устойчиво споделено управление на всички процеси, свързани с нейното изпълнение и най-вече чрез възприемането на АДО Дунав, КТИНЗ, публичните власти и заинтересованите страни като един неформален управленски орган.
- **Аргументираност.** Структурирането и съдържанието на стратегическия план се основава на закономерностите в развитието на туризма, обобщени от общественото мнение, синтезираните резултати от анкетните проучвания и съответствието на Стратегията с релевантни планови и стратегически документи.
- **Оперативност.** Стратегическият план завършва със съвкупност от мерки, декомпозирани в дейности, които позволяват предприемането на ясни, взаимно подкрепящи се действия през следващите 12 години, обединени в преследването на общата цел на Стратегията - превръщането на маршрута в конкурентен туристически продукт/дестинация.

4.1. Специфични цели

Формулирането на специфичните цели следва аналогичен, на дефинирането на стратегическата рамка, подход - извършен документален анализ на специфични цели в релевантни планови и стратегически документи, съобразяване с изводите от извършени аналитични проучвания и на SWOT анализа за развитието на маршрута, обществено и експертно консултиране. Натрупаната съдържателна база за очертаване на посоката на реализация на стратегическите цели и нейните приоритети, която се материализира през специфичните цели, позволи последните



да се изготвят, съобразявайки се с основни принципни постановки при целеполагането:

- Да определят конкретната посока на действие, да са специфични;
- Осъществяването им да води до постигане на стратегическите цели;
- Да са реалистични и изпълними в определения времеви диапазон;
- Да са измерими и да улесняват процеса по наблюдения и оценка изпълнението на Стратегията;

В резултат на описания по-горе процес, окончателно се формулираха следните специфични цели:

Стратегическа цел 1	
Развитие и усъвършенстване на маршрута като културно-историческа туристическа дестинация, свързана със световното римско наследство	
Приоритет 1.1	Приоритет 1.2
Публично презентиране на маршрута	Устойчиво развитие и усъвършенстване на маршрута
Специфична цел 1.1.1	Специфична цел 1.2.1
Повишаване на обществената, професионална и институционална осведоменост за развитието на маршрута	Създаване на благоприятни условия за устойчиво развитие и усъвършенстване на маршрута

Специфична цел 1.1.1 е мотивирана от факта, че маршрутът „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ се обособява като такъв в рамките на текущо изпълнявания проект. В своята цялост той не е известен на обществеността и туристическата индустрия, а знанието за това е предпоставка за усвояване на неговия потенциал и реализиране на туристическа посещаемост. Постигането на целта - обществено и медийно популярен маршрут - става водещ аргумент и в голяма степен обосновава плановете и усилията да се постави началото на неговото иновативно изграждане и стимулиране на туристическата посещаемост - специфична цел 1.2.1. Поставят се основите на иновативното развитие на маршрута чрез прилагане на добри практики и въвличане на академични институции в дискусиите и проектите за прилагане на съвременни



технологични решения и процеси в изследването, реконструкцията и интерпретацията на археологическите обекти от маршрута.

Стратегическа цел 2	
Разработване и въвеждане на системи за споделено иновативно управление и усъвършенстване на маршрута	
Приоритет 2.1	Приоритет 1.2
Партньорство за иновативно развитие на маршрута	Компетентно и ефективно управление на маршрута
Специфична цел 2.1.1	Специфична цел 1.2.1
Създаване на споделено пространство за развитие и усъвършенстване на културно-историческия туризъм и на маршрута	Повишаване на капацитета на участниците в управлението на маршрута и в предоставянето на туристически услуги в трансграничен район Румъния - България

След позициониране на маршрута в публичното пространство и поставяне началото на неговото модерно изграждане, на дневен ред излиза необходимостта да се търси и получава широка подкрепа за институционализация на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния-България” (специфична цел 2.1.1). Институционалното развитие е първостепенен фактор за постигане на конкурентоспособност на културно-историческия продукт. То става факт, когато публични власти припознаят потенциала на маршрута като фактор в развитието на културно-историческия туризъм. Едновременно с установяването на партньорства с регионални/области/окръжни/местни власти, друго продуктивно действие в тази посока е формирането на взаимополезни трансгранични и транснационални сътрудничества, защото освен, че легитимират усилията за превръщане на маршрута в завършена туристическа дестинация, те са и неизчерпаем източник на добри практики, идеи и подходи как ефективно и ефикасно да се постигне това.

В хода на институционализация на маршрута и поставянето на основите на неговото споделено управление е добре да стартират инициативи за повишаване на капацитета на всички участници в тези процеси - специфична цел 1.2.1. Като резултат от аналитичните изследвания и оценки за развитието на туризма в целевия регион, както и по време на дискусиите на кръглите маси, многократно се



открояваше дефицитната характеристика на района като страдащ от липса на квалифицирани човешки ресурси за работа в сектора. Туристическите пътувания около региона на р. Дунав нарастват, но обемът на туристическата индустрия намалява и качеството на предоставяните услуги се влошава. Умения за управление на, толкова мащабен по размери и толкова разнороден по инфраструктурно състояние трансграничен продукт, отсъстват на всички управленски нива. Това обосновава силна и спешна необходимост от повишаване на капацитета на различните целеви групи за успешно участие и принос в споделеното управление на маршрута.

Стратегическа цел 3	
Превръщане на маршрута в устойчив интегриран културно-исторически иновативен туристически продукт	
Приоритет 3.1	Приоритет 3.2
Повишен туристически потенциал на маршрута	Засилване на интегрираността на маршрута
Специфична цел 3.1.1	Специфична цел 3.2.1
Модернизирани на второстепенни обекти с потенциал и подобряване на тяхното управление	Засилване на интегрираността на маршрута

Очакваният повишен капацитет на страните, участващи в управлението на маршрута, допринася за постепенното превръщане на маршрута в утвърдена туристическа дестинация, по всички посоки на развитие. Най-ключовата, но и изискваща най-много ресурси и време за нейната реализация, е посоката на инфраструктурно изграждане, облагородяване, модернизирани, експониране на обектите чрез съвременни технологични методи (дигитална реконструкция за добавена, виртуална или миксирана реалност). Специфична цел 3.1.1 обхваща инициативи в тази посока основно за второстепенните обекти, тъй като те са тези, които се нуждаят от достъпна и съвременна туристическа интерпретация. Ролята на АДО Дунав и КТИНЗ в тези процеси може да бъде единствено подкрепяща работата на публичните органи, тъй като инфраструктурното развитие на маршрута е изцяло в правомощие на последните. Като своеобразна подкрепа на усилията на властите за създаване на благоприятна среда за посещение на обектите се явява



специфична цел 3.2.1, която цели да подобри интегрираността на маршрута, предвид различната степен на социализация на обектите от двете страни на р. Дунав. Това е още една стъпка по пътя към превръщане на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния-България” в търсена и предпочитана туристическа дестинация за туристи, плаващи по реката и посещаващи България и Румъния. Подход за едновременно засилване на неговия интегритет и популярност може да бъде позиционирането на маршрута в мрежа от културни маршрути и събития, изготвяне, реализиране и популяризиране на римски културен календар и др.

Кумулативното изпълнение на стратегическата рамка на Стратегията се очаква да произведе основният търсен резултат от нейната реализация - маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България” да се превърне в утвърдена туристическа дестинация в трансграничния регион Румъния-България.

4.2. Програма за реализиране на специфичните цели

Изпълнението на стратегическата рамка на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт, свързан с римското наследство, маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, която обхваща период от 22 години (2018-2030), се подкрепя от 32 дейности, тематично групирани в 9 мерки, за целите на стратегическото планиране, управление, наблюдение и оценка. В приложение 4 програмата е представена в табличен вид, за по-голямо удобство при работата с нея.

Достигането на резултата на Стратегическа цел 1 “Развитие и усъвършенстване на маршрута като културно-историческа туристическа дестинация, свързана със световното римско наследство” се осигурява от 3 мерки, както следва:

(1) Мярка 1.1.1.1 Позициониране на маршрута в публичното пространство

Както самото наименование на мярката подсказва, тук са планирани дейности в посока повишаване на обществената и експертна осведоменост за съществуването на маршрута. Една такава дейност може да бъде включването на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България” в регистри и платформи за популяризиране на туризма. Съществуват десетки такива, всички са онлайн, и нови биват разработвани перманентно. Такива са например: <http://bulgariatravel.org/>,



<http://romaniatourism.com/>,

<http://www.lonelyplanet.com/>,

<https://www.tripadvisor.com/>,

сайтове и блогове за споделено пътуване и редица други онлайн ресурси, към които все повече туристи се обръщат, особено тези, които предпочитат неорганизираните пътувания. Друга дейност за изграждане на позитивен публичен образ на маршрута е неговото включване в дневния ред на релевантни регионални, национални и трансгранични събития, което е от компетентностите на АДО Дунав и Камарата в Констанца като ключови застъпници и активисти в общите усилия за утвърждаване на маршрута. Неговото презентирание в туристически борси/изложения/специализирани събития и участието му в туристически конкурси (напр. платформата EDEN и конкурсът Read and Travel на Шуменския регионален исторически музей) трябва да бъдат приоритетна цел по пътя към превръщането му в туристическа дестинация. В този контекст е и стремежът на двете организации да не прекъсват контакта със заинтересованите страни, като продължат провеждането на тематични срещи с тях, както бе пожелано на кръглите маси, за посоката, инициативите и иновативното развитие на маршрута.

<https://www.roughguides.com/>,

<https://www.viator.com/>,

(2) Мярка 1.2.1.1 Осигуряване на професионална и технологична подкрепа за устойчиво развитие и усъвършенстване на маршрута

Тази група дейности цели да подкрепи атрактивността на маршрута и да стимулира участващите в туристическата индустрия за предлагане на по-качествени услуги, така че да се подобри удовлетвореността на посетителите и оттук да се повиши конкурентноспособността на дестинацията. Планирано е създаване на експертни партньорства с академични институции, за са се осигури база за трансфер и приложение на най-новите достижения в областта на археологията, за да може социализацията на обектите от маршрута да е в ход с най-съвременните иновативни решения. Друг елемент с иновативен привкус е създаването на туристически калкулатор в подкрепа на все по-широката група от туристи, които сами организират своите пътувания. С този калкулатор посетителите сами ще начертаят своя индивидуален маршрут, чрез интерактивна карта (предложение от кръглите маси), сред многообразието от обекти и под-маршрути на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България”. Индивидуални, персонално изготвени програми за истинско и пълноценно преживяване е това, което туристите търсят. Калкулаторът, също така ще позволи и дори стимулира съчетаването на културно-историческия туризъм с други форми на туризъм в региона. Едновременно в услуга на туриста, АДО Дунав и Камарата в Констанца са насърчени да разработят



инструмент и в услуга на индустрията, чрез стимулиране на предприемачеството. Това е идеята за разработване на система за сертифициране на обекти от туристическата индустрия (места за настаняване и хранене) по културно-историческия туристически маршрут в трансграничния регион Румъния-България. Определя се марка за качество, и всеки от обектите на индустрията, който е преминал критериите за сертифициране получава този сертификат като конкурентно предимство пред не-сертифицираните места за настаняване и хранене. Притежаването на сертификата би довел до редица ползи за неговите носители: подобрени бизнес резултати, управленски системи и процедури за дългосрочно поддържане на високо качество и ниво на удовлетворение сред клиентите, пазарна разпознаваемост, усъвършенстване и конкурентоспособност, прозрачност, лоялни клиенти, профилирани обучения, директен пазарен достъп, актуална информация за тенденциите в сферата на качеството на обслужване и др.

(3) Марка 1.2.1.2 Провеждане на периодични проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в трансграничния регион, които надграждат и актуализират съществуващите

Развитието и усъвършенстването на маршрута не би се осъществило без поддържането на постоянно актуализираща се база от знания, проучвания, оценки както за свързаните, с маршрута, теми, така и за културно-историческия туризъм като цяло. Това е начин да се поддържа актуалността на маршрута в условията на нарастваща конкуренция. Не на последно място, тази група от дейности предвижда регулярни анкетни проучвания за посещаемостта на обектите, като резултатите от тях АДО Дунав и Камарата в Констанца следва да обърнат в мерки за подобряване развитието и усъвършенстването на маршрута като културно-историческа туристическа дестинация.

Изпълнението на *Стратегическа цел 2 Разработване и въвеждане на системи за споделено иновативно управление и усъвършенстване на маршрута* се подкрепя от следните 3 групи инициативи, целящи създаването на териториален капитал за партньорско управление и усъвършенстване на маршрута:

(1) Марка 2.1.1.2 Развитие на междурегионално и транснационално сътрудничество в областта на културно-историческия туризъм

Потенциалното развитие на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България” в, изолиран от обкръжаващата го среда, контекст, не е благоприятна и препоръчителна посока на действие. Както многократно се



акцентира, еволюцията на маршрута стъпва върху демократичната основа на споделено, партньорско управление на публичен актив. Ефективното функциониране на туризма като стопанска дейност изисква координацията на разнообразни заинтересовани лица на регионално и местно ниво. В старите държави-членки принципът на партньорство вече е вграден компонент и в програмирането, и в планирането на проекти, докато в новите държави-членки едромасщабното участие на заинтересованите страни предстои да стане норма. Натрупаният европейски и световен опит за подобно управление, както и за квалификацията на човешките ресурси, въввлечени в него, е с неизчерпаеми примери за добри практики. Превръщането на една територия и населените места в нея в туристическа дестинация, води не само до пространствена, но и до социокултурна промяна. Дали е положителна или негативна зависи от наличието или липсата на устойчиво, споделено от всички заинтересовани страни, управление на културно-историческите ресурси. Следователно, АДО Дунав, КТИНЗ и всички заинтересовани страни следва да усвоят максимално тестваните и доказани, от други партньори, знания и умения за съвременно управление на културно-исторически маршрути. Освен това, препоръка на Съвета на Европа е всеки културен маршрут да е способен да стимулира създаването на дългосрочни, международни, мултидисциплинарни проекти за културни маршрути в рамките на няколко приоритетни сфери на действие: научноизследователски разработки; подчертаване на паметта, историята и европейското наследство; културен и образователен обмен на млади европейци; съвременни културни и артистични практики; културен туризъм и устойчиво културно развитие. Още повече, че чрез добавените все още неразработени второстепенни елементи би могло да се очаква широкото включване на дългосрочни полидисциплинарни и международни/междурегионални проекти, както и да се осигурява възможност за образователен и културен обмен. В този контекст са предложени дейностите “Разработване на механизъм за споделяне на опит и добри практики за управление на културно-исторически дестинации” и “Разработване и прилагане на общи политики и програми за подобряване качеството на работната ръка в културно-историческия туризъм”.

Обмененият и споделен опит подсилва легитимността на маршрута, която улеснява неговата институционализация. Възможен акт на институционализиране на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България” е, например, подписването на меморандум за споделено управление между двете организации и



публичните органи, в чиято юрисдикция попадат обекти от маршрута. Меморандумът е доказателство за припознаване на маршрута като публичен ресурс със социално-икономически ползи за целевите общности.

Не на последно място, АДО Дунав и Камарата в Констанца следва да се стремят безотказно да развиват конкурентноспособността на маршрута във всички възможни посоки. Най-оптимистичната, на този етап, е изграждането на партньорство с отговорни институции, управляващи обекти по тематично сходни, и в същото време конкуренти на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България”, маршрути. Това е първа необходима стъпка към присъединяването на маршрута към други по-глобални културно-исторически дестинации.

(2) Мярка 2.2.1.1 Укрепване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на маршрута

В тази мярка са планирани по-концентрирани и фокусирани дейности в посока повишаване на капацитета за стратегическо и устойчиво управление на маршрута, като основните целеви групи на мярката са представители на публичните органи. Предвидено е провеждането на оценка за нуждите от обучение на участниците в развитието и управлението на маршрута. Една ефективна обучителна програма следва да удовлетворява потребностите на лицата, включени в нея. Идентифицирането на тези потребности може да се реализира по различни начини в т.ч.: (1) допитване до обучаемите; (2) допитване до техните преки ръководители; (3) допитване до други лица, запознати с работата на потенциалните обучаеми (техни подчинени, колеги, клиенти) и др. Насърчава се разработване на програми за продължаващо интерактивно обучение в сферата на културно-историческия туризъм - иновативни ИКТ агресивно навлизат в сектора, и често органите на самоуправление остават в страни от тези тенденции. Регионалните исторически музеи, макар и сериозни участници в туристическата интерпретация на културно-историческото наследство, често нямат необходимите финансови и човешки ресурси да отговорят на нарастващите потребностите на туриста за все по-атрактивно, разнообразно, запомнящо се презентиране на култура и история. Ограниченият персонал на музеите има нужда от постоянно усъвършенстване на своя капацитет за привличане на посетители.

Планирани са участия на АДО Дунав и Камарата в обучения за усъвършенстване на собствения административен капацитет за развитие и управление на туристическа



дестинация, съобразно развиващи се във времето потребности, които вървят ръка за ръка с развитието на маршрута.

Наред с това, създаването на научен комитет, което е препоръка на СОТООН в нейния Наръчник за управление на туристическата дестинация, също е предложено в комплекта от дейности, целящи повишаване капацитета на участниците в управлението на маршрута. Членовете в този комитет биха могли да се състоят от 7 (следва да е нечетен брой, за да се спази мажоритарния принцип) от изтъкнати академици и практики в сферите археология, архитектура, история, туризъм. Тяхната роля ще бъде в консултиране и генериране на идеи и модели за съвременен експониране, социализация и интерпретация на обектите. Комитетът е предложен като съвещателен орган към неформалната съвместна, между АДО Дунав и КТИНЗ, структура за взимане на решения, обособена за нуждите и целите на Стратегията (вж. по-долу).

Стимул и мотивация за постоянно усъвършенстване на знанията и уменията в културно-историческия сектор е членството на АДО Дунав и Камарата в релевантни членски организации. Такива могат да бъдат Danube Cultural Cluster, Arbeitsgemeinschaft Donauländer, Danube Chambers of Commerce Association, Danube Competence Center, DAC Danubius Academic Consortium, и много други, чийто изчерпателен списък може да се види тук: <http://www.danube-region.eu/funding/who-is-who>. Членството в мрежа от сходни организации, обединени от общи цели, осигурява постоянен трансфер на нови знания и добри практики в управлението на маршрута, което, от своя страна, минимизира неговата евентуална загуба на актуалност и атрактивност.

(3) Мярка 2.2.1.2 Укрепване на капацитета за предоставяне на услуги в туристическите обекти по маршрута

В тази мярка е концентриран стремежът за едновременно, с еволюцията на маршрута, развитие на туристическата индустрия, обслужваща обекти от маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България”. В условия на силна конкуренция и особено в условия на преход към пазарна икономика е много важно да се интегрират усилията на всички субекти, които са пряко или косвено свързани с туризма. На много места в трансграничния регион отсъстват екскурзоводи, които да дадат добавена стойност на туристическото посещение. С тяхната липса, колкото и атрактивна да е направена експонацията на обекти на споделеното римско наследство, преживяването на туриста остава непълно - отсъства адекватна



историческа информация за наблюдавания обект. Ниското качество на хотелиерското и ресторантьорско обслужване, изразяващо се в липса на професионални знания и умения и невладеене на чужди езици, често става източник на негативни преживявания за туриста, и така атрактивността на дестинацията пада критично. В отговор на тези дефицити е планирана дейността “Разработване, в партньорство, на обучителни програми за повишаване на знанията и уменията на наетите в туристически обекти и обекти по маршрута”. В рамките на нейното изпълнение АДО Дунав и КТИНЗ са насърчени да търсят разнообразни решения по пътя на преодоляване на тази негативна черта на местния туризъм. Такива решения могат да бъдат следните:

- Партньорство с академични институции, професионални училища, центрове за професионално обучение и др. за разработване на съвременни обучителни и квалификационни програми на заетите в сектора и на тези, на които им предстои да започнат кариера в туризма;
- Обучения за културни мениджъри и екскурзоводи с профил “културно наследство”;
- Обучения за ресторантьори, хотелиери, камериери, сервитьори, готвачи, вкл. предоставянето на мобилна обучителна услуга, тоест - обучение на място;

За целите на развитието на конкурентна туристическа индустрия, обслужваща маршрута, е предвидена и дейност “Участия в учебни посещения на организации, отговорни за управлението на туристически дестинации”, за да може и предоставящите туристически услуги да ползват позитивите от обмяната на опит и добри практики.

Изпълнението на *Стратегическа цел 3 Превръщане на маршрута в устойчив интегриран културно-исторически иновативен туристически продукт* се подкрепя от три групи дейности, които адресират основните дефицити и възможности за развитие на маршрута.

(1) Мярка 3.1.1.1 Подобряване на социализацията на обектите - ключова предпоставка за превръщането на маршрута в туристически продукт. Потребностите за инфраструктурно изграждане и модернизиране интерпретацията на второстепенни обекти, основно от българската част на маршрута, са очевидни (вж. Приложение 3.3). Липсват пътища, електрификация и водоснабдяване, wi-fi, зони за паркинг и отдих, информационно-указателната инфраструктура е от изключително неразвита до липсваща и др. Колкото спешна е необходимостта от



подобни инвестиции, толкова ресурсоемки и времеемки са те. АДО Дунав и КТИНЗ нямат пряк ангажимент за провеждането на инфраструктурните дейности, но биха могли да подпомагат отговорните публичните органи с експертиза (трансфер на знания и технологии), обучения, подготовка на проектни предложения и др.

Друга подкрепяща дейност в тази посока, която е и от компетентностите на двете организации, е привличането на студенти и доброволци в провеждането на археологически разкопки на обектите, както и за стажове в музеите. Стажът е съвременна привлекателна форма за удовлетворяване на прекъсната верига на търсене и предлагане в определени икономически сектори, какъвто е туризмът, например. АДО Дунав и КТИНЗ биха могли да разработят разнообразни стажантски програми в партньорство с университети и професионални гимназии, от което печелят всички въввлечени.

(2) Мярка 3.1.1.2 Създаване на благоприятни условия за ефективно и устойчиво управление на обектите

В тази група дейности отново е предвидена подкрепа от АДО Дунав и КТИНЗ на публичните органи в придобиване на някои обекти на правен статут на със защита, съгласно приложимото законодателство и в провеждане на инициативите за преотстъпване правото на ползване и управление на обектите с разнообразна собственост - фундаментален проблем на българските обекти пред балансираното и интегрирано развитие на маршрута.

Планирана е дейност, която е насочена към насърчаване на публичните власти за разработване и приемане на механизъм за прелокация на част от приходите от туризъм за опазването и управлението на обектите на маршрута. Със своята неустойчивост, туризмът застрашава извънредната универсална стойност на културно-историческата ценност. Не е регламентирана необходимата икономическа връзка между културно наследство и туризъм и по-точно - насочването на част от печалбата от туристически дейности към опазването на ценността.

(3) Мярка 3.1.2.1 Позициониране на маршрута в мрежа от културни маршрути и събития

Тази група от дейности е насочена към засилване интегрираността на маршрута. Към настоящия момент, посещаемостта на обектите е с разнообразен интензитет. Популярността на второстепенните обекти на римското културно наследство от маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния- България” е незадоволително ниска. Атрактивност към момента притежават само няколко



обекта от двете страни на Дунав, на които са реализирани проекти по опазване и социализация и/или имат популярност поради местонахождението си в по-големи градски центрове. Факт е, че този маршрут сега се обособява, затова са необходими стъпки към преодоляване на фрагментарността му и интегрирането му в системата. Интегрирането на културни пътища на различни нива (локално, национално, регионално, европейско, световно) в мрежа създава възможности за отворен културен туризъм, който е в състояние да обхване всички нива на културните ценности. Фрагментирането на културно-туристическия пазар само в локални рамки ще има частичен и непълен ефект, при което голяма част от туристическия ресурс ще остане недостъпен. Безспорно конкурентно предимство на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния-България” е възможното му присъединяването към тематично сходна мрежа от маршрути, напр. Дунавски лимес, По пътя на римските императори, По пътя на виното, Римски граници, Горногермански Ретински Лимес, и др. По този начин маршрутът си осигурява световна разпознаваемост и ключово място в европейските и световни туристически каталози.

Богатството от разнообразни обекти, съставляващи маршрута, позволява да се обособят локални под-маршрути, които да дадат допълнителен гласък в развитието на маршрут „Римска граница в трансграничния регион Румъния-България”. Свързването на културните пътища в териториална мрежа създава възможности за гъвкаво регулиране на туристическите потоци. Вместо ограничен брой единични дестинации, които претоварват главните културни обекти, би могло да се разработи мрежа от вътрешни дестинации, които равномерно разпределят туристическите потоци. По този начин се създават условия да бъде задоволен туристическият интерес към цялото разнообразие от характеристики на културното наследство по отношение на неговите типове, пластове, стойности, теми и др. И не на последно място, отваря се възможност да бъде изявен пълният културно-туристически потенциал на трансграничния регион и да бъде активизиран неизвестен до сега културно-туристически ресурс.

Не на последно място е предвидено създаването на трансграничен културен календар, посветен на римското наследство, който обединява посещения на обекти от маршрута със събития на нематериалното римско културно наследство.



4.3 Механизъм за актуализация

Всеки стратегически документ, обхващащ сравнително дълъг период на действие следва да бъде обект на актуализация. В раздел 8 са описани факторите, които налагат актуализацията, като тук в резюмиран вариант ще се открият ключовите акценти.

Многократно в Стратегията дотук се отбеляза, че развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ се планира да се осъществи в динамика, чрез непрекъснат процес на усъвършенстване на съществуващи и разработване на нови обекти (напр. локални под-маршрути) на маршрута. В този смисъл, Стратегията може да се дефинира като комплексна динамична система, чието развитие обхваща два основни аспекта: (1) развитието на маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ и (2) съответствието на динамиката на маршрута с действащата регулаторна рамка и с намеренията и желанията на заинтересованите страни за посоката на неговото развитие. Това предопределя наличието на множество фактори, които очертават степента на реализация на заложените в Стратегията цели, мерки, дейности.

Най-общо казано, обстоятелствата, които налагат актуализирането на Стратегията са настъпили промени в: (1) икономическите и социалните условия в трансграничен регион Румъния-България; (2) свързаното национално законодателство или в законодателството на ЕС; (3) секторни стратегии и програми, влияещи върху изпълнението на Стратегията, както и в съответствие с резултати от проведени оценки на нейното изпълнение.

Обект на актуализация са всички или някои елементи от структурата на Стратегията, като актуализацията се налага поради тяхната взаимобвързаност, която, от своя страна, изгражда причинно-следствени връзки. Така например, ако са настъпили съществени промени в социално-икономическата среда в трансграничния регион, то това би довело до промяна на ситуационния анализ на Стратегията, който пък наложил промени в SWOT анализа, стратегическата рамка и план, тъй като дефиницията на последните две до голяма степен стъпва на актуалната социално-икономическата среда.

Валидирането на протичащи промени в контекста на Стратегията обикновено се прави от независими наблюдатели под формата на оценка на нейното изпълнение



на Стратегията. Оценка може да бъде годишна, междинна, последваща - в зависимост от целите, които те преследват.

Процесът, свързан с преценката на необходимост от провеждане на независима оценка на изпълнението на Стратегията, както и възлагането и приемането на работата на независимите оценители се ръководи от Трансграничен комитет за управление на Стратегията (ТКУС). В т. 7.1.4. от настоящата Стратегия е описана структурата и механизъм за вземане на решения от Комитета.

V. Индикативна финансова таблица, обобщаваща необходимите ресурси за реализация на Стратегията

Индикативната финансова таблица (вж. Приложение 5) за изпълнение на Стратегията стъпва върху бюджета и принципите при неговото планиране.

Бюджетът на стратегическата рамка е до голяма степен прогнозен и индикативен. Очакванията за детайлно бюджетиране и конкретна информация за потенциално финансиране на разходите, свързани с изпълнението на Стратегията, са трудно реализирани. Развитието и усъвършенстването на маршрута попада във времеви обхват на три програмни периоди на ЕС, чиито фондове формират основния финансов източник. Това са програмни периоди 2014-2020, 2020-2027 и 2027-2034 г. От настоящия програмен период, за който възможностите за кандидатстване са сравнително по-ясно определени, остават едва 2 години за кандидатстване, класиране и договаряне. Периодът е много малък, за да се концентрира в него дадена част от средствата, необходими за изпълнението на Програмата за реализация на Стратегията. Едва през тази година започнаха преговорите за приоритетната и финансова рамка на следващия програмен период, докато тази на период 2027-2034 въобще дори не е на дневен ред. Сериозен фактор, който може да забави и дори преустанови изпълнението на Стратегията е все още неясното и колебливо бъдеще на ЕС. Отчитайки и факта, че индикативните програми за обявяване на покани за кандидатстване по фондове на ЕС се изработват година за година, възможността за предсказуемо финансиране на Стратегията става минимална.

Основните съображения при бюджетиране на индикативна стойност на разходите за изпълнение на дейностите от Програмата за реализация на Стратегията са следните:



- Съобразяване на индикативната стойност с категориите разходи (възнаграждения, обучения, пътуване, закупуване на материали и оборудване и др.) и ориентируващата им пазарна стойност към момента в България и Румъния;
- В предложения бюджет на всяка дейност са включени сумарни разходи, които ще се извършват от АДО “Дунав” и КТИНЗ;
- Търсена е максимална реалистичност и изпълнимост на бюджета;
- Предложеният бюджет на всяка дейност е обобщен за целия период на реализация на Стратегията. Нецелесъобразно е да се разпределя по периоди на изпълнение поради отсъствие на информация за вида и размера на допустимите разходи след 2020 г.
- Разходите за управление на изпълнението на Стратегията следва да формират приблизителен дял от 15% от общата стойност на нейния бюджет, като в тази група разходи попадат всички дейности на екипа на АДО “Дунав” и КТИНЗ, свързани с наблюдението и оценката на степента на реализация на Стратегията. В разходите за управление не се включват сумите за възлагане на външни изпълнители на дейности, във връзка с провеждането на междинни оценки и актуализации на Стратегията.
- Привличане на средства през схеми на публично-частно финансиране не се предвижда, тъй като в Програмата за реализация на Стратегията не се планират инфраструктурни мерки. АДО “Дунав” и КТИНЗ не притежават собственост върху обектите от маршрута, поради което те нямат права и отговорности за тяхното пряко управление. Това определя планирането и бюджетирането на мерки за подобряване на инфраструктурата на обектите, които да се реализират от двете организации, за нецелесъобразно. Други частни средства, като например спонсорство и финансова подкрепа, АДО „Дунав“ и КТИНЗ биха могли да привлекат в публични инициативи с развлекателен характер, като например събития от римския културен календар.
- Нецелесъобразността от планиране на инвестиционни проекти в настоящата Стратегия предопределя отсъствието на проектна готовност на обектите в бюджета и Програмата за изпълнение на Стратегията. Проектната готовност е оценка на капацитета на съответна организация за провеждане на инфраструктурни подобрения на обекти и ресурси от обществено значение. Тя изисква наличието на: (1) технически или работен проект, съгласно релевантен нормативен акт; (2) обследване за установяване на техническите характеристики, (3) оценка на съответствието на инвестиционния проект с нормативни изисквания и др. Тук е



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



необходимо да се отбележи, че в рамките на предварителното проучване по проекта е направена оценка на проектната готовност на всеки един от обектите на Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“, който се нуждае от подобрения. Тази оценка е представена в Приложение 5.8. “Проектна готовност на обектите” на предварителното проучване.

- Посочването на съответствие на дейности на Стратегията с операции от съответни Оперативни програми би нарушило кохерентността на бюджета, тъй като има налична информация само за период от 3 години, а времевият обхват на Стратегията се разпростира върху период от 12 години. Въпреки това, по-долу е представена информация за потенциални източници на финансиране на Стратегията до края на текущия програмен период на ЕС.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ
ИНВЕСТИРАМЕ ВЪВ ВАШЕТО БЪДЕЩЕ!



РУМЪНСКО ПРАВИТЕЛСТВО



БЪЛГАРСКО ПРАВИТЕЛСТВО



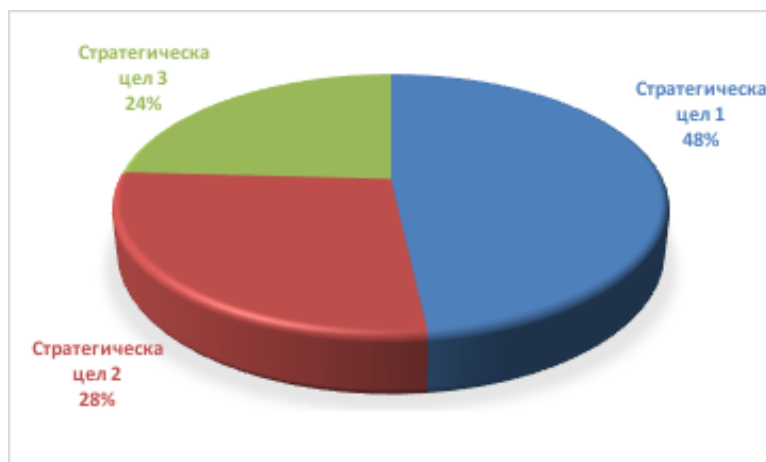
Таблица 10 Бюджет на Стратегията

Период 2018-2030 г.	Собствено и местно финансиране			Външно публично финансиране						Частно финансиране		Общо
	Собствен и средства	Местен бюджет	Общ дял (%)	Централен бюджет	Общ дял (%)	Фондове на ЕС	Общ дял (%)	Други източници	Общ дял (%)	ПЧП/Концесия	Общ дял (%)	
Стратегическа цел 1	€ 50,000		10%	€ 50,000	10%	€ 380,000	80%					€ 480,000
Приоритет 1.1	€ 20,000		15%			€ 110,000	85%					€ 130,000
Приоритет 1.2	€ 30,000		9%	€ 50,000	14%	€ 270,000	77%					€ 350,000
Стратегическа цел 2	€ 40,000		15%			€ 155,000	56%	€ 80,000	29%			€ 275,000
Приоритет 2.1	€ 20,000		20%			€ 80,000	80%					€ 100,000
Приоритет 2.2	€ 20,000		11%			€ 75,000	43%	€ 80,000	46%			€ 175,000
Стратегическа цел 3	€ 55,000	€ 15,000	29%			€ 95,000	40%	€ 75,000	31%			€ 240,000
Приоритет 3.1	€ 40,000	€ 15,000	39%			€ 60,000	43%	€ 25,000	18%			€ 140,000
Приоритет 3.2	€ 15,000		15%			€ 35,000	35%	€ 50,000	50%			€ 100,000
ОБЩО	€ 145,000	€ 15,000	16%	€ 50,000	5%	€ 630,000	63%	€ 155,000	16%			€ 995,000



Видно от таблицата, разпределението на бюджета по двата основни фондове “Собствено и местно финансиране” и “Външно публично финансиране” е с 84% в полза на втория.

Разпределение на индикативния бюджет по стратегически цели



Най-много ресурс е предвиден за развитие и усъвършенстване на маршрута като културно-историческа туристическа дестинация, свързана със световното римско наследство (Стратегическа цел 1). С най-голяма финансова тежест в бюджета на целта имат дейностите “Изграждане на онлайн платформа за индивидуално планиране на посещения на обектите от маршрута (туристически калкулатор)” и “Разработване на система за сертифициране на обекти от туристическата индустрия (места за настаняване и хранене) по културно-историческия туристически маршрут в трансграничния регион Румъния-България”. Това се единствените 2 инициативи, които са сравнително по-ресурсоемки от останалите, следователно може да се констатира, че индикативният бюджет е добре балансиран между трите посоки по пътя на превръщане на маршрута в туристически продукт.



Разпределение на бюджета по приоритети



Приоритетът с най-голяма финансова тежест е *1.2 Устойчиво развитие и усъвършенстване на маршрута*, в рамките на който са двете най-ресурсоемки дейности - туристическият калкулатор и сертификационната система. Въпреки високата им стойност, поради характера и мащаба на разходите за тяхната реализация, бюджетът и на ниво приоритет е добре балансиран, с което се подчертава важността на всеки от един от тях за постигане на визията на Стратегията - *“Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България” - интегриран, институционализиран, иновативно развиващ се културно-исторически туристически маршрут в трансграничния регион Румъния-България.*

VI. Източници на финансиране

6.1. Видове източници на финансиране по произход

Обикновено източниците на финансиране на стратегически документи обхващат следните групи: (1) Национални фондове, (2) Европейски фондове, (3) Други донорски програми, (4) Национално финансиране (местен бюджет и централен) (5) Частно финансиране, (6) Публично-частно финансиране. По-долу е представено синтезирано описание на

БЪЛГАРИЯ

1. Национални фондове

1.1 Фонд „Научни изследвания“



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

1.2 Национален фонд „Култура“

Основната цел на фонда е да подпомага развитието на културата, като набира, управлява и разходва средства, предназначени за провеждане на националната политика в областта на културата, заложен в Програмите на правителството на РБ за съответния период и в Закона за закрила и развитие на културата. Приоритетите в дейността на НФ “Култура” са съобразени и с критериите от глава “Култура и аудио-визия” от Договора за присъединяването на България към Европейската общност.

1.3 Национален дарителски фонд „13 века България“

Фондът инициира и подкрепя проекти с национално значение в областта на образованието, науката, културата, възстановяването и опазването на исторически и културни ценности, здравеопазването и в социалната сфера.

2. Републикански бюджет

Дирекция „Културно наследство, музеи и изобразителни изкуства”(ДКНМИИ) към Министерство на културата предоставя целева финансова подкрепа за теренни археологически проучвания и теренна консервация.

Допустими за финансиране организации:

- Културни институции
- Научни институции
- Университетски институции

Основната дейност на посочените институции трябва да е свързана с издирването, проучването и опазването на археологическото културно наследство и с теренната консервация.

Всяка календарна година до 15 януари се обявяват заявленията за финансиране.

Документи се подават до 10 април.



3. Европейски структурни и инвестиционни фондове за България 2014 - 2020 г.

3.1 Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ (ОПИК) 2014-2020 г.

Основната цел на ОПИК 2014-2020 г. е постигане на динамично конкурентоспособно развитие на икономиката, базирано на иновациите, оптимизация на производствените вериги и секторите с висока добавена стойност. Възможности, които предоставя програмата, съотнесени към дейностите в стратегията, са програмирани в приоритетни оси 1 “Технологично развитие и иновации” и 2 “Предприемачество и капацитет за растеж на МСП”. Ос 1 подпомага сътрудничества за иновации между предприятията и между бизнеса и научните среди, а ос 2 подкрепя предприятия, развиващи своята дейност в областта на културните и творческите индустрии.

3.2 Оперативна програма „Региони в растеж“ 2014-2020 г.

Основна цел на програмата е прилагането на модел за умерен полицентризм за територията на България, който да доведе до намаляване на вътрешните и външните миграции. Възможности, които предоставя програмата, съотнесени към дейностите в стратегията, са програмирани в приоритетна ос 6: Регионален туризъм. Приоритетната ос е насочена към консервация, опазване, популяризиране и развитие на културното наследство чрез развитие на изцяло завършени и интегрирани туристически продукти за паметници на културата от национално и световно значение.

3.3 Оперативна програма „Добро управление“ 2014-2020 г.

Чрез програмата ще бъдат финансирани мерки в ключови сфери, сред които административна реформа и електронно управление, електронно правосъдие и реформа в съдебната система. Потенциален бенефициент са целевите общинските администрации, попадащи в обхвата на маршрут “Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България” и Министерството на културата, Дирекция „Културно наследство, музеи и изобразителни изкуства”(ДКНМИИ), която, с подкрепени проекти по програмата, би генерирала индиректни ползи за превръщането на маршрута в туристически продукт.

3.4 Оперативна програма “Развитие на човешките ресурси” 2014-2020 г.

Програмата цели да осигури по-висока и по-качествена заетост, да повиши институционалния капацитет за модернизирани на публични политики, както и да



намали бедността и насърчи социалното включване. Възможности, които предоставя програмата, съотнесени към дейностите в стратегията, са програмирани в Приоритетна ос 1 “Подобряване достъпа до заетост и качеството на работните места”.

3.5 Оперативна програма „Наука и образование за интелигентен растеж“ 2014 - 2020 г.

Чрез специфичните дейности на Оперативната програма, в рамките на Приоритетна ос 1 „Научни изследвания и технологично развитие“ ще бъдат прилагани мерки за участие на научните институти, висшите училища и МОН в целеви проекти, програми и мерки, подкрепящи приоритетите на Дунавската стратегия. А Приоритетна ос 2 „Образование и учене през целия живот“ подкрепя проекти, свързани с инвестиции в образование и професионално обучение за придобиване на умения и учене през целия живот, вкл. такива от сферата на туристическото предлагане.

3.6 Програма за развитие на селските райони (ПРСР) 2014 - 2020г.

Една от целите на програмата е насочена към подобряване на социално-икономическо развитие на селските райони, осигуряващо нови работни места, намаляване на бедността, социалното включване и по-добро качество на живот. В рамките на тази цел, програмата дава възможности за развитие на туристическия сектор и те са програмирани в Подмярка 6.2 - Стартова помощ за неземеделски дейности. Подкрепата за стартиране на нови неземеделски дейности е насочена към развитието на предприемачеството и насърчаване на разнообразяването на икономиката в селските райони чрез увеличаване на броя на микропредприятията в неземеделския сектор, разкриване на нови и запазване на съществуващи работни места, разширяване и подобряване на услугите за населението, интегриране на туристическия сектор в селските райони, насърчаване на съхранението и развитието на традиционни дейности за селските райони. Финансират се дейности за развитие на туризъм, като те включват изграждане и обновяване на туристически обекти и развитие на туристически услуги, както и развитие на занаяти (включително предоставяне на услуги, свързани с участието на посетители в занаятчийски дейности).

Мярка 07 Основни услуги и обновяване на селата в селските райони (за общини и НПО), Подмярка 7.5 предоставя инвестиции за публично ползване в инфраструктура за отдих и туризъм.



Допълнителни възможности за финансова подкрепа на дейности по Стратегията предоставя и Подмярка 19.2. “Прилагане на операции в рамките на стратегии за водено от общностите местно развитие”.

РУМЪНИЯ

1. Оперативна програма “Конкурентоспособност” 2014-2020

Водещата цел на програмата е да допринесе постигането на стратегическата цел на Споразумението за партньорство чрез подкрепа на НИРД и ИКТ за конкурентоспособност и развитие. Съотносима към дейностите на Стратегията е Приоритетна ос 2: “Информационни и комуникационни технологии за конкурентоспособен цифрова икономика”. По оста се финансира ИКТ за образование, включване, здраве и култура.

2. Оперативна програма „Човешки ресурси“ 2014 -2020

Целесъобразна ос на програмата, в рамките на която биха се подкрепили проекти, свързани с реализацията на Стратегията са Приоритетна ос 1: “Младежки инициативи”, Приоритетна ос 2: “Подобряване на положението на младите хора” и Приоритетна ос 3: “Работа за всеки”.

Целите, които приоритети 1 и 2 преследват, са насочени към увеличаване на заетостта на младите безработни на възраст 16-24 години, регистрирани в Държавната служба по заетостта, в приоритетни окръзи, вкл. целевите Южен и Югозападен. Целта на ос 3 е да се подобрят знанията/уменията/способностите на лица в нужда, свързани с потребностите на икономически сектори/области.

3. Оперативна програма „Регионално развитие“ 2014-2020

Целта на програмата е да повиши общата икономическа конкурентоспособност и да подобри условията на живот на местните и регионалните общности, като подкрепи развитието на бизнес средата, инфраструктурата и услугите за устойчиво развитие на регионите, така че те да могат ефективно да управляват ресурси и да се възползва от техния потенциал за иновации и усвояване на технологичния прогрес. Тези цели са декомпозирани в 11 приоритетни оси. Релевантният, към Стратегията, приоритет е този (приоритетна ос 1), свързан с насърчаване на технологичния трансфер, в рамките на който се подкрепят проекти за създаване, усъвършенстване и разширяване на инфраструктурите за иновации и трансфер на технологии, независимо от икономическата дейност. Програмата е посветила отделен приоритет



на туристическата индустрия - Приоритетна ос 7: “Разнообразяване на местните икономики чрез устойчивото развитие на туризма”. Обхватът на допустимите, за подкрепа, дейности включва:

- Икономическото валоризиране на потенциала на СПА туризма
- Икономическа валоризация на местния туристически потенциал
- Туристическа инфраструктура за отдих

4. Оперативна програма „Административен капацитет“ 2014-2020

Целта на програмата е създаването на модерна държавна администрация, в състояние да улесни социално-икономическото развитие чрез конкурентни обществени услуги, качеството на нормативната уредба, като по този начин се допринася за постигане на целите на Европа 2020 г. Допустими кандидати по програмата са:

- Публичните власти и институции, централни, автономни административни органи.
- Неправителствени организации
- Социални партньори
- Акредитирани висшето образование и научните изследвания
- Румънската академия на науките
- Местни власти и държавните институции

ПРОГРАМИ ЗА ТЕРИТОРИАЛНО СЪТРУДНИЧЕСТВО (2014-2020 г.)

1. Програма за трансгранично сътрудничество INTERREG V-A Румъния - България 2014-2020 г.

Целта на програмата е да подкрепи развитието на трансграничния регион чрез подобряване на достъпността, насърчаването на институционалното сътрудничество и опазването и развитието на регионалните богатства. Приоритетни области „Зелен регион“, „Квалифициран и приобщаващ регион“, „Ефикасен регион“ предоставят възможности за подкрепа на широк от дейности по реализация на Стратегията.

2. Програма за транснационално сътрудничество „Дунав“ 2014- 2020 г.

Дунавската транснационална програма е финансов инструмент със специфичен характер, която подкрепя политиката на интеграция в дунавския регион.



Управляващият орган на програмата е Секретариатът за национално икономическо планиране (Office for National Economic Planning) към Министерството на националната икономика на Република Унгария. Програмата покрива напълно географския обхват на Стратегията на ЕС за Дунавския регион, като включва участието на 9 държави-членки на ЕС: Австрия, България, Чехия, Германия (федерални провинции Бавария и Баден-Вюртемберг), Хърватия, Унгария, Румъния, Словения и Словакия и 5 държави кандидат-членки: Босна и Херцеговина, Сърбия, Молдова, Черна гора и 3 области от територията на Украйна: Ивано-Франковска, Закарпатска и Одеса. Общият бюджет на програма „Дунав“ е 222 млн. евро. Целевите групи и основните типове бенефициенти са национални, регионални и местни власти, както и неправителствени организации. Програмата ще допринесе за постигане целите на четирите стълба на Стратегията на ЕС за Дунавския регион и за единадесетте приоритетни области в нея.

Дейности по реализация на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“ са допустими за подкрепа в следните програмни области:

Приоритетна ос 2 „Околна среда и културно ангажиран Дунавски регион“:

Специфична цел 2.1: Устойчиво използване на природното и културното наследство и ресурси.

Специфична цел 2.2: Възстановяване и управление на екологични мрежи и коридори - екотуризм, алтернативен туризъм.

Възможните направления са: културно-исторически туризъм, екотуризм, алтернативен туризъм и др.

Приоритетна ос 4 „Добре управляван Дунавски регион“:

Специфична цел 4.1: Повишаване на институционалния капацитет за посрещане на основните обществени предизвикателства.

Специфична цел 4.2: Подобряване на системите за управление и капацитета на публични институции, ангажирани с развитието и изпълнението на целите на Дунавската програма.

За да постигне определените цели, програмата ще финансира предимно дейности от типа „меки мерки“, обособени към всяка една от специфичните цели.



2. Програма ИНТЕРРЕГ Европа 2014-2020 г.

Целта на програмата е да продължи процеса на обмен на опит и усвояване на политики между публичните органи за подобряване изпълнението на европейските политики и програми. Програмата позволява на публичните органи, публично-правните организации и организациите с нестопанска цел за осъществяване на дейност в частна полза, ангажирани с регионалното развитие в цяла Европа, да обменят практики и идеи за изпълнението на публичните политики, намирайки по този начин решения за подобряване на техните стратегии в полза на гражданите в съответствие с приоритетите на Европа 2020 за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж. Например, Приоритетна ос 2: „Конкурентоспособност на малките и средните предприятия” подкрепя проекти за междурегионално сътрудничество и платформи за усвояване на политики, целящи да позволят на партньорите от различните държави-членки да работят заедно по въпросите от общ регионален интерес в областта на политиката за подпомагане на растежа на МСП и предприемачеството.

Проектите по Програмата ще се изпълняват в 2 етапа:

Етап 1 ще включва обмен на опит в изпълнението на политики (1 до 3 години). Етапът приключва с изработване на План за действие за всеки регион, участващ в подкрепения проект.

Етап 2 ще включва наблюдение на изпълнението на Плана за действие (2 години), включително възможни пилотни дейности.

Обособена и фаза за създаване на „група на заинтересованите страни“. Тук ще се очаква включване на всички организации, свързани с процеса на изпълнение на съответната политика. Всеки регион следва да посочи кои са основните заинтересовани по проекта страни, които обаче не са преки негови партньори (институции, агенции, академични партньори, НПО, бизнес и др.). Необходимо е включване на основните заинтересовани страни в проекта от началото на сътрудничеството до края на етап 2.

ПОЛИТИКИ И ПРОГРАМИ НА ЕВРОПЕЙСКИЯ СЪЮЗ

1. Програма COSME 2014-2020 г.

COSME е програма на ЕС за повишаване на конкурентоспособността на малките и средни предприятия. ЕК е отговорна за изпълнението на програма COSME, като



частично е делегирано изпълнение и на Европейската Изпълнителна агенция за малки и средни предприятия (EASME).

В раздел „Туризм“ на COSME са набелязани основни направления, които ще се финансират в рамките на 2014-2020 г. с общо 9 000 000 евро, от които 600 000 евро за програма EDEN, в т.ч.:

- **Увеличаване на туристическите потоци в неактивни сезони;**

По това направление ще се подкрепят проектни партньорства, които създават условия за увеличаване на туристопотока през слабия туристически сезон, между страни-членки и/или не-членки на ЕС. Целевата група е конкретна/ специфична група, като възрастни хора и младежи. Кандидатите трябва да работят в консорциум с партньорски организации, съставен от държавни организации и други заинтересовани страни (МСП, асоциации, федерации, организации), които работят в тематичния обхват на поканата за набиране на предложения.

- **Диверсифициране на европейските туристически оферти и продукти;**

Тук фокусът ще бъде поставен върху подкрепа за транснационални тематични продукти в областта на общото наследство, морски туризъм, бизнес туризъм, селски туризъм, спорт и туризъм, културен и индустриален туризъм, включително синергия между културни и креативни индустрии и туризъм, както и популяризиране на вече отличени европейски туристически дестинации.

2. Програма Творческа Европа (Creative Europe) 2014-2020 г.

Творческа Европа е новата рамкова програма на ЕК, която ще финансира проекти в областта на културните и творчески индустрии в периода 2014 - 2020 г. Програмата обединява програми „Култура“, „МЕДИА“ и „МЕДИА Мундус“ в обща рамка и създава изцяло нов механизъм, подобряващ достъпа до финансиране за художници, професионалисти в сферата на културата и аудиовизуалните изкуства, артистична дейност, книгоиздателство, кино, телевизия, музика, културно наследство. Финансирането ще помогне на тези професии да оперират в цяла Европа, да достигнат нова аудитория, да се запази културното и лингвистично многообразие.

Видове проекти по програмата, с отношение към дейностите на стратегията:

- Проекти за транснационално сътрудничество - организиране на международни културни събития, като комбинирани турове, изложби, разменени гостувания, фестивали.



- Европейски мрежи за насърчаване културния и креативния сектор да работят в транснационална и международна среда.
- Европейски столици на културата - титлата се присъжда всяка година на два европейски града. Целта на инициативата е да подчертае богатството и разнообразието на европейските култури, както и обединяващите ги фактори.

ДРУГИ ДОНОРСКИ ПРОГРАМИ

1. Финансовия механизъм на Европейското икономическо пространство и Норвежкия финансов механизъм.

Безвъзмездните средства по този механизъм са насочени към намаляване на икономическите и социалните различия в Европа и укрепване на двустранните отношения с 15 държави бенефициенти в Северна, Централна и Южна Европа.

Приоритетни сектори и области на програмата за периода 2014-2021 г., отнасящи се към реализирането на Стратегията са:

- **Иновации, научни изследвания, образование и конкурентоспособност**
 - Развитие на бизнеса, иновации и МСП
 - Изследвания
 - Образование, стипендии, стажове и младежко предприемачество
 - Равновесие между професионалния и личния живот
 - Социален диалог - достоен труд (Норвежки грантове)
- **Социалното включване, заетостта сред младежите и намаляването на бедността**
 - Деца и младежи в риск
 - Участие на младите хора в пазара на труда
 - Местно развитие и намаляване на бедността
- **Култура, гражданско общество, добро управление и основни права и свободи**
 - Културно предприемачество, културно наследство и културно сътрудничество
 - Гражданско общество
 - Добро управление, отговорни институции, прозрачност
 - Права на човека - национално прилагане



Частно финансиране

Частни финансови източници: средства от частни банки, фондове, инициативи, проекти и средства на частни фирми и неправителствени организации в частна полза.

Публично - частно финансиране

➤ Публично-частно партньорство

Публично-частното партньорство (ПЧП) е водещ инструмент за реализацията на инфраструктурни проекти в цял свят. Необходимостта от развита публична инфраструктура, като двигател на икономическото развитие на страната, и ограничените бюджетни средства за нейното изграждане и поддържане, са основните предпоставки за възникването и разпространението на тази форма на сътрудничество между публичните органи и частния сектор. Основните характеристики и предимства на публично-частното партньорство са:

- ❖ Дългосрочен договор между публичен и частен партньор за предоставяне на услуги от обществен интерес, базиран на нови или подобрени активи;
- ❖ Частният партньор участва във всички етапи на реализацията на проекта - проектиране, строителство, финансиране, поддържане и/или експлоатацията на обекта;
- ❖ Публичният орган дефинира целите, определя изискванията за качество и количество и контролира изпълнението;
- ❖ Частният партньор финансира изцяло и по-голяма част от реализацията на проекта;
- ❖ Справедливо разпределение на рисковете между партньорите на база на това кой може по-добре да се справи с тях;
- ❖ Механизъм на плащане от публичния сектор се обвързва с изпълнението;
- ❖ Подобряване на управлението на обекта и повишаване качеството на услугите;
- ❖ По-добра стойност на вложените средства.

Една от традиционните форми на публично- частно взаимодействие е концесията.

VII. Мониторинг на дейностите по реализация на Стратегията

Мониторингът и контролът по изпълнението на Стратегията е неразделна част от общия процес на реализиране на документа. Системата за мониторинг трябва да осигури ефективно и ефикасно изпълнение на заложените мерки и дейности, които



попадат в предметния обхват на Стратегията. Ролята на системата за мониторинг е да гарантира постоянно наблюдение на резултатите, заложи в стратегическия документ и да ги популяризира. Процесът на мониторинг изисква набирането на количествени и качествени данни за изпълнение на съответните дейности. Чрез системата за мониторинг се цели да се предостави на компетентните национални, регионални и местни органи в трансграничен регион Румъния-България, както и на всички заинтересовани страни, редовна информация за напредъка по постигане на заложените цели и резултати. Основната цел е да се идентифицират отклоненията или рисковите зони при изпълнението на заложените дейности, като по този начин се подобри осъществяването на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация и се улесни/подобри по-нататъшното развитие на процеса на изпълнение.

На основата на резултатите от мониторинга могат да се извършат своевременни промени и актуализации в начина на изпълнение на Стратегията. Мониторингът е от съществено значение при реализирането на стратегическия документ, чието изпълнение обхваща продължителен период от време (няколко времеви фази), простира се върху различни територии и население и се отнася до няколко икономически сектора.

7.1. Постоянен мониторинг

Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация предполага наличието на взаимосвързани действия и ресурси (технически, организационни, правни, финансови, човешки и др. ресурси) за изпълнението ѝ.

Механизмите за мониторинг и контрол на Стратегията са съобразени и със следните принципи, основни за процеса по планиране, управление и прилагане, наблюдение, контрол и оценка на изпълнението на стратегически документи:

- Единство на стратегическия документ;
- Адекватност и уместност на стратегическия документ;
- Приложимост на стратегическия документ;
- Общо въздействие на стратегическия документ;
- Ефективност и ефикасност на стратегическия документ;
- Финансово управление;



- Откритост, прозрачност и публичност;
- Мониторинг и отчетност;
- Устойчивост.

Само при наличието на всички елементи и съблюдаването на изброените по-горе принципи, една Стратегията би имала реален шанс за успех и постигане на поставените цели и очакваните резултати.

Процесът на провеждане на наблюдение на изпълнението на Стратегията ще се извършва при съблюдаването на няколко основни принципи:

- Всеобхватност на обектите на мониторинг;
- Яснота и прозрачност;
- Обективност;
- Взаимен контрол и координация между отговорните институционални звена;
- Наличие на ясни правила и процедури за провеждане на наблюдение;
- Партньорство и взаимодействие с всички заинтересовани страни.

Обекти при мониторинга на Стратегията ще бъдат всички елементи за оценяването:

- ефикасност на използваните ресурси - използваните ресурси могат да бъдат финансови, човешки, технически и всякакви други средства и/или активи;
- ефективност по отношение постигането на целите - ефективността се измерва като процентно съотношение между поставени резултати и постигнати цели.

Субектите на мониторинга върху напредъка на Стратегията са онези органи, институционални звена и/или заинтересовани страни, които са пряко или косвено заети и/или отговорни за провеждането на дейностите по наблюдение. Както следва:

- Трансграничен комитет за управление на Стратегия за развитие;
- Представители на общински/окръжни, регионални, национални власти, пряко/непряко отговорни за прилагането на оценяваната Стратегия;
- Представители на местното население и структури на гражданското общество, бизнес, образователни и научни организации и др., в



качеството им на заинтересовани страни или участници в процеса по наблюдение;

- Външни организации/оценители/експерти - в случаи на външен мониторинг.

Ключови елементи от Системата за мониторинг:

- **Планирани резултати** - заложените резултати ясно очертават желания ефект - очакваната промяна в резултат от изпълнението на Стратегията;
- **Индикатори за наблюдение** - идентифицират конкретната желана промяна, като са заложиени постижими целеви стойности;
- **Източници на информация, методи и периодичност на събиране на информация.** Системата за мониторинг предоставя достатъчно изчерпателна и точна информация относно конкретните източници на информация за проследяване на определените ключови индикатори, средствата за събиране на информация, както и периодичност на събиране на информация за всеки един от дефинираните индикатори.

Мониторингът и оценката са задължителни инструменти на доброто управление. Те са неделима и основна част от процеса за вземане на решения и управление на цялостния цикъл на разработване, прилагане и оценяване на Стратегията. Тези инструменти създават и гарантират:

- **Ефективност и ефикасност на Стратегията:** институциите, организациите и заинтересованите страни постигат резултати, адекватни на обществените нужди, като наличните ресурси се използват по най-добрия начин. Лидерите и обществеността изграждат широка и дългосрочна перспектива за добро управление и развитие. Подобрене на качеството на изпълнението на Стратегията, постиганите резултати, създаваните продукти и предоставяните услуги. Подобрява се и се развива капацитетът на всички институции, организации и техните мрежи, ангажирани с реализацията на Стратегията.
- **Отчетност:** отговорите на въпроса до каква степен Стратегията постигат своите цели, доколко рационално са използвани публичните ресурси, какви са обществените въздействия. Отчетността дава възможност на всички заинтересовани страни - да преценяват степента, в която техните интереси са защитени.



- **Отговорност на управлението:** Трансграничният комитет по управление на Стратегията за развитие, в частност двата оперативни екипа, отговорни за управлението на Стратегията, правят публични резултатите от реализирането на Стратегията, вземат мерки при разминавания между планирани и получени резултати.
- **Прозрачност на управленските процеси:** Информацията за Стратегията, процедурите и отговорните организации за управлението са достъпни за заинтересованите страни и обществеността, каналите за комуникация между заинтересованите страни и тях са отворени.
- **Механизми за гражданско участие:** Активни граждани получават възможност да участват във вземането на решения за реализацията на Стратегията или необходимостта от нейната промяна.
- **Съгласие:** общественият дебат позволява съгласуване на различни интереси и постигане на съгласие и подкрепа за реализацията на Стратегията. В процеса на мониторинга и оценяването на Стратегията заинтересованите страни получават възможност за влияние върху тях, което води до мобилизация и координация на обществените действия на различните заинтересовани страни.

Методиката за мониторинг и оценка се фокусира върху аналитичния обзор и сравнителния анализ на резултатите и въздействието от прилагането на Стратегията при отчитане на настъпилите социално-икономически и политически промени на местно, регионално, национално и европейско ниво.

Оценката на Стратегията е необходимо да преминава през следните основни етапи: проучване, анализ и оценка, съгласуване и приключване.

Методиката за осъществяване на оценка се основава на структуриран и систематичен процес на събиране, анализиране и представяне на информацията и може да бъде обобщена по следния начин:

- ✓ **Избор на логика на интервенцията.** Методиката за оценка е необходимо да насочва вниманието върху изпълнението и подобряването на качеството на планирането. Фокусът върху изпълнението се постига чрез оценка на ефикасността и ефективността, докато фокусът върху подобряването на качеството и съотнесеността на планирането се постига чрез:

- актуален преглед на изпълнението на Стратегията;



- изследване на промените в контекста на Стратегията;
- извършване на необходимите промени, за да се максимизира въздействието на Стратегията.

✓ **Разработване на оценителна методика.**

Методическият инструментариум на оценката включва използването на определени критерии за оценка, които характеризират потенциала за реализация и качеството на резултатите при изпълнението на Стратегията:

- ✓ Стратегическо съответствие и хармонизация с целите и приоритетите на местните, регионалните, националните и европейски политиката за развитие на туризма за съответния програмен период;
- ✓ Нормативно съответствие с принципите, правилата и стандартите за управление на туризма залегнали в националните и европейското законодателство
- ✓ Отразяване и влияние върху състоянието и промените в социално-икономическия профил на трансграничен регион Румъния-България.
- ✓ Постигнати резултати, въздействие и цялостна ефективност на досегашното изпълнение на Стратегията;
- ✓ Ефективно и ефикасно използване на ресурсите за реализиране на Стратегията;
- ✓ Политическа и социална ангажираност, административен и институционален капацитет за прилагане на Стратегията;
- ✓ Устойчивост на постигнатите желани ефекти - ще продължат ли те да съществуват и отвъд времевия хоризонт на Стратегията?

Индикаторите за наблюдение на Стратегията не са сами по себе си достатъчна база за изготвяне на обективна оценка. За да се изготви такава, е разработен инструментариум с критерии (Приложение №7), допълнителни индикатори и оценъчни въпроси, които да допълват количествените и качествени параметри, заложи в Стратегията. Неговата основна цел е да допринесе за поставянето на обективна оценка на Стратегията и ефективно планиране на последващите действия.



Оценката е дейност, с която се преценява систематично и обективно напредъка по пътя към даден краен резултат и неговото постигане.

Основните видове оценка на стратегически документи са: предварителна, междинна и последваща.

Задачата на **предварителната оценка** е да провери дали набелязаните цели са релевантни и отговарят на нуждите и възможностите на субектите, които ще участват в реализирането на мерките за тяхното постигане.

Междинната оценка има задачата да даде сигнал, дали изпълняваните интервенции водят към желаните промени. Поради тази причина е препоръчително този вид оценки да се извършват след като вече част от планираните действия са изпълнени. С помощта на препоръките от междинната оценка могат да се предприемат действия за промяна в хода на изпълнение на проекти и програми, ако се потвърди, че те не са ефективни и не се очаква да окажат положително въздействие.

Последващата оценка изследва най-вече въздействието от и устойчивостта на резултатите от имплементираните интервенции по стратегията. Те обикновено се извършват след определено време след приключване на дейностите, за да може да се даде възможност за прилагане на резултатите и съответно натрупване на промяна върху целевите групи/обекти.

Във връзка с разработването на Стратегията, ще се извършва само междинна и последваща оценка. Предварителната оценка на Стратегията беше извършена по време на поредица от 10 кръгли маси в Румъния и България.

Оценката е структуриран процес и намира израз в изготвянето на практическа преценка на Стратегията. Основната ѝ цел е да подпомогне процесите на разработване на висококачествени и конкурентоспособни продукти, на базата на които ще бъдат удовлетворени местни потребности и ефикасно разпределени необходимите ресурси за достигане на желаното състояние.

При нейното осъществяване следва да бъдат взети предвид:

- Изводите от предишния опит;
- Социално-икономическия контекст на осъществените дейности по Стратегията;



- Стратегическия избор на приоритетите за действие и тяхната вътрешна и външна последователност;
- Количественото определяне на целите;
- Оценката на очакваното социално-икономическо въздействие и разпределението на ресурсите;
- Системата за мониторинг на Стратегията.

Получените резултати от оценката са основание за актуализиране на Стратегията или за предприемане на коригиращи действия.

Конкретната промяна и реализирания напредък от изпълнението на Стратегията и постигането на планираните резултати може да бъде проследено само на база конкретни стойности (ключови показатели/индикатори).

Доклади за оценка на Стратегията

Оценката на Стратегията се извършва периодично в зависимост от типа оценка. Оперативните екипи в България и Румъния представят доклади за напредък по Стратегията. Докладите съдържат отчет за извършените дейности, идентифицираните рискове и мерки за преодоляването им.

Периодични доклади за изпълнението на Стратегията

Управителните органи на двете организации определят периода, в които оперативните екипи по изпълнение на Стратегията подготвят доклади за напредък. Докладът съдържа постигнатите междинни резултати по конкретните дейности, изпълнението на Стратегията като цяло. В отчета се проследява изпълнението на индикаторите за наблюдение, заложи в стратегическия документ.

Докладът се обсъжда на заседание на Комитета за управление и се представя за одобрение пред управителните органи.

При необходимост от коригиращи мерки и промяна в цялостната Стратегия, оперативните екипи в България и Румъния подготвят доклад за обсъждане от Комитета по управление, въз основа на който се подготвя решение за обсъждане от управителните органи.

Решение за актуализация се приема от управителните органи на двете партниращи си организации.

Междинна оценка



Междинната оценка се осъществява след началото на изпълнението на Стратегията на всеки четири години. Към момента на разработване на Стратегията се препоръчват 2 междинни оценки, както следва:

- 1-ва междинна оценка - до края на 2022 г.
- 2-ра междинна оценка - до края на 2026 г.

Докладът от междинната оценка се представя и приема от управителните органи на двете партниращи си организации и при необходимост се взема решение за искане на изменение на Стратегията

Резултатите от междинната оценка се популяризират чрез подходящи канали.

Последваща оценка

Последващата оценка се извършва след определено време (препоръчително след първата година) от последната година от времевия диапазон на Стратегията.

Целта на последващата оценка е да осигури независима и актуална информация за постигнатите резултати от прилагането на Стратегията, да направи препоръки относно провеждането на политиките за развитие на културно-историческия туризъм и в частност управлението и развитието на културно-исторически туристически маршрути. За постигането на тази цел се изпълняват следните задачи:

- Изследване на резултатите от изпълнението и общото въздействие на Стратегията;
- Актуален преглед на изпълнението на Стратегията за съответствие и приложимост на заложените цели и приоритети;
- Изводи и препоръки за подобряване на политиките за развитие на културно-историческия туризъм и в частност управлението и развитието на културно-исторически туристически маршрути.

Основните критерии, които са използвани при изготвяне на последващата оценка на Стратегията, са: адекватност и уместност, приложимост, общо въздействие ефективност и ефикасност, финансово управление, откритост, прозрачност и публичност, мониторинг, отчетност и устойчивост.

В обхвата на правомощията на управителните органи на двете организации е да решат, дали ще се извършва последваща оценка на Стратегията.



7.1.1. Каталог с индикатори за постоянен мониторинг

Системата от индикаторите е неизменна част от цялостния процес, свързан с наблюдението и оценката на изпълнението на Стратегията, както и с нейната актуализация. Индикаторите обхващат широк набор от теми, които пряко кореспондират със социално-икономическия растеж на целевия регион, с развитието на туристическата индустрия, с институционализацията и легитимацията на маршрута. Най-общо казано те измерват степента на изпълнение на заложиени цели и мерки и обосновават необходимостта от актуализация на съответните стратегически документи.

За целите на настоящата Стратегия е разработена триизмерна система от индикатори, като всяка от трите групи проследява динамиката на изпълнение на дадено йерархично ниво от структурата на нейната стратегическа рамка. Трите групи индикатори са следните:

Индикатори за въздействие - измерват постигнатите ефекти от изпълнението на *стратегическите цели*. Индикаторите за въздействие имат значение за цялостната оценка на ефективността на избраната стратегия и политика за иновативно и устойчиво развитие на маршрута за съответния период. Степента на въздействие се отчита с количествено и/или качествено измерими индикатори, а в някои случаи - с качествени оценки относно достигнатата степен в социално, икономическо и инфраструктурно развитие региона/страната.

Индикатори за резултат - оценяват напредъка по реализацията на изпълнението на *специфичните цели* и постигнатите резултати.

Индикатори за продукт - регистрират количествено измеримите резултати/продукти от реализацията на *мерките* от Програмата за изпълнение на Стратегията.

С подобна триизмерна система от индикатори се цели да се създадат условия за максимално изчерпателно, всеобхватно и комплексно наблюдение и оценка на изпълнението на Стратегията. Приложение 6 представя в табличен вид структурата и съдържанието на предложените индикатори. Тук, накратко, ще се обоснове техният избор.

Водещ принцип в избора на индикатори е те да бъдат количествено измерими и информацията за тях - достъпна. Всички индикатори са формулирани въз основа на ключовите тематични компоненти от съдържанието на съответното йерархично



ниво от стратегическата рамка, чието изпълнение те измерват. Когато се цели оценка на въздействие или резултат, най-често използваната мерна единица става процентът, тъй като той позволява да се измери степента на промяна между начално и крайно ниво на изпълнение. При индикаторите за резултат и продукт изходната база е 0, тъй като реализацията на Стратегията е планирана да започне през 2018 г. и към настоящия момент не е целесъобразно да се поставят базови стойности, различни от 0. Друг аргумент в подкрепа на използването на нулева база е фактът, че Стратегията цели развитие и усъвършенстване на нов продукт (Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“), който се обособява като такъв почти едновременно с нейния старт. Нулевата базова стойност позволява най-чисто и обективно да се проследи динамиката на превръщане на маршрута в туристически продукт, като влиянието на външни фактори е минимизирано.

Групата на индикаторите за въздействие се състои от четири количествени показателя, които измерват настъпили социално-икономически ефекти чрез средноаритметичен резултат от данните на всички целеви области/окръзи: ръст на нощувки в целевите райони за планиране, ръст на пристиганията в обекти за настаняване в целевите райони за планиране, ръст на дела на туризма в БВП на България и ръст на дела на туризма в БВП на Румъния. Ако желаните крайни целеви стойности на тези показатели са достигнати, то това би означавало, че Стратегията е постигнала своята главна цел - маршрутът функционира като търсена и високо посещаема туристическа дестинация. Тук е необходимо да се направи важната уговорка, че приносът на маршрута за промяната на БВП, обема на нощувките и пристиганията може да бъде единствено хипотетичен, тъй като влияние върху растежа на показателите оказва съвкупност от много други фактори.

Групата на индикаторите за резултат се състои от 8 количествени показателя, както следва:

- ❖ Брой медийни публикации за маршрута/обекти на маршрута - оценява степента на медийно присъствие на маршрута, която от своя страна е показател за популярност;
- ❖ Брой срещи със заинтересовани страни - показателят прави количествена оценка на ползите от съвместните дейности със заинтересованите страни;
- ❖ Брой на установените партньорства - показателят прави количествена оценка на ползите от реализирани партньорски инициативи;
- ❖ Ръст на броя посетители на обекти от маршрута;



- ❖ Брой инициативи за развитие и усъвършенстване на маршрута - показателят прави количествена оценка на ползите от реализирани партньорски инициативи;
- ❖ Брой събития/форуми/обучения за повишаване на капацитет за управление - показателят дава количествена оценка на ползите от проведените интервенции за повишаване капацитета за управление;
- ❖ Ръст на броя посетители на второстепенни обекти - измерва промяна в посещаемостта на второстепенни обекти, в резултат от извършена модернизация на свързаната с обектите обща и специализирана инфраструктура;
- ❖ Брой инициативи за популяризиране на маршрута като интегриран - стремежът към по-висока интегрираност на маршрута е възможно да бъде измерим чрез инициативи, популяризиращи го като такъв.

Индикаторите за продукт са 19, като техният избор се ръководи от насочеността и обхвата на самите дейности за изпълнение на Стратегията. Тъй като това е нивото, на което практически се осъществява изпълнението на Стратегията, то е и най-лесно измеримо. Индикаторите проследяват обема на произведените продукти/резултати от реализацията на дейностите.

7.1.2. Начини за събиране на информация

Мониторингът и оценката предполагат изследване на базисна изходна ситуация и проследяване с времето на промените, до които довеждат интервенциите в резултат от прилагането на Стратегията.

За осъществяване на мониторинг и извършване на оценка и наблюдение може да се използват разнообразни източници на информация, както и различни методи и подходи за нейното събиране.

При извършване на наблюдението, оценката и контрола на Стратегията следва да се използват следните източници на информация:

Информация, произтичаща от вътрешни документи, налични в Трансграничния комитет по управление на Стратегията

В тази категория документи се включват:

- Периодични доклади за изпълнение на Стратегията;
- Периодични отчети за изпълнение на Стратегията, изготвени от оперативния екип;



- Справки за реализирани дейности/проекти и инициативи по отношение на обектите по маршрута;
- Отчети, докладни записки и други документи, произтичащи от съответните местни администрации (водещи организации при изпълнение на проекти), имащи пряко отношение към изпълнението на съответната политика или програма;
- Препоръки за актуализация на Стратегията, породени в резултат на настъпили промени или в следствие на проведена оценка.

Източници на информация, произтичащи от документи, издадени от външни органи и институции

В тази категория източници на информация могат да бъдат включени следната категория документи:

- Становища от различни институции и контролни органи, касаещи изпълнението на Стратегията;
- Междинни и последваща оценки на Стратегията;
- Препоръки за актуализация на Стратегията, породени в резултат на извършени промени или вследствие на проведена оценка.

Статистическа информация и информация, съдържаща се в бази данни, събирани на национално, регионално и местно ниво

В тази категория се включват, следните видове информация:

- ❖ Справки от Националния статистически институт по ключови показатели за сектор туризъм, за периода на оценката на конкретна политика;
- ❖ Справки от други институции и организации, събиращи и обработващи данни на регионално ниво за посещаемост на туристически обекти (например Регионални исторически музеи, общински/окръжни администрации и т.н.).

Информация, получена в резултат на обратна връзка от заинтересованите страни

Участието и включването на всички заинтересовани страни на всеки етап от разработването и изпълнението на Стратегията е изключително важно, както за успеха на реализацията ѝ, така и за получаване на обективна и ефективна оценка от нейното изпълнение.



Различни са подходите и методите, които биха могли да се използват за получаване на обратна връзка от различните заинтересовани страни, която е гаранция за обективна оценка на Стратегията. Някои от тях са:

- Анкетно проучване;
- Онлайн проучване чрез Интернет страниците на участващите организации в Трансграничния комитет по управление на Стратегията и др.

7.1.3. Организационна структура за наблюдение и оценка

Процесът по управление, наблюдение, оценка и актуализация на Стратегията и Програмата за реализация на специфичните цели ще се извършва от Трансграничен комитет за управление на Стратегията (ТКУС).

Комитетът ще се състои от ръководители и членове. Ръководители ще бъдат изпълнителният директор на АДО „Дунав“ и президентът на КТИНЗ, членовете могат да бъдат:

- оперативни екипи на АДО „Дунав“ и КТИНЗ;
- представители на местни и регионални власти;
- представители на централни власти;
- представители на други заинтересовани страни - бизнес, инвеститори, браншови организации, неправителствени организации, научни организации, университети, представители на туристическия бранш и др.

Съставът на ТКУС ще бъде допълнително уточнен от управителните органи на двете партниращи си организации. Както всеки един от аспектите на Стратегията за развитие, усъвършенстване и иновация, точната структура на Комитета ще бъде подложена на обсъждане и финално одобрение от управителните органи на двете организации.

Основна задача на ТКУС е да предприема инициативи за изпълнение на заложените дейности в Стратегията, да инициира и осъществява координация между заинтересованите страни, да поддържа постоянна база с възможности за кандидатстване с проектни предложения и да оказва подкрепа и съдействие в процеса на подготовката за кандидатстване, изпълнение и отчитане на проекти, финансирани чрез национални, европейски и други донорски програми

Ръководителите ще се отчитат пред управителните си органи относно напредъка



при изпълнението на Стратегията, срещаните предизвикателства и пречки.

Комитетът за управление на Стратегията ще преглежда и актуализира периодично Програмата за реализиране на специфичните цели и бюджета за изпълнение на Стратегията. При съществена промяна на социално-икономическата ситуация, законодателната рамка или източниците на финансиране ще се предлага актуализация на Програмата.

Мониторингът и актуализацията на Програмата за реализация на специфичните цели на Стратегията трябва да покрива минимум следните аспекти:

- Преглед и актуализация на Стратегията за реализация на специфичните цели - дейности, ключови елементи (milestones), процеси на съгласувания и одобрения, други;
- Преглед и актуализация на бюджета на Стратегията - отчет на разходите и прогноза на бъдещи възможности за финансиране.

По отношение на управлението, наблюдението и контрола върху изпълнението на Стратегията и индикаторите, ТКУС има следните функции и отговорности:

- Организира и координира управлението, наблюдението, контрола, мониторинга, актуализацията и отчитането изпълнението на Стратегията.
- Предлага за одобрение от управителните органи на двете партниращи си организации актуализирани варианти на Програмата за реализация на специфичните цели на Стратегията.
- Координира осигуряването на съответствие на Стратегията с целите и приоритетите на общинските/окръжните, регионални, трансгранични и национални стратегии, планове и програми на Стратегията и предлага актуализация на Стратегията, в случай че такава не е налице.

В заседания на ТКУС могат да бъдат включени представители на браншови организации, научни организации, представители на регионалните власти и централната власт и други заинтересовани страни в трансграничен регион Румъния-България. Информация за дейността на Комитета ще бъде публикувана на Интернет страниците на партниращите си организации, като по този начин ще бъде достъпна за широката общественост. Тази практика, в комбинация с периодичните консултации и срещи със заинтересовани страни, ще осигури прозрачност при изпълнението на Стратегия за развитие, усъвършенстване и иновация на съвместен



културно-исторически туристически продукт - Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“.

Оперативните екипи на АДО „Дунав“ и Камарата в Констанца ще отговарят за следното (списъкът не е изчерпателен):

- Оказване на съдействие в процеса по изпълнението и управлението на дейностите, включени в Стратегията;
- Осъществяване на мониторинг относно напредъка изпълнението на дейностите, заложи в Програмата за реализация на специфичните цели на Стратегията и предварително заложените индикатори;
- Подготовка на периодични отчети за напредъка на работата по изпълнение на Стратегията;
- Осъществяване на необходимата административна дейност в подкрепа на работата на Комитета - координация, подготовка на документи и др.;
- Поддържане на тематични бази данни, свързани с изпълнението на Стратегията - със заинтересовани страни, донорски програми, възможности за финансиране и др.
- Изготвяне на доклади и други отчетни документи, свързани с изпълнението на Стратегията;
- Събиране на информация относно степента на постигане на заложените индикатори;
- Събиране на информация относно необходимостта от актуализация на Стратегията и др.

Участие на заинтересованите страни

Консултирането със заинтересованите страни при приемането, изпълнението, мониторинга, контрола и оценката на документи се утвърждава като работещ механизъм, който води до повишаване на качеството на стратегическите документи, както и на легитимността на вземаните решения и на управлението като цяло. По този начин приетите решения отразяват в по-голяма степен интересите не само на авторите на стратегическия документ, но и на заинтересованите страни в тяхното многообразие.

Въвличането на заинтересованите страни в процесите по изпълнение, мониторинг и оценка на Стратегията води до:

- По-голяма прозрачност и отчетност на Комитета;



- Подобряване на качеството на Стратегията, защото Комитетът получават информация за различните възможни ефекти, които може да има, до която те иначе не биха имали достъп;
- Стратегията отговаря на и отразява в по-голяма степен обществения интерес;
- Подобряване на прилагането на Стратегията;
- Предвидимост на Стратегията;
- Отчитане на различни гледни точки и интереси.

Инструментите за включването на заинтересованите страни в управлението, мониторинга и оценката на Стратегията могат да бъдат: подписване на Меморандум и/или Споразумения за сътрудничество, сформирани на консултативни работни групи, обмяна на опит и други форми на неформално търсене на обратна връзка за изпълнението на Стратегията и др. Предлагаме фокусът да е насочен върху първите два инструмента като форми на структурирано сътрудничество със заинтересованите страни.

Меморандуми и/или Споразумения

Подписването на Меморандум и/или Споразумения с организации и институции, представляващи заинтересованите страни, е инструмент, който формализира процес по консултиране на Стратегията със заинтересованите страни. В Меморандума/Споразумението могат да бъдат разписани детайлни процедури, по които да се извършва консултирането. Правилата и процедурите, установени с документа, ще обвързват Комитета, без обаче да водят до недействителност на Стратегията, при невъзможността за включване на група от заинтересованите страни в даден етап от нейното изпълнение, контрол или оценка. Самият Меморандум/Споразумение е желателно да бъде разработен с участието на заинтересованите страни и при използване на добрите практики в редица европейски страни.

Консултативни работни групи

Разработеният модел на управление изисква партньорски подход и привличане на заинтересованите страни в процеса на реализация и оценка на Стратегията. С цел постигане на по-широка подкрепа и легитимирането на целите на Стратегията, при необходимост ще се сформират консултативни работни групи - механизъм за пряко участие на заинтересованите страни в процеса на вземане на решения, свързани с изпълнението на Стратегията.



Представители на местни и регионални власти

Представителите на местните и регионални власти ще се включват в работни срещи на консултативната група при възникване на необходимост и в съответствие с техните компетенции. Във връзка със сформиранието на групите, Комитетът ще изпраща покана за включване на представители от съответните власти за участие в организираната работна среща. Работните срещи ще подсиgurяват:

- привличане на експерти от местните и регионалните власти за включването им в екипи при разработване на проектни предложения, за изпълнение на заложените дейности в Стратегията;
- поддържане на активна комуникация с други заинтересовани страни;
- поддържане на позитивен имидж на Стратегията;
- инициране на проекти в изпълнение на Стратегията.
- изготвяне на становища и доклади по възникнали проблеми и казуси при изпълнението на Стратегията.

Представители на браншови организации (България и Румъния)

Представителите на браншовите организации ще се включват в работни срещи на консултативна група при възникване на необходимост в съответствие с техните компетенции. Във връзка със сформиранието на групите, Комитетът ще изпраща покана за включване на представители от съответната браншова организация за участие в конкретно организираната работна среща. Работните срещи ще подсиgurяват:

- привличане на експерти от бранша за включването им в екипи при разработване на проектни предложения, за изпълнение на заложените дейности в Стратегията;
- поддържане на активна комуникация с други заинтересовани страни;
- поддържане на позитивен имидж на Стратегията;
- изготвяне на становища и доклади по възникнали проблеми и казуси при изпълнението на Стратегията.

Представители на гражданското общество (България и Румъния)



Представителите на неправителствените организации ще се включват в работни срещи на консултативната група при възникване на необходимост и в съответствие с техните компетенции. Във връзка със сформирването на групите, Комитетът ще изпраща покана за включване на представители от съответната неправителствена организация за участие в организираната работна среща. Работните срещи ще подсиgurяват:

- привличане на експерти от НПО-та за включването им в екипи при разработване на проектни предложения, за изпълнение на заложените дейности в Стратегията;
- поддържане на активна комуникация с други заинтересовани страни;
- поддържане на позитивен имидж на Стратегията;
- изготвяне на становища и доклади по възникнали проблеми и казуси при изпълнението на Стратегията.

Представители на образователни и научни организации/институции

Представителите на образователните и научни организации ще се включват в работни срещи на консултативната група при възникване на необходимост и в съответствие с техните компетенции. Във връзка със сформирването на групите, Комитетът ще изпраща покана за включване на представители от съответната организация за участие в организираната работна среща. Работните срещи ще подсиgurяват:

- привличане на експерти от образователни и научни организации за включването им в екипи при разработване на проектни предложения, за изпълнение на заложените дейности в Стратегията;
- поддържане на активна комуникация с други заинтересовани страни;
- поддържане на позитивен имидж на Стратегията;
- изготвяне на становища и доклади по възникнали проблеми и казуси при изпълнението на Стратегията.

Представители на централната власт

Представителите на централните власти, от двете страни, ще се включват в работни срещи на консултативната група при възникване на необходимост и в съответствие с техните компетенции. Във връзка със сформирването на групите, Комитетът ще



изпраща покана за включване на представители от съответната институция за участие в организираната работна среща. Работните срещи ще подсигурият:

- поддържане на активна комуникация с други заинтересовани страни;
- поддържане на позитивен имидж на Стратегията;
- инициране на проекти в изпълнение на Стратегията.
- изготвяне на становища и доклади по възникнали проблеми и казуси при изпълнението на Стратегията.

Комитетът за управление на Стратегията ще се стреми да гарантира устойчивост в няколко аспекта:

- **Финансовата устойчивост** е свързана с постигането на резултатите от изпълнението на Стратегията и се обуславя от финансова стабилност на източниците на финансиране и реализацията на очакваните от дейностите/проектите ползи за трансграничен регион Румъния-България. Комитетът трябва да предвиди всички необходими разходи за реализацията на отделните дейности, като заложи на актуализация на бюджетите им.
- **Институционалната устойчивост** предполага установяване и поддържане на формални и ad hoc партньорства (консултативни работни групи) и форми на сътрудничество между заинтересованите страни.

Успешното изпълнение на Стратегията ще се гарантира в голяма степен от доброто планиране и поставяне на подходящи контролни механизми, които Комитетът ще приложи като добро разпределение на задачите и отговорностите между включените в Комитета експерти.

Стъпките за реализиране на оценката включват изпълнението на няколко последователни и взаимосвързани процеса, както следва:

Състав на оценителния екип

Отговорни за сформирането на оценителните екипи са Ръководителите на Комитета. Техните предложения се одобряват от управителните органи на двете партниращи си организации.

Препоръчва се включването и на **представители на заинтересованите страни** с цел по-обективна и прозрачна оценка.

Численост на оценителния екип



Препоръчва се оценителният екип на Стратегията да бъде съставена от минимум трима и максимално седем души, за да бъде гъвкава и работеща структура, а решенията да бъдат вземани с 2/3 мнозинство.

Организация и структура на оценителния екип

Ръководителите на Комитета трябва да определят:

- структурата на оценителния екип;
- координатор;
- цели и задачи;
- срока, в който следва да бъде извършена оценката.

Събиране на необходимите за оценката данни

В разработения инструментариум за оценка са посочени и документите, които съдържат релевантна информация. Същите тези документи, голяма част от които са официални документи, могат да бъдат използвани и като документално доказателство за ефективността при прилагането и съблюдаването на принципите на стратегическото планиране и управление.

Членовете на оценителния екип имат задачата да съберат необходимите данни и информация по определените в инструментариума допълнителни показатели и въпроси, като за целта следва да получат съдействие от страна на всички участници в изпълнението на Стратегията.

Събирането на необходимите данни може да се осъществи и чрез попълване на полу-структурирани и структурирани въпросници, провеждане на интервюта, дискусии, работни срещи и др.

Оценителна работа на екипа

При стартиране работата на оценителния екип, координаторът запознава членове на екипа с методиката (основно принципите заложи в нея) и правилата за прилагането ѝ, а заседанието трябва да приключи с решение, което задължително включва:

- необходимите доказателствени документи, които следва да се представят и разгледат, за да бъдат събрани необходимите информация и данни - къде и как ще бъдат набавени, кой и в по какъв начин ще ги представи на КОМИСИЯТА;



- графи за работа и за последващите заседания на оценителната комисия.

Решението се представя на Ръководителите на Комитета.

На последващи заседания членовете на екипа имат задача да работят по същество и прилагат методиката, като дискутират по въпросника и събраните данни и постигат съгласие относно отговорите.

Целта е на всяко заседание е да бъдат разгледани индикаторите за наблюдение на Стратегията и допълнителните индикатори по критериите включени в инструментариума.

При необходимост от събиране на допълнителна информация и/или данни, екипът решава кой и как ще набавя тази информация за следващото заседание.

По време на всяко заседание се съставя протокол, в който се записва:

- присъстващите (членове на оценителния екип);
- дневен ред на заседанието - особено важно да бъдат посочени индикаторите за наблюдение и критериите, които ще бъдат разглеждани на съответното заседание;
- разисквания и дискусии по същество;
- опис на представените доказателствени материали по всеки индикатор за наблюдение и допълнителни индикатори/въпрос съгласно изискванията на методиката;
- заключения;
- решения на комисията.

След като оценителната комисия приключи своята работа, координаторът обобщава данните.

Вследствие от проведената оценка се изготвя обобщаващ доклад, в който се включва описателен анализ към събраните и обобщени данни.

Съдържанието на доклада може да следва следната примерна структура:

- I. Въведение
- II. Методика
- III. Основни компоненти на оценката:



1. Оценка на Принцип 1: Единство на Стратегията
 2. Оценка на Принцип 2: Адекватност и уместност на Стратегията
 3. Оценка на Принцип 3: Приложимост на Стратегията
 4. Оценка на Принцип 4: Общо въздействие на Стратегията
 5. Оценка на Принцип 5: Ефективност и ефикасност на Стратегията
 6. Оценка на Принцип 6: Финансово управление
 7. Оценка на Принцип 7: Откритост, прозрачност и публичност
 8. Оценка на Принцип 8: Мониторинг и отчетност
 9. Оценка на Принцип 9: Устойчивост
- IV. Оценка на изпълнението на индикаторите за наблюдение на Стратегията
- V. Заключение
- VI. Препоръки
- VII. Приложения

VIII. Методология за актуализация на Стратегията

8.1. Фактори, налагащи създаването на методология за актуализация на Стратегията и стратегическите програми

Разработената Стратегия може да се дефинира като комплексна динамична система, която се е формирала, формира се и ще се формира и в бъдеще, от една страна, на основата на развитието на Маршрута, а от друга - в съответствие с намеренията и желанията на обществото, изразени чрез регионалното планиране и регионалната политика, формулирани при определена нормативна рамка и конкретизирани чрез разработени и приложени модели за развитие на трансграничен регион Румъния-България и културно-историческия туризъм. Това налага необходимостта от изграждане на адекватна система за анализ, управление и мониторинг на Стратегията, която следва да осигури както навременна и задълбочена информация за нейното изпълнение, така и да позволи формулирането на адекватна политика за планиране и управление на Стратегията. Динамиката на тези процеси изисква разработване на гъвкав и адаптивен стратегически документ, който коректно да отразява промените във факторите и



условията за развитие. Този документ трябва да задава необходимите параметри, коригиращи посоката на развитие на *Маршрут „Римска граница на територията на трансграничния регион Румъния-България“*. Неразделна част от стратегическото планиране е оценката на изпълнение и последваща актуализация, при необходимост.

За постигане на по-голяма гъвкавост на документа и актуализация вследствие на настъпили промени и/или междинни оценки на изпълнението е разработена настоящата методика.

Методологията има за цел да предостави в достъпен и синтезиран вид основните изисквания при актуализацията на Стратегията, както и практически насоки в пет основни групи:

- ✓ Обобщение на ключовите елементи за успешната актуализация на Стратегията;
- ✓ Ефективна организация на работата по актуализацията;
- ✓ Актуализация на ситуационния анализ;
- ✓ Актуализация на стратегическата част на документа;
- ✓ Система за наблюдение и индикатори;

Основните фактори, налагащи актуализация на Стратегията, са:

- ✓ промени на икономическите и социалните условия в трансграничен регион Румъния-България;
- ✓ актуализация на стратегически документи на национално, регионално и европейско равнище;
- ✓ промени в свързаното национално законодателство или в законодателството на ЕС;
- ✓ промени в секторни стратегии и програми, влияещи върху изпълнението на Стратегията;
- ✓ изводи, резултати и препоръки от междинни оценки.

Стратегията е разработена за периода 2018-2030 г., а нейното изпълнение ще се провежда в условията на динамично променящи се фактори и предпоставки, с оглед на реализирането на дългосрочните и краткосрочни цели на местно, регионално и европейско ниво.



8.2. Метод на съответствия в основни документи, влияещи върху осъществяването на Стратегията

При актуализация на Стратегията е от съществено значение, с цел по прецизното актуализиране на стратегическата рамка, да се извърши задълбочен преглед на стратегически документи на европейско и национално ниво, представящи общата рамка за управление на туризма и стратегическото планиране.

При актуализация на Стратегията е необходимо да се извърши задълбочен преглед на промените в общата рамка за управление на туризма и стратегическо планиране в областта на културно-историческия туризъм в трансграничния регион Румъния-България и Европейския съюз.

8.3. Метод на съответствията между цели, приоритети, мерки и дейности за реализация на Стратегията

Преразглеждането и актуализацията на Стратегията се прави с цел да се изясни, дали настъпилите изменения в средата затрудняват или правят невъзможно реализирането на Стратегията и постигането на формулираните цели.

Актуализацията на Стратегията следва да се основава на следните основни принципи:

- **Реалистичност** - в нея трябва да са формулирани реалистични цели, което означава, че те трябва да бъдат съобразени не само с наличния потенциал за развитие, но и с фактори като институционална среда, тенденции в развитието на туризма, ниво на подготовка на кадрите в сектор туризъм, финансова обезпеченост и редица други, които могат да изиграят ролята на задържащи фактори за ефективно реализиране на Стратегия;
- **Устойчивост** - в Стратегията не бива да се съдържат задачи, мероприятия и конкретни дейности, чието решаване има изолиран, оперативен и кампаниен характер, с краткосрочен и бързо „затихващ“ във времето ефект върху изпълнението на формулираните цели в Стратегията;
- **Приемственост** - актуализацията на Стратегията не бива да започва „от нулата“ - трябва да се осигури приемственост с действащия стратегически документ, с общинските/окръжните планове, секторните стратегии и програми на национално и европейско ниво;



- **Партньорство** - Стратегията трябва да бъде резултат от съвместните усилия на редица заинтересовани страни (представители на държавните, регионалните, общинските/окръжни власти, на бизнеса, на научните и образователни институции и на неправителствения сектор).

Важен елемент от актуализацията на стратегическата част е оценка на очакванията от изпълнението на документа. За целта е нужно да се оцени и да се намери баланс между ценностите и очакванията на заинтересованите страни. Оценката ще дефинира изходните позиции при актуализацията на визията и ще се зададе необходимата яснота за политическите измерения на бъдещия актуализиран стратегически документ.

Следваща стъпка е преформулирането (актуализирането) на стратегическата част на Стратегията.

Основните принципи, върху които трябва да се основава стратегическата рамка на Стратегията, са:

- Партньорство между институции, заинтересовани лица и структури на гражданското общество в процеса на реализиране на стратегическите намерения;
- Координация вътре и между управленските звена на всички равнища, носещи отговорността за постигане на очакваното състояние на областта към хоризонта на планирането;
- Концентрация на усилията, човешките и финансовите ресурси за осъществяване на набелязаните в Стратегията цели;
- Тясно обвързване и интегритет на действията, заложи в различните програми и стратегически документи на национално и европейско ниво за постигане на комплексен социално-икономически ефект;
- Отвореност за допълнения и адаптивност на стратегическите намерения към променящите се условия на средата, в която се реализира Стратегията;

Стратегическите цели на документа конкретизират визията за развитие към хоризонта на действие на стратегическия документ. Те следва да са:

- съобразени с обстоятелството, че Стратегията е дефинирана като стратегически документ със срочен хоризонт на действие. Това предполага по-голяма конкретност и по-ясна пространствена обусловеност. Стратегическите цели се формулират, от една страна, в съответствие с



наличния потенциал за развитие на маршрута, очакванията на заинтересованите страни, а от друга - с необходимостта да отразява приоритетно основните, първостепенни потребности на маршрута;

- съвместими с целите и приоритетите за развитие на туризма и в частност на културно-историческия туризъм в националните, регионалните и европейски стратегически документи;
- съобразени с нуждата от прилагането на интегрален подход при решаването на общите проблеми в развитието и налагането на единен подход в планирането и управлението на туристически маршрути;
- съобразени с изискването за повишаване на ефективността на ползване на инструментите за планиране и управление на маршрути, и най-вече на тези средства, постъпващи от държавния бюджет и европейските структурни и инвестиционни фондове;
- да са ясно формулирани, за да се знае какво се очаква да се постигне с развитието на маршрута и какъв ще бъде ефектът от постигането му, т.е. с какво реализирането на стратегическите цели ще допринесе не само за развитието на маршрута, но и за развитието на трансграничен регион Румъния-България; следва да имат конкретна обосновка и ясни, измерими критерии за изпълнение;
- приоритетите се определят на базата на обстойния анализ (в т.ч. SWOT анализ) за постигане на съответните стратегически цели;
- необходимо е целите да са канализирани в определени приоритетни направления и конкретизирани в съответни мерки с ясен обхват и очаквани резултати;
- специфичните цели детайлизират какво искаме да постигнем в отделните приоритетни области;
- мерките следва да отразяват необходимите конкретни действия за изпълнение на залегналите основни стратегически цели, специфични цели и приоритети за развитие на съответната област.

Характерна особеност на събирането на данни за изпълнение на целите на Стратегията в трансграничен регион Румъния-България по отношение развитието на културно-историческия туризъм са:

- липсата на официални статистически данни на национално и европейско ниво по сегменти от сектор „туризъм“;



- малък обем на извадки от изследвания за сегмент културно-исторически туризъм, които не са представителни за региона.

Преди създаването на система от индикатори, трябва да се създаде пълен набор от критерии за оценка на надеждността на изходната информация и на самите индикатори. Индикаторите трябва да отговаря на следните критерии:

- Обоснованост (целесъобразност) - да съответстват на общите приоритети и цели на устойчивото развитие;
- Информационна обезпеченост - да е наличен постоянен източник на информация за всеки от тях;
- Възможност за представяне в количествено изражение (възможност за поставяне на стойностни цели, и там, където е възможно за установяване на базисно положение);
- Простота (разбираемост) - да са лесни за формулиране и разбиране;
- Информативност (аналитичност) на индикаторите - те трябва да носят достатъчно информация за извеждане на съответните изводи и вземане на решения;
- Да са комплексни, т.е. да подлежат на йерархично обвързване с индикаторите на по-ниско ниво. Основните индикатори да съответстват на комплексните.

8.4. Метод на финансова актуализация

Общата оценка на необходимите ресурси за реализация на актуализирания документ не трябва да се разглежда като финансов план или индикативна финансова таблица, а като обща експертна оценка от гледна точка предимно на необходимите финансови ресурси.

Финансовите средства следва да бъдат оценени в следните направления:

- Национални фондове;
- Европейски фондове;
- Други донорски програми;
- Национално финансиране (местен бюджет и централен);
- Частно финансиране;
- Публично-частно финансиране.



Експертната оценка на финансовите ресурси трябва да се изведе от приоритетите на Стратегията и да бъде представена в абсолютни цифри и относителни дялове. При анализа и оценката на необходимите финансови средства, трябва да се вземат под внимание ограниченията при финансирането по различните програми от Европейските структурни и инвестиционни фондове. Съществен елемент при оценяването на необходимите финансови средства трябва да бъде съобразено както със степента на готовност за усвояването на тези средства през съответните години от оставащия период, така и с вероятността тези финансови средства да бъдат реално получени за съответния приоритет/дейност в съответната година.

Приложения:

Приложение 1 - Списък на обектите;

Приложение 2 - Преглед на стратегическите документи на регионална и местно ниво - България

Приложение 3 - Преглед на стратегическите документи на регионална и местно ниво - Румъния

Приложение 4 - Програма за реализиране на стратегията

Приложение 5 - Индикативна финансова рамка

Приложение 6 - Индикатори

Приложение 7 - Инструмент за оценка