

СТРАТЕГИЯ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА НА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЩИНА СТАРА ЗАГОРА 2006-2013 година

I. Въведение

Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Стара Загора е създадена в съответствие с целите и приоритетите заложи в Общинския план за развитие 2006-2013 година. При разработката ѝ са взети предвид принципите залегнали в Националната стратегия за екотуризъм, Националната стратегия за регионално развитие, както и основните насоки очертани в проведената на 20.10.2004 година национална дискусия на тема: Стратегия за устойчиво развитие на българския туризъм за периода 2005-2010 година.

Задачите на стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Стара Загора са:

1. Да се определят стратегическите цели за развитие на туризма в района;
2. Да се очертае пътя за постигането им;
3. Да приобщи заинтересованите страни към изпълнението на заложените в стратегията дейности.

За разработката на документа към Община Стара Загора бяха създадени работни групи с участници: членове на Консултативния съвет по туризъм към Общината, представители на местни НПО и частния бизнес заинтересовани от процеса на планиране.

Координатор на създаването на документа е Община Стара Загора.

II. Общ преглед

Включва следните теми:

1. Туристически ресурси
2. Заинтересовани страни
3. Инфраструктура
4. Профил на частния бизнес в областта на туризма
5. Рекламно - информационно обслужване на туризма
6. Човешки ресурси
7. Развитие на туризма в района
8. Преглед на външната среда - пазари и общи тенденции в развитието на туризма

Информацията за ресурсния потенциал на региона е събирана и обработвана в продължение на една година. Поради това, че районът все още не е напълно проучен допълването на базата данни за ресурсите определящи развитието на регионален туристически продукт продължава. В резултат на това планираното развитие се основава на възможностите, които съществуват по отношение на наличния и възможен туристически потенциал.

Процесът на събиране на статистическа информация представяща развитието на туризма в района и структурата на туристопотока е свързан с проучване на официалните статистически източници /данни на ТСБ, регистри, справки/, като и с проведени допитвания до част от хотелиерите в общината.

II.1. Туристически ресурси

Под ресурси се разбират изходните обекти и явления, които могат да привлекат туристопотоци в дадена дестинация. Те са първичното предлагане, основата върху която се изгражда туристическата система. Ресурсите са част от средата, в която живеем и която трябва да бъде съхранена за бъдещите поколения. Устойчивото им използване е основата за всяко едно дългосрочно планиране. Стратегическите ориентири за развитието на туризма са насочени към максимално увеличаване на ползите от развитието му за местното население и свеждане до минимум на неговите отрицателни ефекти върху природната и социокултурна среда.

Туристическите ресурси обикновено се разглеждат по традиционната типология – природни и антропогенни.

II.1.1. Местоположение

Община Стара Загора заема северната част на Централна Южна България и влиза в състава на Южен Централен район. Тя е една от 11-те общини в област Стара Загора и граничи със следните осем от тях: Казанлък, Мъглиж, Николаево, Чирпан, Брезово, Опан, Раднево, Нова Загора. Има площ от 1019.37 кв.км. Отстои на 230 км. от София и на 180 км. от Бургас. Има стратегическо местоположение поради преминаването на основни автомобилни пътища свързващи градовете София – Пловдив - Стара Загора – Сливен -Бургас /E80,E773/ и Момчилград – Кърджали – Хасково – Димитровград - Стара Загора –Казанлък - Велико Търново - Русе /E85/. Градът е точка на пресичане на еврокоридор № 8 /Италия – Албания – Македония - България/ и еврокоридор № 9 /Финландия – Русия –Украйна – Молдова – Румъния – България - Гърция/. В близост се намира еврокоридор № 4 /Германия – Австрия – Унгария – Румъния – България - Турция/ (Прилож.2). Стара Загора е и важен жп възел. Тук се пресичат жп линиите Русе - Стара Загора – Кърджали - Подкова и София – Пловдив - Стара Загора - Бургас.

Община Стара Загора е в непосредствена близост до утвърдени туристически дестинации като Национален парк “Централен Балкан”, Природен парк “Българка”, Долината на розите. В близост се намират значими обекти включени в културно познавателните маршрути като парк музей Шипка - Бузлуджа, Тракийската гробница и мрежата от тракийски могили и гробници в Долината на тракийските царе край Казанлък.

Транспортно географското положение на общината е благоприятен фактор за развитие на транзитен туризъм, както и за разработка на съвместни туристически продукти със съседни области и общини. Необходими са малко усилия за привличане и задържане на транзитния туристопоток. Отклонението на този поток е добра възможност за увеличаване на посещаемостта на града и района и реализация на приходи, особено като се има предвид, че около 70% от посетилите страната ни през последните години са използвали автомобилен транспорт. (Прилож.3).

II.1.2. Природни туристически ресурси

Една част от територията на община Стара Загора заема северните полета на Горнотракийската низина, а другата е разположена по южните склонове на Сърнена Средна гора. Надморската височина на равнинната ѝ част е в диапазона 150-180 м, а планинската достига 895 м (вр. Морудей). На територията на Сърнена гора са обособени три защитени местности и множество природни забележителности, като шест от тях са на територията на общината. Климатът е преходно континентален със

слабо изразено планинско влияние, мека зима и преобладаващо тихо време. Нископланинският релеф и добре развитата шосейна мрежа осигуряват добър достъп до планината и богати възможности за избор на изходни пунктове. Включването на Средна гора в екорегия Централен Балкан-юг е добра предпоставка за развитие на екотуризма. Многобройните предимно малки села допълват туристическите маршрути със спецификата на селския бит и поминък. Близкото им отстояние осигурява възможност за реализация на пешеходни и вело преходи с по-малка продължителност.

Районът се отводнява предимно на юг от многобройните притоци на р. Марица, от които по-значими са реките Съзлийка и Бедечка. Има термоминерални извори в района на Старозагорските минерални бани. На тази основа селото се развива като курортен център с възможности за балнеолечение и балнеопрофилактика. В землищата на голяма част от селата на общината има язовири /Колена, Борилово, Пъстрово, Кирилово, Лясково и др./, които се ползват от любителите на риболова и са предпоставка за развитие на риболовен туризъм.

В региона има множество неголеми, но с уникална биоценоза пещери. Те са проучени, но необлагородени. Могат да бъдат обект на специализирани туристически посещения от спелеолози и ботаници.

Горският фонд на Сърнена Средна гора няма стопанско значение, което дава шанс за фокусиране върху рекреационните функции на гората.

По съществуващите туристически маршрути могат да се извършват наблюдения на местното биоразнообразие. Многообразието на птичия свят и функциониращия в Стара Загора Център за рехабилитация и размножаване на редки видове са добра предпоставка за развитието на орнитоложки и други форми на туризма свързани с този ресурс.

Като цяло природните ресурси в общината се използват в много малка степен с изключение на минералните води в Старозагорските минерални бани. Възможностите за развитие на пешеходен, приключенски, познавателен и други специализирани форми на туризма свързани с ресурсите на Сърнена Средна гора не са добре проучени и нямат развитие. Добрата транспортна достъпност, нископланинският релеф и мекият климат, които са предпоставка за целогодишен туризъм остават неизползвани.

II.1.3. Антропогенни туристически ресурси

Този тип ресурси могат да се групират по следния начин: археологически, архитектурни, паметници, музеи, религиозни и култови сгради, спортни прояви и съоръжения, културни институти и събития, делови прояви.

Стара Загора е град с хилядолетна история. Особен интерес представлява праисторическото, тракийското и римско наследство. В Стара Загора се намира най-древното място в Европа с научно доказани сведения за възникване на селище - Неолитни жилища /VI хил. пр. Хр./, открити са най-старите медни рудници в Европа /V хил. пр. Хр./ и най-голямата селищна могила в Европа – Берекетската, с повече от 7 хил. години живот /от VI хил. пр. Хр. до 12,14 век от н.е./. Мегалити намиращи се по билото на Сърнена гора допълват многобройните находки от времето на траките. В района на село Оряховица е открита най-старата тракийска тухлена гробница. Многобройни са и останките от времето, когато регионът се е включвал в рамките на Римската империя /антични терми, антични мозайки, античен форумен комплекс и др./. Много от обектите обаче се нуждаят от значителни инвестиции за превръщането им в туристически обекти със съответната инфраструктура обслужваща туристите /паркинги, сервизни помещения, електрификация и др./.

Най-популярни и най-посещавани музейни обекти са музей “Неолитни жилища”, Римски мозайки, Античен форум, Хилендарски метох, къща-музей “Градски бит”. Регионален исторически музей (РИМ) все още не разполага със сграда, в която да бъдат изложени експонатите съхранявани сега във фондовете му, а организацията на изложби с тези експонати се отличава с изявен интерес и висока посещаемост. С най-висок дял от общия брой посетители на музейните обекти през 2004 г. са посещенията от учащи се - 57,6%, следвани от посещенията на българи - 28,7% и чужденци - 13,7%. РИМ предлага маршрутите в града и близките му околности, в които са включени най-атрактивните обекти от културно-историческото наследство и които се обслужват от екскурзоводите работещи в музея.

Възможностите за културен туризъм в общината могат да се разширят и чрез разработване на културно познавателни маршрути включващи обекти от целия район. Те трябва да бъдат насочени към определени пазарни сегменти, обособени по възраст, интереси, националност. Могат да бъдат тематични маршрути свързани с праисторията, тракийското и римско наследство, бита, фолклора, етнографията, Освободителната война, изкуството и художествените занаяти.

Стара Загора е град с богат културен календар през цялата година. Голяма част от проявите са с национално и международно участие. Ежегодно се провеждат и с голяма популярност се ползват: Фестивал на оперното и балетно изкуство, Фестивал на тракийската народна песен “Петкана Захариева”, Национален конкурс за народно танцово изкуство “Атанас Атанасов”, Международен фестивал на кукленото изкуство за възрастни “Пиеро”, Национален конкурс за поезия “Веселин Ханчев”, Национална среща на ансамблите за автентичен фолклор в с. Дълбоки, Национален фестивал на ромската музика и танц и др.

Уникалният фолклор, обичаи, музика, танци могат да бъдат неповторима страна от туристическото предлагане на района. Богатството на тракийския фолклор и традиции са съхранени и пресъздавани десетилетия наред от фолклорните ансамбли и групите за автентичен фолклор. Фолклорните празници и събори са свидетелство за съхранени традиции и привлекателни за туристите събития. Включването им в туристически пакети ще подобри цялостния туристически продукт на района.

Спортната база е представена от два стадиона, две големи закрити спортни зали, тенис комплекси, колодрум, закрит плувен басейн. Наличието ѝ позволява провеждането на спортни прояви, много от които с международно участие. Качеството на спортните съоръжения е сравнително добро. Модернизацията на някои от обектите ще увеличи възможностите за развитието на спортен туризъм, необходимите за целта суми не са непосилни, ще бъдат гарантирано възвърнати и ще осигурят приходи за общината и за частните предприемачи/ хотелиери, ресторантьори и др./ . Спортните федерации от страната имат предпочитания към града заради добрата транспортна достъпност, което също гарантира възвращаемост на инвестициите.

В общината съществуват възможности за организиране на делови прояви. Съществен недостатък обаче е липсата на експо център за провеждане на панаири и изложения както и недостатъчния брой конферентни зали по отношение на представителност, капацитет и техническо оборудване.

II.2. Заинтересовани страни

Община Стара Загора, Регионален исторически музей, Туристическо дружество “Сърнена гора”, сдружение “Регионална асоциация по туризъм – Стара Загора”, Асоциация за регионално икономическо развитие, Стопанска камара, Търговско промишлена палата, Браншови синдикати в България – представителство Стара Загора, частен бизнес свързан с туризма. Заинтересовани от развитието на туризма са и всички културни институти, неправителствени организации от областта на изкуството и културата, различни формации занимаващи се с изкуство, както и представители на местните традиционни занаяти.

II.3. Инфраструктура

II.3.1.Обща инфраструктура

Основните пътни артерии са в добро състояние, но качеството на четвъртокласната пътна мрежа е незадоволително, същото се отнася и за пътищата водещи до потенциални туристически обекти /Тракийска гробница - Оряховица, Медни рудници и др./.

По степен на благоустроеност селата от общината имат сходни характеристики - всички са електрифицирани и водоснабдени.

II.3.2. Туристическа инфраструктура

Настанителната база на територията на община Стара Загора е представена от средства за подслон (хотели и мотели) и места за настаняване (семейни хотели, самостоятелни стаи, къщи, хижи, почивни станции, бунгала).

Анализът на категорийната структура показва висок дял на обектите с ниска категория - една и две звезди (Прилож.4, табл.1). Данните свързани с броя на леглата определят преобладаващ дял на средствата за подслон и местата за настаняване с малък капацитет 20-50 легла. Единствените хотели с по-голям капацитет, които могат да се ползват за организиран туризъм в Стара Загора са хотел “Верея” /226 легла/ и хотел “Железник” /129 легла./. От настанителната база на Старозагорските минерални бани с по-голям капацитет са: ПС “Марица-изток” /180 легла/, хотел “Гроди” /130 легла/, балнеохотел “Загоре” /90 легла/, хотел “Слънце” /67 легла/, “Армира” /70 легла/, “Извор” /45 легла/.

Изграждането и реновирането на хотели с малък леглови капацитет и средна /***/ категория е наложена тенденция /началото е 90-те години на XX век/. Това са модерни малки хотели с много добро качество на обслужване. Посещават се от неорганизиран туристи, основно бизнес гости и реализират висок процент заетост през цялата година. Съставляват приблизително 50% от общия брой обекти за настаняване в Стара Загора.

Броят на категоризирани заведения за хранене в община Стара Загора към месец ноември е 630 – ресторанти, заведения за бързо обслужване, питейни, кафе-сладкарници, барове. Категорийната структура е една и две звезди. Регистрите към Общината съдържат основна информация за тях, но е необходимо част от нея да бъде допълнена и представена в подходящ за туристите вид, тъй като именно с този вид туристически обекти са свързани част от възможностите за атракции и вечерни развлечения.

II.4. Профил на частния бизнес в областта на туризма

Характерно за района е липсата на координация и коопериране в бранша. Няма регионални структури на национално представените браншови сдружения, нито обединения на частния бизнес на местно ниво. Създаденият преди години Съвет по туризъм не успя да се наложи като обединяваща организация.

Частен бизнес свързан с основните туристически услуги – настаняване и хранене. Общият брой обекти за настаняване към м.ноември 2005 г. е 37, като тук се включват и ведомствените бази, които се ползват само от служителите на съответните ведомства. От заведенията за хранене и развлечения (ЗХР) преобладаващи са питейните заведения (кафе-аперитиви), следвани от ресторантите, чийто брой е 80, заведенията за бързо обслужване (снекбар, бистро, фаст фууд, пицария) кафе-сладкарниците, баровете.

Бюра за продажби на туристически пакети и туристически услуги – туроператори и туристически агенции. Общият им брой към м.ноември 2005 г. е 19, от тях местни туроператори – 6, местни туристически агенции – 8, представителства – 5. Много малка част от тях предлагат програми включващи туристически обекти в рамките на общината или областта.

II.5. Рекламно - информационно обслужване на туризма

Липсата на рекламна политика за представяне на района на туристическия пазар е съществена причина за ограниченото туристическо търсене и слабата посещаемост.

Рекламата е частична, свързана с представянето на отделни хотели и туристически обекти. Ресурсният потенциал на общината не е бил комплексно представян на туристически борси и изложения. Съществен напредък по отношение на рекламно-информационното обслужване на приходящия туристопоток е създаването Общински туристически информационен център, който разполага с база данни за туристическото предлагане на територията на общината и е място за връзка между работещите в сферата на туризма и потребителите на туристическия продукт. Неотложна следваща стъпка е разработка на цялостна рекламна стратегия за промоция на туристическия ресурс и възможностите за туризъм на района.

II.6. Човешки ресурси

Към 2003 г. населението на община Стара Загора наброява 185 942 ч. (166 473 градско и 19 469 селско). Процентното съотношение градско/селско население е 86%:14%. Възрастовата и образователната структура на населението са благоприятни от средните за страната. Групата в трудоспособна възраст има дял от 66,6% и наброява 95,8 хил.ч. Образователното равнище на населението е високо – лицата с висше, полувисше и средно образование са 60%. Преобладаващата част от лицата с високо образователно равнище са в гр. Стара Загора.

Икономиката на общината е с индустриална насоченост. Процентът на заетите лица в сектора на услугите е 57,3, а в частния сектор на услугите преобладават заетите в търговия, хотелиерство и ресторантьорство, операциите с недвижимо имущество и бизнес услуги. (данните са от Общинския план за развитие 2006-2013 г.)

Подготовката на кадри за работа в туризма на територията на общината се осъществява в следните учебни заведения:

Професионална гимназия по облекло и хранене подготвя кадри със следните специалности: технология на производството и обслужването в ЗХР, готвачи,

сервитьори, бармани, сервитьор-бармани, техника и технология на хляб, хлебни и сладкарски изделия.

Тракийски университет – магистърска програма “Екотуризм” към Аграрния факултет на университета.

Колеж “Телематика” – в колежа се извършва обучение по следните специалности свързани с туризма: организация и управление на туристическото обслужване, управители на хотели и ресторанти. Обучението е с продължителност от три години.

Квалификационни и преквалификационни курсове за подготовка на мениджъри на хотели, администратори, камериерки, портиер-пиколо, туристически агенти, екскурзоводи, аниматори, управители на заведения за обществено хранене, готвачи, сервитьор-бармани, сладкари се организират в центровете за професионално обучение, лицензирани от Националната агенция за професионално обучение и образование (www.navet.government.bg – регистър на издадените лицензи).

Трябва да е пределно ясно какви кадри са нужни на местния бизнес и процеса на тяхната подготовка да е в постоянен досег с практиката. Добре е работодателите да имат възможност да се срещат с подготвяните специалисти за да оценят техните професионални умения и качества. За целта могат да се организират състезания, форуми или други прояви, на които хората от бизнеса да представят дейността си и своите изисквания към ръководния и обслужващ персонал.

Допитване да хотелиерите показва, че в настоящия момент най-голям е дефицита на добре подготвен изпълнителен персонал – сервитьори, бармани, камериерки и акцентът в подготовката на кадри трябва да бъде именно тук.

II.7. Развитие на туризма в района

Като цяло е характерна ниска степен на използване на ресурсния потенциал, слабо развитие на допълнителните услуги и туристическите атракции. Туристопотока е свързан основно с културно - познавателния и бизнес туризма. Допитване до хотелиерите показва, че преобладаващи гости са индивидуалните туристи, чиято цел на посещение е бизнес и участие в делови прояви. Груповите посещения са свързани с организирани културни и спортни прояви, а също и с пренощуване на някои от групите пътуващи към морето. През града преминава и голям поток от транзитни пътници някои, от които отсядат в хотелите. Балнеотуризмът, който е бил добре развит в миналото днес не е конкурентно способен на този вид пазар. С малки изключения настанителната база се ползва за крайноседмичен отдих, организиране на конференции и семинари, настаняване на групи с участници в спортни или културни прояви, провеждане на зелени училища.

Официалната статистика не предоставя достатъчно информация за структурата на туристопотока в общината. Липсва информация за целта на посещенията, не се отчита дали пътуванията са групови или индивидуални. Според данни от Териториалното статистическо бюро (ТСБ) процента на реализираните нощувки от българи многократно надвишава този на чужденците (Прилож. 5, табл.2). Тенденция характерна за вътрешността на страната (Прилож.6). Съотношението на пренощуващите лица българи и чужденци и средната продължителност на престоя са съизмерими със съпоставими на Стара Загора общини (Прилож.5, табл.3, 4, 5 и 6). Общият брой на чужденците посетили общината през първите 6 месеца на 2005 г. е 9 603, като преобладаващи са посещенията от страните: Германия, Италия, Великобритания, Япония, Турция, Гърция, Нидерландия, Полша (Прилож.5, табл.7).

Общата сума на приходите от нощувки от български и чужди туристи в общината за 2003 г. е 1 893 927 лв, за 2004 г. е 2 371 060 лв., а за 6-те месеца на 2005 г. е 1 699 546 лв. Тя е акумулирана от ползването съответно на 881, 1014 и 1001 легла (Прилож.5, табл.3, 4, 5).

Сравнителният анализ на данните за броя на пренощуващите лица в средствата за подслон показва, че на община Стара Загора се падат около 50% от общия брой пренощуващи лица в областта /Приложение 5, табл.8/. Втора след нея е община Казанлък, но там броя на пренощуващите чужденци е равен, а за 2004 г. и по-голям от този на пренощуващите в Стара Загора /Приложение 5, табл. 3, 4, 5/.

Анализът на данните от ТСБ за периода 2003-2005 г. показва възходяща тенденция в развитието на туризма, като основни показатели за това са реализираните нощувки и броя пренощуващи лица. Най – слаба година за посочения период е 2003, когато са реализирани 69 064 бр. Нощувки. (Прилож.5, табл.9).

Анализът на информацията подавана в Общината от хотелиерите за реализираните в съответния обект нощувки показва, че натоварването на градските хотели е сравнително равномерно през годината. Не може да се каже същото обаче за базата в Старозагорските минерални бани, където има изразена сезонна заетост, като месеците януари, април и октомври, ноември се отличават с най-ниска заетост.

В последните години в общината се извършват редица дейности в подкрепа на развитието на туризма. Разработват се проекти за финансиране от донорски програми. В общинските и областни планови документи се планират дейности свързани с развитието на туризма. Засилва се сътрудничеството между заинтересованите страни - неправителствените организации, бизнес, местна власт.

II.8. Преглед на външната среда - пазари и общи тенденции в развитието на туризма

В световен мащаб туристическото обслужване е най-бързо развиващия се бизнес и се очаква да бъде най-голямата световна индустрия на XXI век. У нас туризмът се утвърждава като важен сектор на икономиката. Нетните приходи (положителното салдо) за седемте месеца на 2005 г. от международен туризъм са 637,4 млн. евро (+14,3% спрямо същия период на 2004 г.).

Проучване на компанията за картови плащания “Виза интернешънъл” проведено в края на август 2004 г. сред 200 чуждестранни туристи (предимно англичани, германци и гости от новите страни членки на ЕС) определя страната като дестинация за семейна почивка. Малка част от туристите (под 10 на сто) са пребивавали в нея сами.

България продължава да разчита главно на морския туризъм, който формира около 70-75 % от приходите от отрасъла, за сметка на културния, селския, екологичния и другите специализирани форми на туризма, които имат огромен потенциал. Това предопределя необходимостта от диверсификация на туристическия продукт с цел налагане на страната като атрактивна туристическа дестинация през цялата година. Основните тенденции в туристическото търсене също са свързани и стимулират развитието на туристическия продукт във вътрешността на страната. Според проучване на Агенцията по туризъм направено в края на 2004 г. във връзка с разработването на маркетингова концепция за позициониране на България като

атраaktivна туристическа дестинация през цялата година основните тенденции в потребителското търсене имат следните акценти:

- нараства търсенето на места, които предлагат алтернатива на масовия туризъм на конкурентни цени;
- туристите продължават да пътуват на по-кратки разстояния, правейки по-чести пътувания, но като цяло търсенето на далечни дестинации е с ежегоден ръст;
- очаква се да продължи тенденцията за правене на резервация в последния момент;
- увеличава се броят на туристическите пътувания през календарната година за сметка на намаляване на тяхната продължителност;
- наблюдава се все по-силно изразено индивидуализиране на пътуванията и търсене на уникални преживявания;
- търсенето на тематични програми и други дейности предлагани на място като допълнение към основното пътуване стават все по-важни при избора на дестинация;
- нарастващо значение имат програмите за здравословен начин на живот – хората се опитват да предотвратят болестите, отколкото да ги лекуват;
- повишават се изискванията на потребителите относно настанителна база, обслужване, програма.

Според същото проучване е съставен профил на чуждестранните туристи посетили страната ни през последните години:

- България е предпочитана дестинация за хора във възрастовата група от 25 до 45 години, мотивирани предимно от изгодните цени и условията в българските курорти;
- туристите в по-зряла възраст /над 45 години и пенсионерите/ предпочитат балнеокурортите, културно – познавателните турове, те търсят автентични преживявания, от които научават повече за местната култура и история;
- с високи оценки на удовлетвореност от основните елементи на почивката са: цени, условия в хотелите, кухня, природни дадености;
- най-ниски са оценките за туристическата информация, местния транспорт, колите под наем и отношението на обслужващия персонал;
- възможностите за селски и екотуризъм не са особено популярни, поради липсата на реклама и информация;
- нараства броят на индивидуалните туристи от всички възрастови групи – стремеж към нетрадиционни, нови преживявания, съчетани с “необичайна” ваканция в непознатата страна.

Посещенията на страната ни с цел почивка доминират – над 60% от всички чужденци.

Основни фактори за избор на почивка в България са: изгодните цени, интерес към страната, красива природа, култура на страната.

Профил на чуждестранните туристи – основен пазар за националния туристически продукт са страните от ЕС 44%, следвани от съседните балкански държави 26%, от Русия, Украйна и ОНД около 6% и от Централна Европа около 7 % (Прилож.7).

Проведеното в края на 2004 г. от БААТ проучване за развитието на алтернативния туризъм в България показва силно надмощие на немскоезичния пазар. Добро е присъствието и на френскоезичния пазар. Нараства търсенето на специализираните продукти и от българския клиент, който закупува основно отделни туристически услуги и по-малко цели пакети – от една страна поради оскъдното

предлагане, а от друга – заради по-ограничените финансови възможности и традиционния начин на организиране на почивката. Вътрешния пазар е от изключително значение, тъй като има лесен достъп до продукта, позволява многократни пътувания през годината и по-добри възможности за рекреация свързана с нови продукти и събития.

Туризмът непрекъснато се развива и търсените изживявания и очаквания на туристите се променят. За да отговори на новите потребности туризмът търси алтернативи. Поради обособяването на туристи със специфични интереси се развиват нови видове и форми туризъм, разработват се нови туристически продукти. Това създава възможност да се развие потенциала и да се популяризират райони и места извън големите курорти и наложените вече дестинации.

Направеният преглед на външната среда налага извода, че районът покриващ територията на община Стара Загора и съседните на нея общини е с добри възможности и перспективи за развитие на специализираните форми на туризъм.

III. Ситуационен анализ

Силни страни:

- добро транспортно-географско положение
- добри транспортни връзки
- добра достъпност на град Стара Загора от всички селища, липса на сериозни релефни препятствия
- добре развита инфраструктура
- добро съчетание на рекреационни ресурси (минерални води, водни площи, климат, гори, природни забележителности) и КИН
- богато културно-историческо наследство /праисторическо, тракийско, римско/
- близост до добре развити туристически дестинации
- добро състояние на настанителната база

Слаби страни:

- ниска степен на използване на ресурсния потенциал
- ниска конкурентна способност на туристическия продукт
- липсата на единна и цялостна рекламна политика
- липса на координация и коопериране в бранша
- липса на подходяща база за развитие на конгресен туризъм
- ниска средногодишна заетост на настанителната база
- недостатъчно използване на предимствата на стратегическото местоположение
- недобро състояние на пътищата от четвъртокласната пътна мрежа
- недостатъчно ниво на професионалната квалификация на заетите в туризма

Възможности:

- проучване и ползотворно използване на ресурсите на Сърнена Средна гора
- развитие на специализираните форми на туризъм /културен, конгресен, спортен, балнеоложки, селски, и др/
- развитие на туристическите атракции
- създаване на пазарно ориентиран туристически продукт
- провеждане на засилена маркетингова и рекламна дейност за популяризиране на туристическия потенциал на региона

- развитие на сътрудничество и координацията със съседните области и общини за разработка на съвместни маршрути
- разширяване на сътрудничеството с побратимените градове
- възможности за усвояване на целеви грантове по разработени проекти от общината и НПО
- на национално ниво се стимулира диференциацията на туристическия продукт и развитието на нови туристически дестинации

Заплахи:

- недостиг на инвестиционен капитал за реализация на съществуващите планове и проекти
- недостиг на финансови ресурси за поддържане на съществуващата и изграждане на нова инфраструктура обслужваща туризма
- липса на кадрова политика по отношение обучението на заетите в туризма
- екологични проблеми
- туристическо предлагане в условията на висока конкуренция по отношение на качеството и вида на туристическия продукт, както на вътрешния, така и на международния пазар
- инфраструктурни проблеми в места с потенциал за развитие на туризма
- свит вътрешен пазар, вътрешно туристическо търсене с малък обем и слаба сегментация

IV. Визия за развитие на туризма

Ефективно и рационално използване на ресурсите за развитие на специализираните форми на туризма, което ще наложи района като дестинация за целогодишен устойчив туризъм с качествени и разнообразни туристически услуги на нивото на европейските стандарти.

Развитието на туризма в района да бъде в съответствие с международните принципи съвместяващи опазването на околната среда и туристическите дейности.

V. Стратегически цели и приоритети

Главна цел:

Районът обхващащ територията на Сърнена Средна гора и град Стара Загора да се наложи като дестинация за целогодишен устойчив туризъм чрез развитие на туристическия потенциал и привличане на нови пазарни сегменти.

Стратегически цели и приоритети:

1. Съхраняване на културното и природно наследство

- 1.1. Реставрация и консервация на културно-историческото наследство (КИН)
- 1.2. Опазване на природната среда

2. Рекламно представяне на туристическия продукт

- 2.1. Промоция на района на туристическия пазар

3. Усвояване на туристическия потенциал чрез развитие на специализираните форми на туризма

- 3.1. Развитие на културния туризъм

- 3.2. Развитие на конгресен/конферентен туризъм (туристически пътувания за участие в изложения, панаири, конгреси, конференции)
- 3.3. Развитие на спортния туризъм
- 3.4. Развитие на балнеоложки и лечебен туризъм
- 3.5. Създаване и развитие на туристически продукти свързани с ресурсите на Сърнена средна гора (селски, винен, пешеходен, приключенски, велотуризм)

4. Подобряване качеството и конкурентноспособността на туристическия продукт

- 4.1. Обучение и квалификация на кадрите ангажирани в туризма
- 4.2. Подобряване, изграждане и поддържане на инфраструктурата свързана с туризма

VI. Финансови ресурси

Възможните източници на финансиране на дейности свързани с развитието на туризма са:

- донорски програми – национални и международни;
- програми, проекти и предпроектни предложения свързани с усвояването на европейски предприсъединителни фондове;
- средства постъпили в общински фонд туризъм, чрез които се финансират дейности определени в Закона за туризма и се осъществява общинската политика в областта на туризма;
- инвестиции от частния сектор.

Приоритет за първите два източника е изграждането на туристическа инфраструктура.

VII. План за действие

Плана определя действията необходими за реализацията на стратегическите цели.

Стратегически цели и приоритети:

1. Съхраняване на културното и природно наследство

1.1. Реставрация и консервация на КИН

Действия:

- Определяне на обекти от културно-историческото наследство подлежащи на реставрация, консервация или ремонт и осъществяване на дейности за тяхното съхраняване.

1.2. Опазване на природната среда

Действия:

- определяне и популяризиране на най-добрите практики за ангажиране на местното население в дейности по опазване, използване и популяризиране на природното наследство;
- разработване на образователни програми съвместно с училищата и младежките организации за екологично обучение сред природата;
- подобряване на съществуващата и създаване на нова инфраструктура в градските паркове.

2. Рекламно представяне на туристическия продукт

2.1. Промоция на района на туристическия пазар

Действия:

- извършване на маркетингови проучвания за определяне на целеви пазари и пазарни сегменти;
- разработка на рекламна стратегия;
- презентация на туристическата система на общината чрез участие в туристически борси и изложения;
- издаване на рекламни материали за туристическото предлагане на общината на хартиен и електронен носител;
- създаване на интернет страница към ТИЦ;
- популяризиране на възможностите за туризъм на територията на общината в гр. Самара и другите побратимени градове;
- провеждане на ежегодни рекламни кампании с определено мото;
- организация и провеждане на туристическо изложение с национално и международно участие.

3. Усвояване на туристическия потенциал чрез развитие на специализираните форми на туризъм

3.1. Развитие на културния туризъм

Действия:

- разработка на локални културно-познавателни маршрути и туристически пакети;
- разработка на съвместни туристически маршрути със съседни общини;
- включване на туристически обекти в национални туристически маршрути;
- организиране и провеждане на семинари и информационни турове за представяне на възможностите за културен туризъм в района на общината;
- организация и провеждане на атракции и атрактивни събития – паради, фестивали, др.;
- развитие на продукт “Район на цветята, билките и божествените благоухания”;
- осъществяване на изготвен проект за възстановка на две жилища от новокаменната епоха, пресъздадени в реален мащаб със зала за демонстрации в охраняемата зона на музей „Неолитни жилища”;
- изграждане на еко-атрактивен център за обучение, тренировка и демонстрации на древните умения на предците ни “Прабългарски онгъл”;
- повишаване на атрактивността на градската среда – включва атрактивно осветление на сгради и паметници, атрактивно оформяне на пешеходните зони, фонтани, цветни алеи, декоративни елементи, атрактивност на откритите пространства.

3.2. Развитие на конгресен/конферентен туризъм (туристически пътувания за участие в изложения, панаири, конгреси, конференции)

Действия:

- създаване на експо-център за провеждане на панаири и изложения;
- реклама на базата обслужваща конгресния туризъм пред регионални, национални и международни организации и институции, които могат да я ползват за свои инициативи;
- Популяризиране на организираните събития и прояви: конференции, конгреси, срещи, семинари с цел привличане на посетители и участници от страната и чужбина.

3.3. Развитие на спортния туризъм

Действия:

- подобряване и модернизиране на спортната база за провеждане на национални и международни състезания (модернизация на Колодрума, ремонт и модернизация на лекоатлетическата писта);
- създаване на инфраструктура свързана с провеждането на регионални състезания по корабомоделизъм в парк “Бедечка”;
- модернизация на съществуващите 4-ри футболни игрища в Старозагорските минерални бани;
- изграждане на писта за екстреман велосипеден спорт маунтин-байк по разработен проект “Сърцето на Сърнена Средна гора” – ФАР “Българския екотуризъм” в района на с. Пряпорец;
- изграждане на голяма катерачна стена в спортна зала “Стара Загора” /бивша ДЗУ/ за провеждане на национални и международни състезания по спортно катерене;
- организиране и провеждане на срещи и семинари за представяне на спортната база и възможностите за спорт пред заинтересованите.

3.4. Превръщане и утвърждаване на Старозагорските минерални бани в SPA курорт и център за развитие на конферентен, спортен и балнеолечебен туризъм от национален мащаб

Действия:

- подобряване на инфраструктурата в курорта и на района около него;
- увеличаване броя и подобряване качеството на услугите свързани с балнеолечението;
- разработване на програми и продукти свързани с профилактиката и здравословния начин на живот, програми за красота, климатолечебни, лечебни и др.;
- разработване на специализирани маршрути за инвалиди и незрящи хора;
- каптиране на минералната вода в района;
- проучване на поемния капацитет на водния ресурс с цел обезпечаване на балнеолечението;
- провеждане на национални и международни състезания по туристическо ориентиране, слалом в тихи води, туристически събори, вело-рали в района на Старозагорските минерални бани;
- превръщане на сегашния търговския център западно от Банята в културно-административен център с обособени части както следва: кметство, туристически информационен център, музейна експозиция за праисторията и античността в района, музейна експозиция за карста и пещерите в района, музейна експозиция за цветята и билките в Сърнена Средна гора;
- създаване на детски център за физическа подготовка и екологично възпитание (съчетание на скаутски лагер и зелено училище) с поемнен капацитет около 30 деца в сградата на старото училище;
- обособяване на терена край езерото и на други подходящи места в зони за отдих на открито с места за палатки, каравани, пикник, барбекю;
- създаване на спортно-тренировъчни и детски площадки в парковата зона около езерото;
- превръщане на подходяща постройка, общинска собственост в туристическа спалня (ремонт, обзавеждане и стопанисване от ТД);
- настилане на пътя за местността “Богородична стъпка” и оформяне на път за отдих в близост до параклиса;
- създаване на велоалея с трасе в курорта и околностите му и обособен паркинг за 25 велосипеда;

- ремонт на наблюдателна станция на Народна астрономическа обсерватория и превръщането ѝ в атрактивно място за директни наблюдения на небето;
- създаване на възможност за развитие на конен туризъм в района;
- популяризиране на възможностите на курорта за развитие на конферентен, спортен, балнеолечебен и други форми на специализирания туризъм.

3.5. Създаване и развитие на туристически продукти свързани с ресурсите на Сърнена средна гора/ селски, винен, пешеходен, приключенски, велотуризм /

Действия:

- проучване и популяризиране на ресурсите и възможностите за развитие на туризма в района на Сърнена Средна гора и в селата разположени на територията ѝ;
- изготвяне на информационни брошури за туристическия потенциал в селата от Сърнена Средна гора;
- създаване на наръчник с практическа информация предназначена за желаещите да развият селски туризъм;
- разработка на тематични маршрути представящи културно-историческото наследство и бита на селата от района;
- разработка на програми уикенд на село, ваканция на село;
- разработка и маркировка на веломаршрути и атрактивни пешеходни туристически маршрути;
- разработка на програми свързани с приключенския туризъм: проникване в пещери, ориентиране в непозната местност и др.;
- благоустрояване на пещерата “Цепнатината” в землището на с. Остра могила и облагородяване на терена около нея;
- създаване на екопътеки с възможност за посещение на пещерите, природните забележителности и защитените местности в района на Сърнена Средна гора;
- издаване на карти и рекламни брошури представящи разработените маршрути и туристически продукти;
- разработка на специализиран туристически продукт свързан с виното;
- организиране на фестивал на виното;
- преустройство на сградата, където се е помещавал Младежкия дом в с. Дълбоки в туристическа спалня с поемнен капацитет 40 места.

4. Подобряване качеството и конкурентноспособността на туристическия продукт

4.1. Обучение и квалификация на кадрите ангажирани в туризма

Действия:

- провеждане на срещи и семинари за изучаване опыта за използване на КИН за развитие на културния туризъм;
- провеждане на срещи и семинари за запознаване с европейския опит и маркетинга на балнеотуризма;
- провеждане на семинари и обучения в селата свързани с развитието на продукта селски туризъм;
- провеждане на срещи и семинари за запознаване на местния туристически бизнес с европейските стандарти в туризма;
- утвърждаване на европейските стандарти в предлагания туристически продукт на общината;
- организиране на срещи представящи работодателите от местния туристически бизнес и организациите на местно ниво, подготвящи изпълнителен и ръководен персонал за работа в областта на туризма;

- организиране на специализирани курсове за обучение по специалности от областта на туризма, за които има доказано търсене от местната туристическа индустрия.

4.2. Подобряване, изграждане и поддържане на инфраструктурата свързана с туризма

Действия:

- подобряване състоянието на пътищата от третокласната и четвъртокласна пътна мрежа отвеждащи да райони с потенциал за развитие на туризма или до отделни туристически обекти
- изграждане на туристическа инфраструктура около обекти от КИИ и природно наследство с потенциал за посещение от туристи;

VIII. Мониторинг, оценка, актуализация

Мониторингът е систематично събиране и анализ на информация, необходима за вземането на решения в процеса на реализацията на плана за действие на стратегията. По този начин може да се сравни реалният напредък по изпълнението на плана с предварителния разчет на планираните действия.

Оценката се фокусира върху резултатите и постиженията от реализацията на заложените действия.

За мониторинг и оценка ще се ползват следните индикатори за наблюдение и измерване на успеха:

- Създадени нови местни туристически продукти
- Създадени нови фирми с предмет на дейност туризъм
- Разширяване дейностите на съществуващите фирми в областта на туризма /нововъведени услуги
- Брой на нови маркетингови инициативи/схеми за промоциране на туристическия бизнес
- Създаване на нови атракции/брой
- Брой обекти с подобрена експозиция
- Увеличаване посещаемостта на туристическите обекти (база 2004 г.)
- Дължина на изградена нова/ подобрена техническа инфраструктура в подкрепа на местни туристически продукти
- Изградени/ модернизирани културни обекти (база 2004 г.)
- Подпомогнати проекти за обновяване
- Брой туристи (2004 г.)
- Брой на реализираните нощувки годишно в туристическите обекти (база 2004)
- Среден брой посетители на ден
- Средна продължителност на престоя
- Заетост на базата (база 2004 г.)
- Увеличаване броя на посетителите в района на Сърнена Средна гора
- Брой посетители по дейности / видове туризъм

Наблюдението и оценката ще се извършват от Общинския консултативен съвет по туризъм.

Разработената стратегия е отворена по отношение на планираните за осъществяване на стратегическите цели действия. Те могат да бъдат актуализирани ежегодно с решение на Общинския консултативен съвет по туризъм.