



Списание за наука

„Ново знание“

ISSN 2367-4598 (Online)

ISSN 1314-5703 (Print)

Академично издателство „Талант“

*Висше училище по агробизнес и развитие на
регионите - Пловдив*

New Knowledge

Journal of Science

ISSN 2367-4598 (Online)

ISSN 1314-5703 (Print)

Academic Publishing House „Talent“

*University of Agribusiness and Rural Development
Bulgaria*

<http://science.uard.bg>

THE NEW CYCLING ROUTES IN PLOVDIV: CITY ROUTE „MARITSA - FROM RISE TO SUNSET“

Zlatka Grigorova

University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria

Abstract: Development of new products is a typical task in the tourism planning process. New trends are increasingly focusing on products related to empathy with nature, health and well-being. The main reasons for this emerging demand are the changing working conditions, stress, aging of the population and the imposition of a feeling of isolation from nature and contact with it in many people. One of the important goals of the INSIGHTS project is the development of new tourist products based on the natural and cultural heritage in support of a healthy lifestyle in the tourist destination of Plovdiv.

This article presents one of the four developed routes under the project that pass along the Maritsa River and are intended for Bulgarian and foreign individual tourists; for small groups of 2 to 10 people (families, colleagues, good friends who want to share their free time). The aim is sustainable use of natural and cultural heritage of Plovdiv in preserving and improving the diversity of tourist resources to make it a destination for healthy and slow tourism, which is an integral part of the strategic development of the region with a balanced and sustainable economy, a high standard of living and a restored, preserved and healthy living environment.

Keywords: city route, cycling, slow tourism, sustainable economy.

НОВИТЕ МАРШРУТИ ЗА ВЕЛОТУРИЗЪМ В ПЛОВДИВ: ГРАДСКИ МАРШРУТ „МАРИЦА - ОТ ИЗГРЕВ ДО ЗАЛЕЗ“

Златка Григорова

Висше училище по агробизнес и развитие на регионите - Пловдив

Резюме: Разработването на нови продукти е типична задача в процеса на планиране на туризма. Новите тенденции все повече се фокусират върху продукти, свързани със съпреживяване с природата, здравето и благополучието. Основните причини за това нововъзникващо търсене са променящите се условия на труд, стресът, застаряването на населението и налагане на усещането за откъснатост от природата и съприкосновението с нея у много от хората. Една от важните цели на проект INSiGHTS е разработването на нови туристически продукти, базирани на природното и културно наследство в подкрепа на здравословния начин на живот в туристическата дестинация Пловдив.

Настоящата статия представя един от четирите разработени маршрута по проекта, които минават покрай река Марица и са предназначен за български и чуждестранни индивидуални туристи; за малки групи от 2 до 10 човека (семейства, колеги, добри приятели, които искат да споделят заедно и интересно свободното си време). Целта е устойчиво използване на природното и културното наследство на град Пловдив при опазване и подобряване на многообразието от туристически ресурси за превръщането му в дестинация за здравословен и бавен туризъм, която е неразделна част от стратегическото развитие на региона с балансирана и устойчива икономика, с висок жизнен стандарт на населението и реставрирана, запазена и здравословна жизнена среда.

Ключови думи: градски маршрут, велотуризъм, бавен туризъм, устойчива икономика.

ВЪВЕДЕНИЕ

Според Българския тълковен речник „дестинация“ е посока, място или направление, цел на движение (пътуване). В понятийния апарат, обслужващ теорията и практиката на туризма¹, дестинацията е: „*географско пространство (място, селище, район, страна), което се избира от съответния посетител (или сегмент от посетители) като цел на туристическото пътуване, разполага с необходимите за престоя средства за подслон, места за настаняване и заведения за хранене и развлечения и е действителният продукт и конкурентна единица в туризма, която трябва да се управлява като стратегическа бизнес единица*“.

Дестинацията включва туристически продукти, подпомагащи услуги, атракции, туристически ресурси, които могат да се посетят. Тя има физически и административни граници, които определят управлението на дестинацията, има имидж и възприятия, които дефинират конкурентоспособността на дестинацията на пазара. Дестинациите могат да бъдат с различен размер: от цяла държава (например България), регион („Тракия“), град (Пловдив), или село, местност, атракция...².

¹ Воденска, М., М. Асенова. Въведение в туризма. 2004 г.; Асенова, М. В. Маринов, Е. Дограмаджиева, Д. Семерджиев. Наръчник на туристическия бизнес. Изд. МИЕТ, 2010.

² Практически пътеводител за управление на туристически дестинации, Световна организация по туризъм към Обединените нации, 2007.

ЕК определя в Европейската система от показатели за туризма³ дестинацията като: „*Географски район, който понастоящем е привлекателен или е възможно да стане привлекателен за туристи; място или район, което/който е признат(о) и лесно може да бъде определен(о) като посещавана дестинация и разполага с различни съоръжения и продукти за целите на туризма; което/който се рекламира като дестинация; където е възможно да се измери предлагането и търсенето на туристически услуги; където процесът на управление на посетителите обикновено включва редица заинтересовани страни от публичния и от частния сектор заедно с местната общност*“. Това е от особено значение за дестинация Пловдив, която се стреми да се утвърди на международния туристически пазар, развивайки устойчив туризъм.

Туристическите дестинации са в основата на туристическата дейност. От данните на Евростат⁴ е видно, че през 2011 г. европейците са направили малко повече от един милиард пътувания. Средната сума, изхарчена при едно пътуване, е била 347 EUR - общи разходи от 312 млн. EUR⁵. Това икономическо въздействие се отразява на трудовата заетост, по-големите приходи от данъци, успешния растеж на бизнеса, опазването на околната среда и на културното наследство, така необходими за гр. Пловдив. Всеки турист обаче оставя след себе си отпадъци, използва вода и енергия и оказва въздействие върху общностите, които посещава. Следователно информираното и съвместно управление на дестинациите е от съществена важност за дългосрочната жизнеспособност на Пловдив като европейска туристическа дестинация.

Една от важните цели на проект INSiGHTS⁶ е разработването на нови туристически продукти, базирани на природното и културно наследство в подкрепа на здравословния начин на живот в туристическата дестинация Пловдив.

Разработването на нови продукти е типична задача в процеса на планиране на туризма. Новите тенденции все повече се фокусират върху продукти, свързани със *съпреживяване с природата, здравето и благополучието*. Основните причини за това нововъзникващо търсене са променящите се условия на *труд, стресът, застаряването на населението и налагане на усещането за откъснатост от природата и съприкосновението с нея у много от хората*.

Откъде идват идеите за нови или адаптирани туристически продукти?

Според изследване на Kotler⁷ развитието на нови туристически продукти се инициира предимно от фирмите или от управлението на самите дестинации, като новите туристически продукти често представляват надградени или изменени вече съществуващи такива. Те са „*вдъхновени*“ от конкурентни дестинации или предприемачи, или са в резултат на искания от клиенти или членове на персонала. Понякога изследователските или консултантските фирми допринасят за цялостното подобряване на местните туристически продукти.

Стратегиите за разработване на нови туристически продукти за дадена дестинация са идентифицирани в рамката за развитие на туристическия продукт въз основа на

³ Европейска система от показатели за туризма, като набор от инструменти за устойчиви дестинации - Люксембург: 2014 г., с. 64.

⁴ <http://europa.eu/rapid/press>

⁵ Евростат (2012 г.) Tourism in Europe: Results for 2011 - Issue number 28/2012 (Туризмът в Европа: резултати за 2011 г. Издание № 28/2012 г.)

⁶ <http://rda-bg.org/index.php/news/single?id=36>; Velizar Petrov - 10-10-2017 12:48

⁷ Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (1999). Principles of Marketing. 8th Edition. New Jersey: Prentice Hall.

проучвания от Komppula (2001)⁸, Zeithaml и Bitner (1996)⁹, както и от Holloway и Robinson (1995)¹⁰.

Таблица 1. Матрица за стратегия за нов продукт за идентифициране на възможностите за развитие (по Komppula; Zeithaml и Bitner; Holloway и Robinson)

Оферти	Съществуващи пазари, съществуващи клиенти/целеви групи	Нови пазари, клиенти, целеви групи
Съществуващи продукти	Проникване на пазара Изменение в съществуващи продукти за съществуващ пазар	Развитие на пазара Ново позициониране на съществуващ продукт с цел привличане на нов пазар/ нова целева група
Нови продукти	Ново развитие Въвеждане на нов продукт на съществуващ пазар	Диверсификация Въвеждане на нов продукт на нов пазар и нова целева група

Проект INSiGHTS ще допринесе за стратегическото развитие на нови продукти чрез анализиране на регионалните туристически ресурси и вижданията на бизнеса. Обучението чрез използване на идеи от конкуренти и други дестинации допринася за реализиране на целите на проекта INSiGHTS, а очакваните резултати за дестинацията са:

- интегрирани стратегии за устойчив туризъм;
- препоръки за транснационална политика;
- междурегионални системи за управление на дестинацията;
- екотуристически модел за градските райони;
- система за смарт карти на посетителите;
- мобилен мултимедиен павилион с елементи от виртуалната реалност;
- нови продукти за зелен туризъм: велосипедна мрежа и туристически маршрути, туристически пакети, приложения за пътеки и др.;
- здраве и естествен начин на живот, свързани с развлекателни програми, екологичното образование.

Прегледът на резултатите от добрите европейски практики и анализът на опита ни дават възможност за тяхното постигане.

При управлението на дестинацията се акцентира върху важни въпроси, свързани с вземането на решения и комуникацията, които допринасят за устойчиво управление на туризма, като:

➤ **Обществена политика за устойчив туризъм**

Наличието на **план и политика за развитието на туризма** в дадена дестинация е първата основна стъпка към устойчивостта. В най-добрия случай планът следва да бъде многогодишен, да включва въпроси, свързани с околната среда, социални аспекти, качеството, здравето и безопасността, да има ясни цели с определени срокове и да бъде разработен с участието на всички свързани заинтересовани лица.

⁸ Komppula, R. (2001). New-product Development in Tourism Companies – Case Studies on Nature-based activity operators. Paper presented at the 10th Nordic Tourism Research Symposium. October 18-20 2001. Vasa: Finland.

⁹ Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. (1996). Service Marketing. Integrating Customer Focus across the Firm. 2nd Edition. USA: McCraw-Hill Higher Education.

¹⁰ Holloway, J.C., Robinson, C. (1995). Marketing for Tourism. 3rd Edition. Harlow: Longman.

➤ ***Устойчиво управление на туризма в туристическите предприятия***

Управляващите дестинациите не могат самостоятелно да създадат устойчиви дестинации. Планирането и управлението на устойчивостта става на равнище предприятия, които активно включват принципите на устойчивост в своите дейности.

➤ ***Удовлетвореност на клиентите***

Колко посетителите са удовлетворени от цялостното си прекарване в дестинацията - клиентите, заедно с туристическите предприятия, са най-важният трети компонент на устойчивото управление на дестинацията. Удовлетворените клиенти се връщат, умножават своята икономическа стойност и създават работни места.

➤ ***Информация и комуникация***

До каква степен посетителите са осведомени за усилията, които се полагат за постигане на устойчивост в дестинацията - важно е информацията за устойчивостта да се предоставя последователно във всички маркетингови материали; да се насърчава споделянето на информация и комуникацията по въпроси, свързани с устойчивостта, и на постиженията.

Какво помага за намирането на успешни идеи?

Успешните нови продукти винаги поддържат уникалното предложение за продажба (USP) на съответната дестинация и подобряват нейния профил. Ето защо е необходимо ясно разбиране на общите визии в дестинацията и нейната цялостна стратегия. В този процес би било много полезно включването на местните заинтересовани страни в процеса на дискусия и планиране. Въз основа на съществуващите оферти те могат да ги разширят и да формират нови продукти или да използват съществуващата оферта за разработване на нови оферти. Участието на местните заинтересовани страни може да се използва и за оценка на идеите и за определяне на приоритети.

Вторият важен подход се основава на анализите на предпочитанията и нуждите на гостите и на хората, които желаят да посетят туристическата дестинация. Тук проучването на посетителите е важен инструмент за постигане на нови решения.

В концепцията за съвместно създаване има голям потенциал в разработването на нови продукти. Тя използва клиентите и ги третира като партньори в разработването на нови туристически продукти. Това е един отворен процес (фиг. 1).

В рамките на проект INSiGHTS ние ще допринесем за стратегическото развитие на нови продукти чрез анализиране на съответните региони и техните виждания.

Самооценката на настоящата ситуация в осемте района на проекта показав, че някои дестинации нямат подробна информация относно няколко аспекта, важни за развитието на туризма. Получаването на тази информация ще бъде необходимо за адаптиране и развитие на туристическите продукти в районите на проекта.

Обучението чрез използване на идеи от конкуренти и други дестинации се засилва от проекта INSiGHTS. Работните срещи, разходките и проучвателните посещения подпомагат обмена на идеи и опит¹¹.

¹¹ Ulrike Pröbstl-Haider, Univ. Prof. Dr., University of Natural Resources and Life Sciences Vienna, Institute of Landscape Development, Recreation and Conservation Planning (ILEN).



Фиг. 1. Концепцията за съвместно създаване (преработена от Pröbstl-Haider и Lampl, 2015)

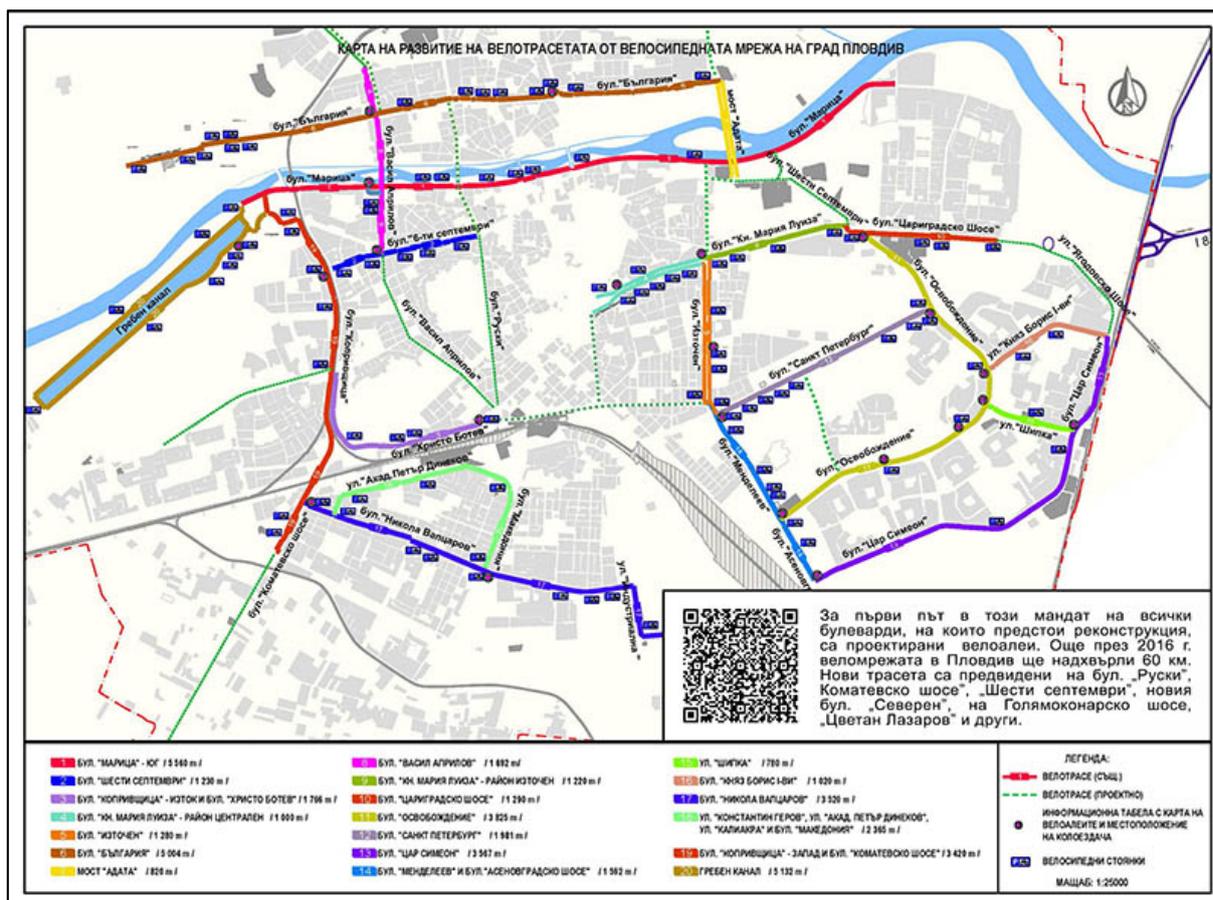
Нашата концепция за маршрут е:

- ✓ Слоган: *НИЕ НЕ СМЕ ЗА ЕДИН ДЕН / WE ARE NOT FOR ONE DAY! /*
- ✓ Маршрутите са насочени към български и чужди *индивидуални туристи* и/или *малки групи* от до 10 човека (в общия случай те са семейство, колеги и/или добри приятели, които искат да споделят заедно и интересно свободното си време). Биха могли да се ползват и за тим-билдинг.
 - ✓ Времетраенето да бъде между 4-5 дни, като *не по-малко от два*.
 - ✓ Придвижването – *с велосипеди* и/или *пеш*.
 - ✓ Маршрутите за отделните дни се разработват на *модулен принцип*, като могат да бъдат *комбинирани по произволен начин* два или повече отделни маршрута.
 - ✓ *Един маршрут* трябва да бъде *комбинация* от посещение на обекти с *природно, културно-историческо значение*, представяне на *местна кухня, занаяти и обичаи*, и *мероприятия от здравословен характер* (VELOOBIKOLKI, състезания, игри, пикници и др.).

Велоалеи практически има във всеки по-голям български град, но да определим необходимостта от велосипед в града. Той има две основни приложения: спортно-развлекателно и транспортно. Хората карат велосипеди в парковете и по крайбрежните улици. С развитието на техниката в близките години велосипедът и другите транспортни средства ще получат нов живот. Дори сега, електрическите велосипеди позволяват лесното придвижване из града даже при труден релеф. Електрически тротинетки пък са компактни и маневрени. Всяка година се измислят нови индивидуални средства за придвижване из града, така че е сложно да се предположи с кого ще се срещнем на велоалеите след няколко години. Съвсем възможно е в скоро време те да загубят името „велоалеи“, а да се превърнат в платна за индивидуален нискоскоростен транспорт (до 25 км/ч).

Подобно на редица европейски градове, Пловдив има големи амбиции в стимулирането на велосипедизма. В последните няколко години се изгради мрежа от велоалеи, чиято дължина към момента е около 60 км и продължава да се разраства (фиг. 2). Нараства и броят велосипедисти, които се възползват от нея.

Велоалеите на Пловдив за разходка и спорт в свободното си време са изградени по Оперативна програма „Региони в растеж“.



Фиг. 2. Мрежа от велоалеи в Пловдив

Източник: Община Пловдив

Напоследък все по-актуална е темата за изграждане на култура за движение, особено когато говорим за затлъстяването при подрастващите, навлизането на високите технологии, компютри, смартфони, които отвличат вниманието от активния живот, който пък ни прави по-здрави, подчертават участниците.

Пловдив е градът с една от най-добрите веломрежи в България, а целта на общината е да изгради още отсечки за пловдивчани и гостите на града. Целта е алеите да се свързват в маршрути, обхващащи целия град, които биха заменили градския транспорт за хората, готови да използват колелото. И все пак, велосипедът остава по-популярен като спорт или хоби отколкото като средство за придвижване. В такъв случай, кой е най-приятният маршрут в града?

Ако искате да се придвижвате из Пловдив на велосипед, ще разгледате голяма част от забележителностите на града, но е важно да знаете:

В пешеходната зона в центъра, където са съсредоточени туристическите атракции, карането на колело е забранено!

Затова изберете някои от четирите красиви маршрути, които минават покрай река Марица и са предназначен за български и чуждестранни индивидуални туристи; за малки групи от 2 до 10 човека (семейства, колеги, добри приятели, които искат да споделят заедно и интересно свободното си време).

ГРАДСКИ МАРШРУТ „МАРИЦА - ОТ ИЗГРЕВ ДО ЗАЛЕЗ“

Маршрутът започва в туристическия център с *представяне на това, което предстои* (чрез прожекция на филм, изнасяне на интерактивна беседа и/или представяне на информационни материали).

Маршрутът обхваща *в различна последователност и различно времетраене* обекти с:

- *културно-историческо значение,*
- *защитени природни обекти,*
- *НАТУРА 2000* (с наблюдение и опознаване на флора и фауна, правене на снимки - „фото-лов“),
- *хранене с традиционни местни кулинарни специалитети и напитки* (може под формата на „работилница“ туристите сами да приготвят част от храната),
- *участие в „работилници“* (предмети на бита, сувенири, др.),
- *спортни или друг вид здравословни мероприятия* (игри, състезания, медитации).

Маршрутът завършва в туристическия център, за да се проведе *интерактивна беседа* за преживяното, *споделяне между участниците* (може да се пуснат и снимки от деня, а може да се направи и конкурс за най-добра фотография от деня).

Участниците могат да продължат по желание и с вечеря-гурме кухня и местна музика и танци (може и програма на живо).

Цел: устойчиво използване на природното и културното наследство на град Пловдив, при опазване и подобряване на многообразието от туристически ресурси за превръщането му в дестинация за здравословен и бавен туризъм, която е неразделна част от стратегическото развитие на региона с балансирана и устойчива икономика, с висок жизнен стандарт на населението и реставрирана, запазена и здравословна жизнена среда.

Маршрутът е предназначен за български и чуждестранни индивидуални туристи; за малки групи от 2 до 10 човека (семейства, колеги, добри приятели, които искат да споделят заедно и интересно свободното си време).

Придвижването е с велосипеди и/или пеш (1-3 дни по модули).

Маршрутът е разработен на модулен принцип, като те могат да бъдат комбинирани по произволен начин с други маршрути според желанията и интересите на туристите.

Маршрутът е комбинация от посещение на обекти с природно, културно-историческо значение; местна кухня; занаяти и обичаи; здравословни и екоинициативи.

Туристите имат опция да избират предварително анимацията в модулите, според желанията и интересите си, като:

- запознаване с дневната история на града;
- запознаване с митове и легенди;
- запознаване / представяне на местния бит, традиции, занаяти;
- запознаване / представяне на традиционни обичаи и участие в тях (Йордановден, Ладуване, Цветница-Връбница, Пеперуда и др.);
- наблюдение и опознаване на флора и фауна, правене на снимки („фото-лов“);
- избор на хранене (традиционни местни кулинарни специалитети и напитки в ресторанти или пикник);
- участие в различни творчески работилници и ателиета;
- участие в спортни или друг вид здравословни мероприятия (медитации, игри, състезания).

Маршрутът насърчава използването на координирани интелигентни туристически продукти, свързани в интегрираната мрежа от защитени територии и защитени зони по Натура 2000, за улесняване и насърчаване на бавния, зелен и здравословен туризъм по река Марица.

Обща информация: река Марица има водосборен басейн от 53 000 км², с обща дължина 472 км, извира от циркусите на Рила (най-високата планина на Балканския полуостров) на 2378 м н.в., и се влива се в Бяло море, преминавайки през Южна България, Североизточна Гърция и Европейска Турция. Тя е най-пълноводната българска река и до средата на миналия век е била плавателна.

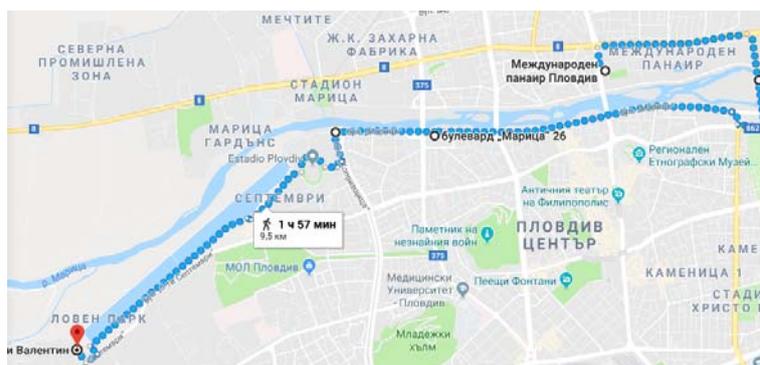
Дължина: 20 км

Маршрутът е проектиран в градска среда по велоалеи (фиг. 3) с минимално физическо и психическо натоварване, за максимално сливане с природната среда, положителни емоции и релакс.

Маршрут: начало от ТИЦ (Международен панаир - Пловдив).

Маршрутът започва с представяне на трасето, чрез интерактивна беседа от водач, екскурзовод, филми, карти, информационни материали:

- карта на маршрута;
- характеристики на трасето (денivelация, дължина и други подробности);
- инструкция за безопасност при велосипедиране в градска среда;
- представяне на ръководителя / водача на групата;
- запознаване в групата;
- запознаване с трасето на маршрута и неговите модули;
- брошури, дигитални, флаери и рекламни материали на дестинацията.



Фиг. 3. Градски маршрут „Марица – от изгрев до залез“

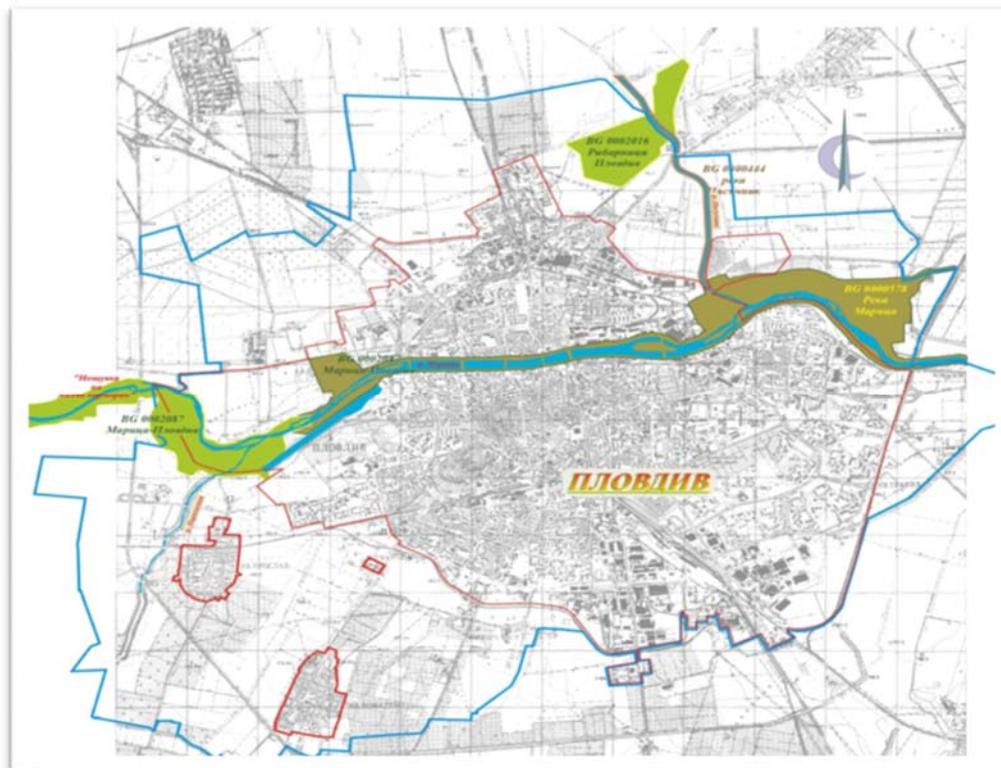
Модул 1: Поемате на изток по бул. България до мост Адата на р. Марица



Оттам има достъп до о. Адата за забавления по избор:

- посрещане на изгрева на Слънцето над р. Марица в най-източната част на остров Адата (мауна, медитативни техники, релаксация, фото сесия и възможности за закуска-пикник);

- запознаване със Защитената зона за местообитанията „Река Марица“ (BG 0000578) с обхват - поречието на р. Марица в участък между областите Пазарджик, Пловдив, Стара Загора и Хасково, обща площ 14 693,10 ха, която е важен биокоридор, свързващ защитените зони в Южна България;



Фиг. 4. Карта на защитени зони в община Пловдив

- запознаване със Защитената зона за птиците „Рибарници Пловдив“ (BG 0002016), обхващаща северната промишлена част на града с площ от 145,76 ха, която включва: рибарниците, обрасли с хидрофитна растителност; бреговете на р. Марица, покрити с папур, тръстика, ежова главичка, острица, шавар и единични върби; малките острови в реката, образувани от наноси, покрити с тръстика и папур.

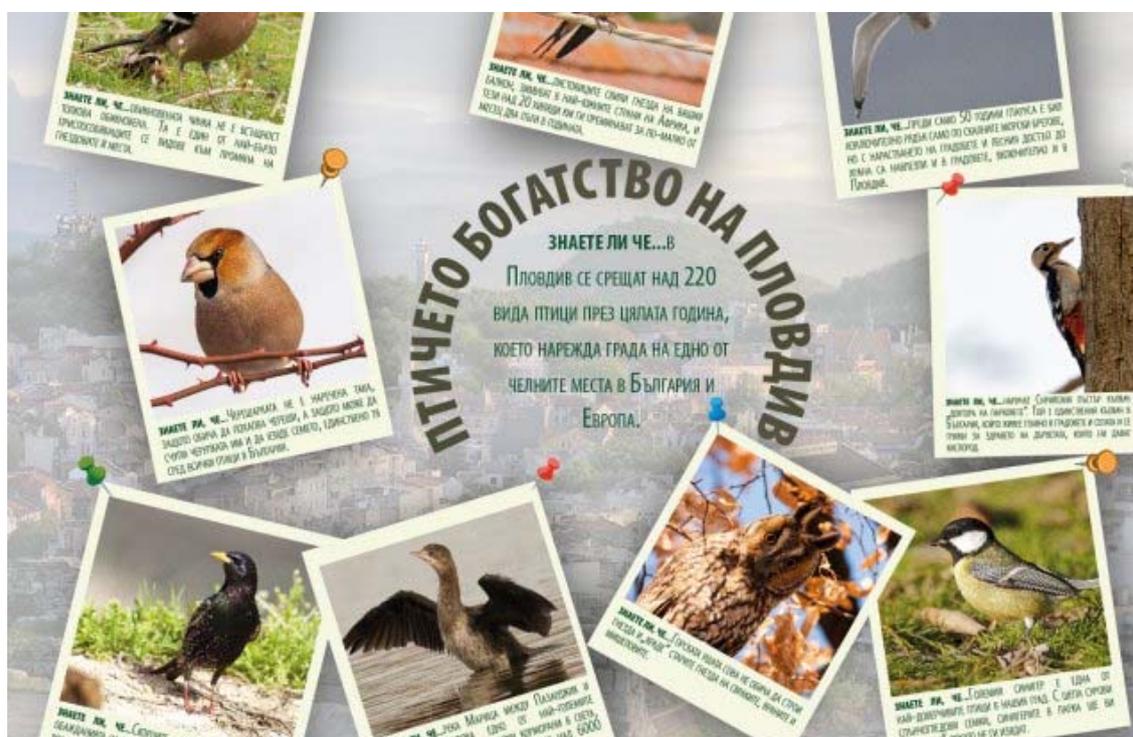
Модул 2: Връщане обратно на мост Адата и поемате в западна посока по бул. Марица. Следваща спирка с анимационна програма е Градският плаж на р. Марица – „Реката нашепва легенди“ с възможности за избор:

- запознаване с древната история на града;
- представяне на мостовете над р. Марица: мост Адата, мост Панаирен, Старият – Пешеходен мост, мост Герджика, Зеленият мост и Железният мост;
- запознаване / представяне на местния бит, традиции, занаяти;
- запознаване / представяне на обичаи – Йордановден, Ладуване, Цветница-Връбница, Пеперуда и др.;
- скици, рисунки, изображения, снимки, фотосесии и „фото-лов“.

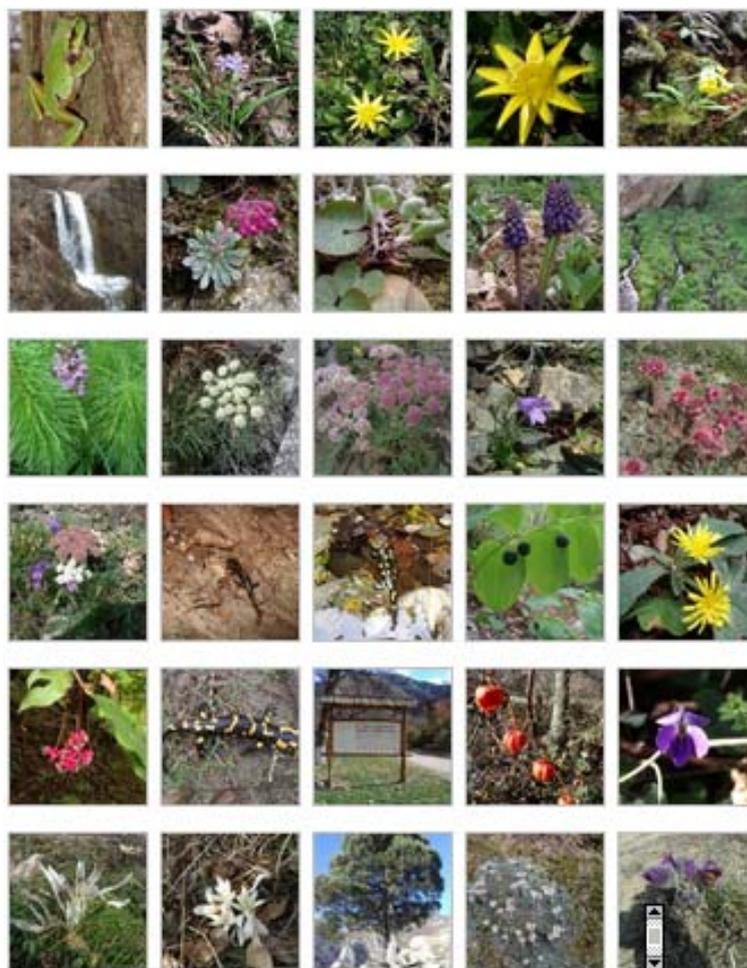


Модул 3: Връщане обратно на бул. Марица - продължава се в западна посока до Зеления мост при Университета по хранителни технологии със спирка с анимационна програма и възможности за занимая по избор, откъдето се поема по бул. Копривщица, през стадион Пловдив, до Гребната база, обяд:

- наблюдение и запознаване с начините за опознаване на речната флора и фауна;



- скици, рисунки, изображения, снимки, фотосесии и „фото-лов“.



- скици, рисунки, изображения, снимки, фотосесии и „фото-лов“;



- представяне на Защитена зона за местообитанията „Марица – Пловдив“ (BG 0002087), която обхваща поречието на Марица от с. Говедаре, обл. Пазарджик до Гребния канал на Пловдив, заедно с крайречната дървесна и храстова растителност на обща площ от 1117,55 ха;

- запознаване със защитената територия в категория Защитена местност „Нощувка на малък корморан - Пловдив“, обявена с цел опазване местообитание, място за почивка и струпване по време на миграция на световно застрашения и защитен вид Малък корморан

(*Phalacrocorax pygmeus*) в землищата на гр. Пловдив, общ. Пловдив, с. Костиево, общ. Марица и с. Оризаре, общ. Родопи, с обща площ от 820,907 дка.

- обяд, с възможности за кулинарни приключения по избор на групата.

Модул 4: обиколка на Гребната база, която се простира на огромна площ между парк „Отдых и култура“ и естественото корито на река Марица, като Гребният канал е дълъг 2 200 метра, широк 120 метра и дълбок 3 метра (по избор):

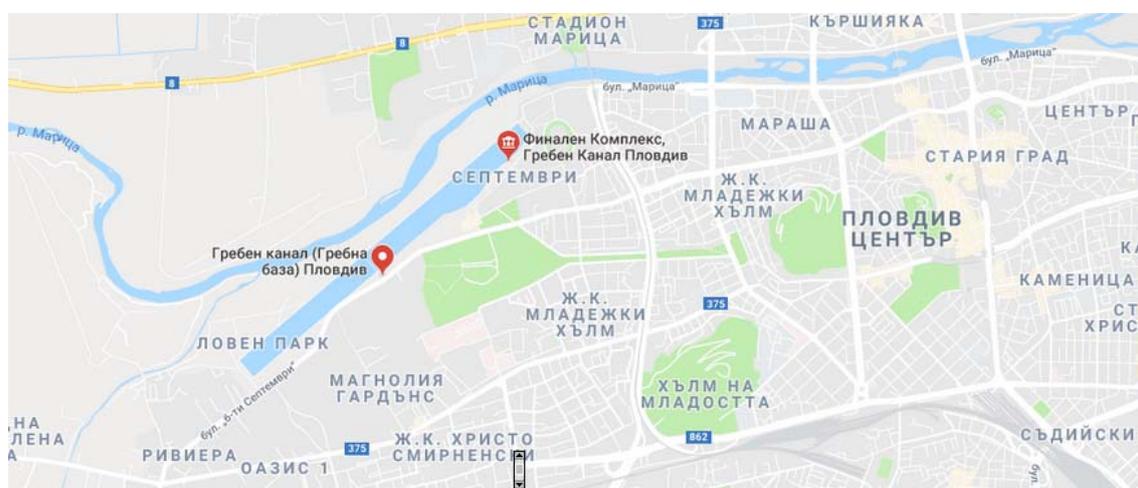
- запознаване със спортното съоръжение, домакин на европейски или световни първенства по всички видове гребни спортове;

- Зоологическата градина;

- Мостът на влюбените;

- Братската могила;

- другите спортни съоръжения за футбол, баскетбол, тенис на корт, плуване, плажен волейбол, колоездене и др.



- изпращане на залеза над Гребния канал, медитативни практики, релакс и фотосесия;



- връщане обратно в ТИЦ по бул. Марица през моста на Панаира.

Маршрутът завършва в ТИЦ с интерактивна беседа за преживяното, споделяне между участниците на снимки от деня, възможности за участия в конкурс за най-добра фотография, клип, филм или скица, рисунка от деня, анкетиране и представяне на възможности за следващите дни.

Обсъждане на възможни кулинарни предложения за вечеря с традиционна кухня (храна и напитки) и местна музика и танци.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Очакваните резултати са:

- устойчив туризъм;
- междурегионални системи за управление на дестинация Пловдив;
- екотуристически модел за градски вело- и/или пешеходен маршрут;
- нови продукти за зелен туризъм- чрез велосипедната мрежа на гр. Пловдив;
- възможност за индивидуални туристически маршрути и туристически пакети;
- бавен, мек и здравословен туризъм, свързан с развлекателни програми, изкуства, спорт и екологично образование.

ЛИТЕРАТУРА

1. Асенова, М., В. Маринов, Е. Дограмаджиева, Д. Семерджиев. Наръчник на туристическия бизнес. Изд. МИЕТ, 2010.
2. Воденска, М., Асенова, М. Въведение в туризма, 2004 г.
3. Европейска система от показатели за туризма, като набор от инструменти за устойчиви дестинации - Люксембург: 2014 г.
4. Евростат (2012 г.) Tourism in Europe: Results for 2011 - Issue number 28/2012 (Туризмът в Европа: резултати за 2011 г. — издание № 28/2012 г.)

5. Община Пловдив: <http://www.plovdiv.bg/>
6. Практически пътеводител за управление на туристически дестинации, Световна организация по туризъм към Обединените нации, 2007.
7. Holloway, J. C., Robinson, C. (1995). Marketing for Tourism. 3rd Edition. Harlow: Longman.
8. <http://europa.eu/rapid/press>
9. <http://rda-bg.org/index.php/news/single?id=36>; Velizar Petrov - - 10-10-2017 12:48
10. Komppula, R. (2001). New-product Development in Tourism Companies – Case Studies on Nature-based activity operators. Paper presented at the 10th Nordic Tourism Research Symposium. October 18-20 2001. Vasa: Finland.
11. Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (1999). Principles of Marketing. 8th Edition. New Jersey: Prentice Hall.
12. Ulrike Pröbstl-Haider, Univ. Prof. Dr., University of Natural Resources and Life Sciences Vienna, Institute of Landscape Development, Recreation and Conservation Planning (ILEN).
13. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J. (1996). Service Marketing. Integrating Customer Focus across the Firm. 2nd Edition. USA: McCraw-Hill Higher Education.

Annex 1. Short information in English

„Maritsa river - from sunrise until sunset“

Objective: Sustainable use of the natural and cultural heritage of the city of Plovdiv in preserving and improving the diversity of tourist resources to become a destination for healthy tourism, which is an integral part of the strategic development of the region with balanced and sustainable economy, with high living standard of the population and with restored, preserved and healthy living environment.

The route is intended for Bulgarian and foreign tourists; for small groups of 2 to 10 people (families, colleagues, good friends who want to share and enjoy their free time together).

Traveling by bicycle and / or on foot (1-3 days per module).

The route is developed on a modular basis and can be combined in any way with other routes according to the wishes and interests of the tourists.

The route is a combination of visiting sites of natural, cultural and historical significance; local cuisine; crafts and customs; healthy and eco initiatives. Tourists have the option of pre-selecting the animation in the modules according to their wishes and interests such as:

- getting acquainted with the ancient history of the city;
- familiarizing with myths and legends;
- introducing / presenting the local lifestyle, traditions, crafts;
- familiarization / presentation of traditional customs and participation in them;
- observation and exploration of flora and fauna, taking photos ("photo-hunting");
- choice of meals (traditional local culinary specialties and drinks in restaurants or picnics);
- participation in various workshops;
- participation in sports or other kind of health events (meditation, games, competitions).

The route encourages the use of coordinated intelligent tourism products linked to the integrated network of protected areas and Natura 2000 protected areas to facilitate and promote the green and healthy tourism along the Maritsa River.

General information: The Maritsa River has an area of 53,000 km², with a total length of 472 km, rising from the cirques of Rila (the highest mountain on the Balkan Peninsula) at 2378 m above sea level, and flows into the Aegean Sea, passing through Southern Bulgaria, Northeast Greece and European Turkey. It is the most abounding in water Bulgarian river and by the middle of the last century it was floatable.

Starting point: Plovdiv; TIC (International Fair Plovdiv)

Length: 20 km

The route is designed in urban environment via bicycle paths with minimal physical and mental load for maximum fusion with the natural environment, positive emotions and relaxation.

Route: Beginning from TIC (International Fair Plovdiv)

The route begins with a presentation through an interactive guided tour, guides, movies, maps, information materials:

- route map;
- track characteristics (displacement, length and other details);
- safety instructions for cycling in urban environments;
- presentation of the group leader / leader;
- introduction to the group;
- getting familiar with the route and its modules;
- brochures, leaflets, flyers and promotional materials of the destination.

Module 1: Take East on Bulgaria Blvd to Adata Bridge on the Maritsa River. From there there is access to island of Adata for optional entertainment activities;



✓ Sunrise over the Maritsa River in the Eastern part of the Adata Island (mauna, meditation techniques, relaxation, photo session and picnic);



- acquaintance with the Maritsa River Protected Zone (BG 0000578), with a range: the Maritsa River valley between the districts of Pazardjik, Plovdiv, Stara Zagora and Haskovo, the total area of 14,693.10 ha, which is an important biocorridor, connecting the Protected Areas in Southern Bulgaria;

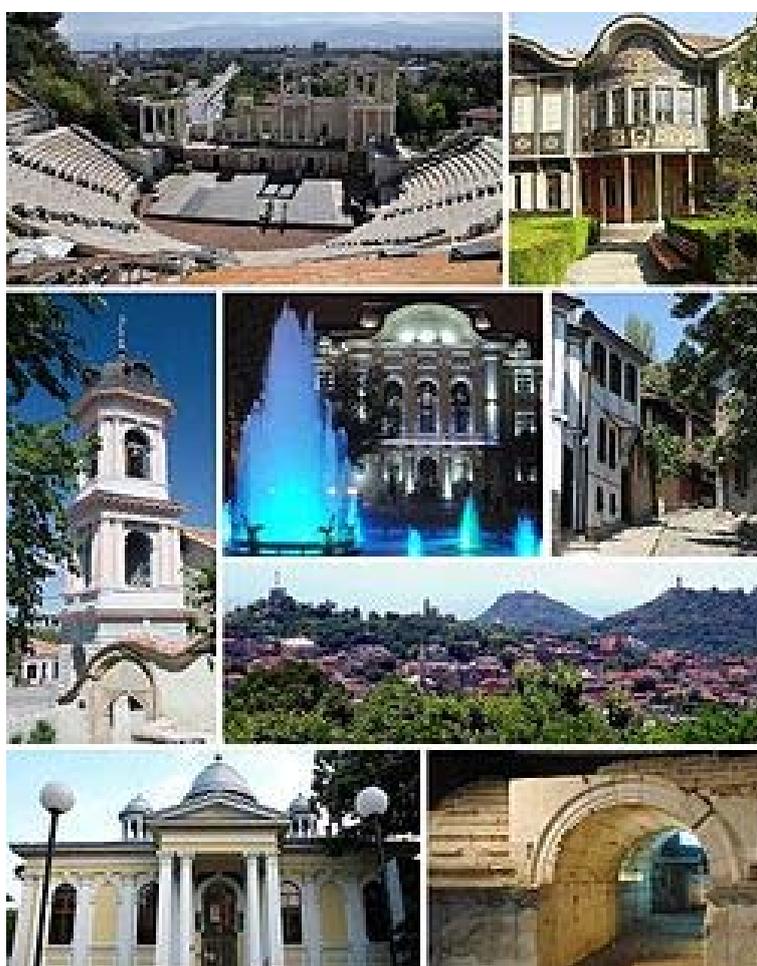
- acquaintance with the Plovdiv Fisheries Protection Zone (BG 0002016), covering the northern industrial part of the city with an area of 145.76 ha, including: Fishponds overgrown with hydrophilic vegetation; the banks of the Maritsa River, covered with reed, cane, eagle head, shrike, shash and single willows; the smaller islands of the river, formed by clumps covered with reed and canola;

Module 2: Return back to Adata bridge and take West on Maritsa Blvd. Next stop with animation program is Maritsa River City Beach - "The river whispers legends" with choices:

- getting acquainted with the ancient history of the city;



- ✓ Presentation of the bridges over the Maritsa River: Adata Bridge, Panayren Bridge, the Old Bridge, Gerdjika Bridge, Green Bridge and Iron Bridge;
- ✓ introducing / presenting the local lifestyle, traditions, crafts;
- ✓ familiarization / presentation of customs;



Module 3: Return to Maritsa Blvd. - Continue westwards to the Green Bridge at the University of Food Technologies for a break with animation program and optional entertainment; from where you can take the Koprivshtitsa Blvd., through the Plovdiv Stadium, to the Rowing channel base for a lunch:

- ✓ observation and acquaintance with the river flora and fauna;
- ✓ drawings, images, photos, photo sessions, and photo hunting;



✓ Presentation of Maritsa - Plovdiv (BG 0002087) Protected Habitats Area, which covers the Maritsa River valley from Govedare village, Pazardzhik to the Rowing Channel of Plovdiv, along with the riparian tree and shrub vegetation on a total area of 1117.55 ha;



- acquainting with the Protected Area „Little Cormorant - Overnight in Plovdiv“, declared for the purpose of habitat conservation, resting place and accumulation during migration of the globally threatened and protected species *Phalacrocorax pygmeus* on the territory of the town of Plovdiv, village of Kostievo and the village of Orizare with a total area of 820,907 decares;



- lunch, with culinary adventures by choice of the group.

Module 4: The Rowing Tour, which extends over a vast area between the “Recreation and Culture Park“ and the natural Maritsa River bed, with the Rowing Channel being 2200 meters long, 120 meters wide and 3 meters deep (optional):

- acquainting with the sports facility hosting European and World championships in all types of paddle sports;



- The zoo;
- The Bridge of Lovers;



- The Brotherhood Mound;
- other sports facilities for football, basketball, tennis, swimming, beach volleyball, cycling, etc.



- sunset over the Canal, meditation practices, relaxation and photo session;



- returning to the TIC on Maritsa Blvd. through the Bridge of the Fair;

The route ends in TIC with an interactive talk about the experience, sharing between the participants the photos of the day, opportunities for participation in a competition for best photography, a clip, a film or a sketch, a drawing of the day, a survey and presentation of the opportunities for the coming days.

Discussing possible culinary offerings for dinner with traditional cuisine (food and drinks) and local music and dancing.

Expected results:

- ❖ Sustainable tourism;
- ❖ Interregional destination management systems in Plovdiv;
- ❖ Ecotourism model for urban bicycling and / or pedestrian routes;
- ❖ New products for green tourism through the bicycle network of Plovdiv;
- ❖ Possibility for individual tourist routes and tourist packages;
- ❖ Healthy tourism related to entertainment programs, arts, sports and environmental education.