

## POTENTIAL AND OPPORTUNITIES FOR RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN LAG „TUTRAKAN – SLIVO POLE“

Valentina Marinova

*University of agribusiness and rural development, Plovdiv, Bulgaria*

Maria Marinova

*Director, Local action group*

**Abstract:** The analytical study was carried out mainly on the basis of a cabinet study of the available information, collection and processing of information (including from public and other accessible sources, including public registers) about the potential and opportunities for the development of rural tourism in the territory of the local action group (LAG) Tutrakan and Slivo Pole and analyzing documentary sources on the topic. It is not subject to a pre-set framework and method but depends entirely on the nature of the documents available. This study / study uses the so-called. secondary analysis of empirical data and content analysis (content analysis) of the open documents that were used in the study. As part of the study, a database was created with territory characteristics relating to the potential and opportunities for rural tourism development.

The methods of analysis used are mainly dictated by the information available. In support of the study, the municipalities of Tutrakan and Slivo Pole provided information on accommodation, the number of nights spent and more. Useful information.

Valorisation and preservation of the natural and cultural-historical heritage in the territory, aimed at engaging the local population in initiatives for raising awareness and conducting events for the study, preservation and promotion of the cultural-historical and natural heritage and making it an attractive attraction source and the prosperity of the territory.

Indirectly, the aim is to build partnerships between business, the civil sector and the municipality, in the development of initiatives, in support of tourism development. The restoration and maintenance of churches and temples, as well as investments to improve tourist infrastructure, attractions and facilities for visitors, will also contribute to the achievement of this goal.

**Keywords:** local action group, rural tourism, potential, opportunities, research, business, analysis, options, product.

## ПОТЕНЦИАЛ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИЯ ТУРИЗЪМ В „МИГ ТУТРАКАН – СЛИВО ПОЛЕ“

Валентина Маринова

*Висше училище по агробизнес и развитие на регионите, Пловдив, България*

Мария Маринова

*Director local action group*

**Резюме:** Аналитичното проучване е осъществено предимно на базата на кабинетно проучване на наличната информация, събиране и обработване на информация (включително от публични и други достъпни източници, вкл. публични регистри) за потенциала и възможностите за развитие на селския туризъм на територията на МИГ в общините Тутракан и Сливо поле и анализиране на документални източници по темата. То не подлежи на предварително заложен рамка и метод, а изцяло зависи от характера на наличните документи. В настоящото изследване/проучване се ползва и т.нар. вторичен анализ на емпирични данни и анализа на съдържание (контент анализ) на откритите документи, които са използвани в проучването. Като част от проучването е създадена база-данни с характеристика на територията, отнасящи се до потенциала и възможностите за развитие на селския туризъм.

Методите за анализ, които са използвани, са продиктувани основно от наличната информация. В подкрепа на проучването общините Тутракан и Сливо поле са предоставили справка относно местата за настаняване, броят на реализираните нощувки и др. полезна информация.

Валоризиране и съхраняване на природното и културно-историческо наследство на територията, насочена към ангажиране на местното население в инициативи за повишаване на информираността и провеждане на събития по изучаване, съхраняване и популяризиране на културно-историческо и природно наследство и превръщането му в източник за повишаване атрактивността и просперитета на територията.

Индицирано целта е насочена към изграждане на партньорства между бизнеса, гражданския сектор и общината, в развитие на инициативи, в подкрепа на развитие на туризма. Принос в постигане на целта ще имат и дейностите за възстановяване и поддържане на църкви и храмове, както и инвестициите за подобряване на туристическата инфраструктура, атракции и съоръжения за посетителите.

**Ключови думи:** местна инициативна група, селски туризъм, потенциал, възможности, проучване, бизнес, анализ, варианти, продукт.

### Въведение

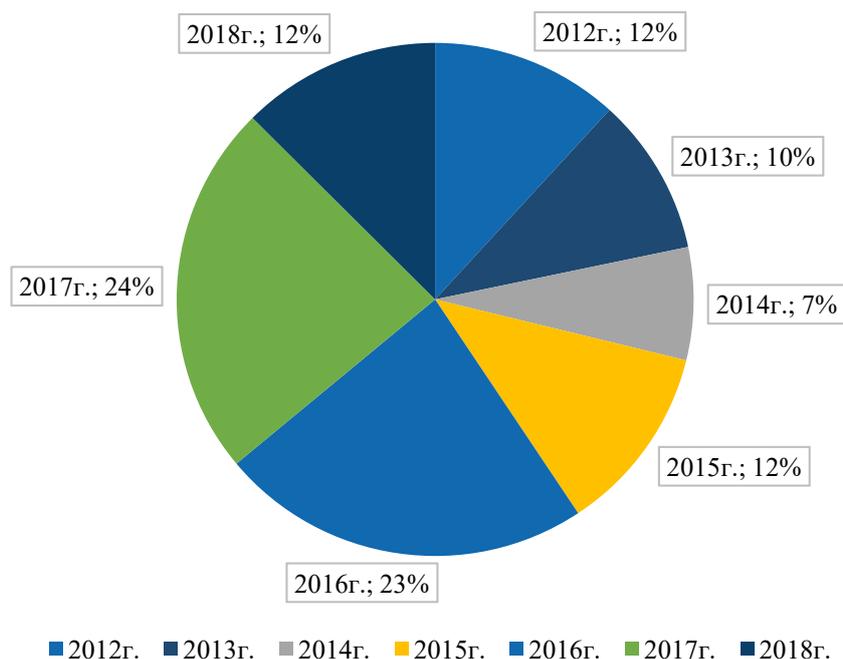
Община Тутракан и община Сливо поле са разположени в Североизточната част на Дунавската равнина. Двете общини имат обща граница, като цялата територия граничи с Република Румъния по протежението на река Дунав, Община Главиница на изток, Общини Завет и Кубрат на юг, а на запад с Община Русе. Речната ивица за община Сливо поле е 25 км, а за община Тутракан – 31 км. Най-важен хидроресурс за територията са водите на река Дунав. От значение са подпочвените и изворни води. На територията на община Тутракан се намира язовир Антимово. През територията на община Сливо поле минават подпочвени реки, което е предпоставка за направените дълбоки сондажни кладенци тип „Раней“ за питейна вода, снабдяващи гр. Русе, част от гр. Разград, гр. Търговище и гр. Шумен. Най-голям дял в произведената продукция в общината имат предприятията от отрасъл Преработваща

промишленост – 61,7%, следвани от Селско, горско, рибно стопанство – 35,5%, и тези от сектор Търговия, ремонт на автомобили – 2%. Богатия културен календар на общините включва отбелязването на много важни дати, събития и местни обичаи, организирането и провеждането на празници, фестивали и конкурси на областно, национално и международно ниво.

### Състояние на туризма на територията на МИГ

Община Тутракан няма традиции в развитието на масовия туризъм. Съществуващите природни дадености, географско положение и близост до туристически обекти от национално и международно значение, създават предпоставки за развитие на алтернативния туризъм като сектор, подпомагащ местната икономика. Подходящо е оползотворяването на потенциала на природните ресурси на общината за развитие на пешеходния туризъм и насърчаване на велотуризма, особено по поречието на река Дунав. Туризмът на територията на Община Сливо поле е слабо развит. Ограничен брой места за нощувки има единствено в с. Борисово – „Жълтата къща”. Развити са единствено риболовният туризъм по поречието на р. Дунав и екологичният туризъм в защитените местности „Калимок – Бръшлен” и „Комплекс Алеко-Телика”.

Общият брой реализизиран нощувки за 7-годишен период на измерване на територията на регистриран 11 обекта за настаняване е 17 937 броя. Общият брой на туристите, посетили 11-те обекта за настаняване за последните седем години е 16 780 туриста.



Диаграма: Брой нощувки 2012-2018 година

Най-висок е броят на туристическите нощувки през 2016 и 2017 година.

През 2018 година броя на нощувките спада с 50%. Една от причините е, че няма данни за едно от местата за настаняване което може би не работи, както и са намалели броя на нощувките в голяма част от местните хотели.

За периода единственото място за настаняване, разполагащо с най-голяма леглова база – Хотел „Дунав“ в град Тутракат, сравнително ново място за настаняване, увеличава броя на реализираните нощувки.

Съгласно Регистъра на "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения" към Министерство на туризма, на територията на община Сливо поле е регистриран общо 1 обект за настаняване с капацитет от 4 легла. Къщата за гости е с категория „1 звезда“, на територията на община Сливо поле няма регистрирани обекти за хранене и развлечения.

Това води до неравностойност на туристическото предлагане и на изградените условия за посрещане на туристи на територията на МИГ. Основен дял в осигурените места, макар и недостатъчни за настаняване има територията на Тутракан.

Въпреки равностойните условия за привличане на туристически интерес и реализиране на туризъм на територията ( и двете общини имат интересни и богати културни календари със събития, празници и прояви, архитектурно и природно наследство, условия за речен и пешеходен туризъм и др.), туризма на територията на Тутраканска община е в пъти по-развит от територията на Сливо поле.

На територията съществуват задължителните елементи на селския туризъм:

- Богатство от запазени автентични;
- Традиционно гостоприемно население;
- Богата местна кухня с местни/ екологични продукти;
- Съхранен фолклор, обичаи и занаяти;
- Наличие на селищата архитектурни резервати;
- Настанителна база, макар и все още оскъдна (къщи за гости).

### **Стратегически пазари и потенциални потребители на селски туризъм на територията**

От известно време насам в туризма у нас се наблюдават различни тенденции. Все повече хора избират за своята почивка отдалечени и нестандартни дестинации. Малките къщи за гости в селата се превръщат в пъти по-предпочитани пред няколко звездните, огромни хотели. Идеята за връзка, близка с природата, завладява хранителната индустрия и успешно навлиза в сектора на туризма, под формата на така наречения селски туризъм. Той е тясно свързан с ценностите на природната среда, които предлага дадена дестинация. Около 120% е ръстът на туристите в българските села през 2015 г. спрямо 2000 г.", пък споделя в свое изявление директорът на Института за анализи и оценки в туризма. Тези данни говорят сами по себе си за високия интерес към селския туризъм у нас и скоростното му развитие. Той се превръща в далеч по-предпочитан от ол инклузив туризма. Търсещите спокойствие и уединение успяват да го намерят в китни населени или не чак толкова населени български села. В резултат на проведено проучване, поръчано от Европейската туристическа комисия, в което са изследвани предпочитанията и мотивите за туристически пътувания на туристи от 9 пазара, посещаващи Европа, бяха изведени няколко особености и характеристики на отделните сегменти посетители.

Проучването обхваща 9 пазара, а именно: Европа, САЩ, Канада, Бразилия, Русия, Индия, Югоизточна Азия, Япония и Корея (като общ пазар).

Изследвани са шест вида специализиран туризъм: културен, еко, шопинг, забавления, спортен и бизнес туризъм, като за всеки пазар са обособени водещи мотивационни клъстери, които представляват предпочитани видове туризъм. В резултат се открояват две ясно изразени тенденции, а именно: посетителите от Северна Америка (САЩ и Канада) посещават Европа главно водени от мотива да опознаят и разгледат културното наследство, като това желание е най-слабо изразено на пазари като Бразилия, Китай и най-вече Индия.

Резултатите от проучването показват, че европейските туристи, почиващи в страни от Европа практикуват като съпътстващ вид туризъм най-вече културен и спортен туризъм (39%), следвани от екотуризъм (25%) и забавления (19%). Освен това те се интересуват от местната кухня, шопинг, нощен живот, за тях привлекателни са още круизи, посещения на развлекателни центрове и тематични паркове. За потенциална дестинация „Тутракан-Сливо

поле“ са подходящи европейските туристи, почиващи в страни от Европа, които активно практикуват като съпътстващ вид туризъм най-вече културен туризъм (39%), следвани от еко туризъм (25%) и забавления (19%).

Освен това те се интересуват от местната кухня, което е съпътстваща част на селския туризъм.

За туристически пазар са селски туризъм са подходящи и туристите от Япония и Корея, които посещават Европа, практикуват еко туризъм (47%) и културен туризъм (34%). Те също така се интересуват и от местна кухня. Потенциална дестинация „Тутракан-Сливо поле“ притежава ресурси именно за четирите изследвани вида:

- атрактивната природа,
- усещането за уникалност и специално изживяване,
- достъпността на обекта ;
- възможността за ползване на допълнителни туристически услуги.

### **Българският турист като потенциален посетител на дестинация „Тутракан-Сливо поле“**

Селският туризъм е специализиран вид туризъм. Според направени проучвания средната продължителност на престоя на чуждестранните туристи, практикуващи специализирани видове туризъм е 6 нощувки, с най-дълъг престой на туристите от Русия - средно 8.5 нощувки, а най-кратко - на туристите от съседните държави-средно 3.8 нощувки. Среден разход на човек на ден е 67 евро. Обикновено 47% от практикувалите специализиран туризъм са предплатили пакет туристически услуги, а 72% от практикуващите специализирани видове туризъм го съчетават с други видове туризъм.

Пазарни тенденции за селския туризъм:

Легловата база за развитие на селски туризъм е най-голямата в страната, но е твърде разнородна по качество и достъпност. Положителен е фактът, че тя е разпръсната почти по цялата територия на страната и общините, които могат да развият селски туризъм заемат над 55% от територията на България.

Екотуризмът е на 5-то място по развитие на туристическия продукт в страната с едва 4.6% от общия туристически продукт. Привлича международни туристи с добри финансови възможности през цялата година и за по-дълги времеви периоди през цялата година.

Основните конкурентни на България дестинации за екотуризъм са: Испания, Италия, Гърция, Турция, Румъния.

Растежът се регистрира в почти всички наблюдавани дестинации, като повече от половината е отбелязан ръст от над 10% или повече над регионалните резултати. След като се оказват устойчиви на глобалните предизвикателства миналата година (напр. терористични атаки, геополитически проблеми и т.н.), перспективите за европейски туризъм през 2018 г. остават положителни и се очаква да се увеличат с около 3-4% тази година.

### **Преживяванията все още са в основата на всичко!**

Туристите по света все повече търсят уникални и автентични преживявания – зареждане в природата, изучаване на културата на дестинацията, търсене на приключения. Пътуванията вече не са само за разглеждане на забележителности и посещения на известни дестинации.

Една от новите тенденции в областта на туризма през следващата година е свързана с постигането на цели по време на пътуването. Вместо да продължат тенденцията на "бягство" (смесване на бизнеса с отдих), бизнес пътниците през 2018 г. ще разширят концепцията за още по-дълги периоди от време. Днес повече служители от всякога имат свободата да разширяват професионалния си престой с още няколко дни или дори седмици за лични пътувания.

Факторите, които влияят върху избора на дестинация за ваканция, са много и от различно естество. Сред най-важните са цените, условията за настаняване и обслужването,

климатът, природата и чистотата или поне представата за тях, сигурността, възможността за разглеждане на забележителности.

Продължителността на летните почивки на чужденците в летните курорти е около 6-7 нощувки, а за страната като цяло – между 5 и 6. През останалите сезони продължителността на престоя е 2-3 нощувки, с изключение на януари, когато се увеличава до 4-5.

Чуждестранните туристи са активни – комбинират преживяванията и извличат максимума от всяка почивка (делът на съчеталите два и повече вида туризъм варира от 45-48% през есента и пролетта, 55-58% през лятото, до 66% през зимата). През активните сезони е налице съчетание от типа „масов – специализиран туризъм”, а през неактивните – комбинация от два специализирани вида туризъм. Най-често срещаното съчетание (което е и съчетанието с най-голям потенциал) е това между културен и друг вид туризъм.

Факторите, които водят до най-висока удовлетвореност, варират по сезони, но най-общо могат да бъдат обобщени до природните дадености (вкл. добрите плажове), отношенията с местното население, настаняването, местната кухня, културно-историческите забележителности, а през зимата и ски пистите. Според туристите от чужбина България е привлекателна дестинация и за практикуване на алтернативни форми на туризъм – културен, СПА/ балнео, еко и селски туризъм.

#### **Туристи от Германия:**

Ваканциите са важна част от живота на немците. Те планират пътуванията си много рано, понякога дори половин година преди ваканция и минимум един месец преди реалната дата на заминаването, като тази тенденция не е свързана с периода, за който се организира ваканцията – зима, пролет, лято или есен. Също, те обичат да сравняват цените на различните оферти и правят рационален избор.

България е популярна дестинация за немските туристи за ваканция на море, семеен туризъм, културен туризъм, балнео, спа и уелнес туризъм и др., а продуктите с потенциал за развитие са индивидуални почивки с каравани, екотуризм, винен и гурме туризъм.

#### **Туристи от Великобритания:**

Повечето пътуващи хора във Великобритания с цел туризъм извън страната, спадат към т. нар. поколение Милениалс, на възраст от 18 до 45 години. 60% от тях смятат, че автентичното преживяване е основното, което дава удовлетвореност по време на пътуване до дадена дестинация.

80% от активната аудитория на потребители на туристически услуги във Великобритания предпочита да инвестира парите си в преживяване, а не да придобие с тях нещо материално.

По мнение на професионалистите от българския и британския пазар с потенциал за развитие са специализираните продукти като: еко и селски туризъм - наблюдава се увеличение на интереса към къщи за гости, посещение на села със запазена автентичност, участие в местни фестивали.

#### **Туристи от Франция:**

Предпочитани са зимните ваканции (50,2% от всички запитани декларират, че са пътували във ваканция през снежните месеци на годината), 17% са били на лятна ваканция. Училищните ваканции са също повод за пътуване – 42,4% от френските граждани декларират, че това е повод за пътуване.

България е популярна дестинация за френските туристи за ваканция на море, културен туризъм, селски, приключенски туризъм, а продуктите с потенциал за развитие са зимен туризъм, еко и селски туризъм, city breaks, винен и гурме туризъм.

### **Туристи от Вишеградска четворка ( Чехия, Полша, Словакия, Унгария):**

България е позната туристическа дестинация сред туристите от т.нар. Вишеградска четворка - Чехия, Полша, Словакия и Унгария. В по-голяма степен това се отнася до туристи в по-високите възрастови категории, които пазят спомени за приятни младежки пътешествия в нашата страна, но не толкова сред млади хора с финансови възможности, които могат да избират почивка сред всички туристически дестинации.

В сравнение с останалите страни от ЕС в държавите от Вишеградската четворка се наблюдава голям интерес към почивки сред природата - в планината или в красиви природни местности, къмпингуване. Това предполага потенциал за развитие на селския планински туризъм, екотуризъм, етнографски и винени турове и културно-познавателни обиколки.

### **Туристи от Съседни страни (Гърция, Турция, Македония, Румъния, Сърбия):**

Гражданите от съседни страни предприемат туристически пътувания по-рядко в сравнение с останалите европейски страни.

България е популярна дестинация за ваканция на море, зимен туризъм, културен туризъм и селски туризъм, а продуктите с потенциал за развитие са city breaks, посещения на фестивали, концерти и т.н., винен и гурме туризъм.

### **Туристи от Япония и Китай:**

Японските туристи в България са предимно от третата възраст, а процентът на жените е по-малък от тези, които пътуват за други държави. Основната част от посещенията на туристи от Япония е с цел почивка и ваканция над 77%.

Предпочитанията за посещение на България са свързани с културно-исторически туризъм.

В България туристите от Япония и Китай идват основно за културен туризъм и посещения на фестивали.

### **Видове туристически продукти за селски туризъм и формиране на дестинация „Тутракан-Сливо поле**

Селският туризъм е най-добрият начин за опознаване на традициите в България. Чрез престоя в селска къща туристите могат да се докоснат до традиционния бит и култура на страната. Гостоприемството на българите, уникалната местна кухня, съхраненият фолклор, обичаи и занаяти, селищата архитектурни резервати и красивата природа превръщат този вид туризъм в предпочитан начин за прекарване на ваканцията.

Селският туризъм обхваща всички туристически дейности, развивани на село. Основното е алтернативните среда и пространство, които той предлага. Тук се включват пътуването и транзитното преминаване през селските местности с кола, велосипеди, лодка, кон, а също и престой в селска къща. Селският туризъм се свързва както с посещение на селски местности, така и с възможност за провеждане на определена научно-изследователска дейност, свързана с хоби или професия.

Селският туризъм може да се обвърже с определени събития, празници, музеи, посветени на производството на селскостопански продукти и с традициите и обичаите в тази област; също и формите на туризъм, които са директно свързани с една ферма, независимо дали е престой, просто минаване с обяд, някакви развлечения или еднократно пътешествие.

Селският туризъм на територията на МИГ следва да намира израз в повишаване на приходите на местното население, ангажирано в обслужването на туристите, както и на останалите, занимаващи се със свързани и обслужващи туризма нетуристически дейности. Цялостният процес има устойчив характер и способства за опазване на околната среда и самобитността на социално културния живот на местното население.

**SWOT АНАЛИЗ:**

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Добри условия за практикуване на селски туризъм.</li> <li>• Територията е привлекателно направление за селски туризъм.</li> <li>• Чуждестранните туристи, практикували селски туризъм, са лоялни към дестинацията.</li> <li>• За разнообразие от събития през цялата година. Уникален елемент в туристическия продукт;</li> <li>• Съхранение на традициите на местното население.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Територията не е разпознаваема от туристите като дестинация за селски туризъм.</li> <li>• Информацията за България като дестинация за специализирани видове туризъм е недостатъчна.</li> <li>• Непознат продукт;</li> <li>• Липсва интерактивност и добра анимация.</li> </ul>
Възможности	Заплахи
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Увеличаване на интереса на българския и международния пазар към селския туризъм;</li> <li>• Увеличаване на продължителността на престоя на туристите;</li> <li>• Увеличаване на възможностите за успешно комбиниране с почти всички останали видове туризъм, особено с екотуризма, винен и гурме туризъм, културно-историческия, приключенския и др.</li> <li>• Събитията и фестивалите са ефективно средство за привличане на туристи в дестинациите, които не са познати за тях;</li> <li>• Привлеченото обществено внимание, медийното покритие спомагат за популяризирането на дестинацията.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Липса на ясна визия и стратегия за развитие на селски туризъм;</li> <li>• Недостатъчно и недобре обучени кадри, предлагащи туристически услуги в сферата на селския туризъм;</li> <li>• Няма възприети стандарти за управление на информацията за селския туризъм, както и не съществуват механизми за ефективна, нескъпа и бърза обмяна на информация между доставчиците, производителите и пазара;</li> <li>• Не са разработени достатъчно продукти и услуги в сферата на селския туризъм;</li> <li>• Струпване на много събития в един период;</li> <li>• Припокриване на продуктите;</li> <li>• Загуба на уникалния елемент в продукта при комерсиализация на автентични обичаи и традиции.</li> </ul>

Туристическият продукт се състои от три елемента:

- туристически атракции те са два вида :

Местни атракции те са три вида /природоклиматични дадености ; дадености свързани с бит и обичаи и останки от древни култури; инфраструктурни дадености (архитектура и други)/.

- атрактивни събития специално организирани прояви, с цел увеличаване на туристите (панаири, изложби, конгреси, състезания, фестивали и други).

- престойна структура достъпни условия на дестинация или мястото където е съсредоточена туристическата атракция (места за настаняване, хранене, обслужване), тези фактори не предизвикват туристопоток , но той не е възможен без нея.

Минимални допълващи услуги към всеки туристически продукт следва да бъдат:

- услуги по подслон и прехранване ;
- услуги по транспорта ;

- услуги по осигуряване целевите функции на туриста (възможно по пълно да се възползва от атракциите);

- предмети за спомен (сувенири).

Основен проблем на територията на дестинация „Тутракан –Сливо поле“ е недостатъчната и оскъдна леглова база в селата. Макар и в селски район, дестинацията следва да ползва изградените места за настаняване на туристи в селата и къщите за гости в т.нар. „Рибарско селище в Тутракан“. (тези места за настаняване са запазили автентичния си стил и отговарят на търсенията в селския туризъм).

Развитието на селския туризъм на територията на МИГ трябва да се съобрази с наличната в момента леглова база и да се предвидят чрез мерките за местния бизнес в Стратегията за местно развитие да бъдат изградени или обновени допълнителни места за настаняване.

Това важи особено за територията на Сливо поле, където има работещи селски къщи за гости.

Там има възможност за атракции, но при липса на леглова база туристическите продукти ще бъдат непълни. А туристическият престой –сведен до еднодневен.

На територията на МИГ липсват също атракции, които са обвързани в популярен туристически продукт и могат да бъдат посещавани ежедневно като част от селския туризъм.

В Сливо поле може да бъде изградена туристическа спалня, която да работи с малки групи туристи, дошли да посетят културни забележителности в селата, в съчетание с кулинария и демонстрация на традиционни дейности и фолклор.

На територията на МИГ могат да се развият следните видове селски туризъм:

- Селски туризъм, акцентиращ върху дейностите свързани с природата;
- Селски туризъм, акцентиращ върху дейностите свързани с културата, историята и религията;

- Селски туризъм, акцентиращ върху дейностите свързани с природата;
- Селски туризъм, акцентиращ върху дейностите свързани със селскостопанския живот;

- Селски туризъм, акцентиращ върху дейностите свързани с кулинарията;

- Селски туризъм, свързан с река Дунав;

- Селски туризъм, свързан с местни фестивали, празници и събори.

### **Основни продукти на селския туризъм:**

#### **Вариант на туристически продукт №1:**

Еднодневен туристически продукт за преминаващи туристи в посока Русе или Силистра:

Продуктът може да е свързан с река Дунав и поминъка на местното население и трябва да има дегустация на традиционни рибни храни в селата, където има подходящи заведения. Като част от пребиваванет на туристите следва да се предвиди демонстрация на дейност - поминък, свързан с река Дунав и района, в която да участват гостите, да има представяне на фолклор и изработка на сувенири за спомен.

Продуктът отговаря на параметрите за селски туризъм, тъй като се докосва до автентичността на района и до местните хора.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.

2. Намиране на подходящо местно заведение в селата на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.

3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.

4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.

5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.

6. Определяне на меню за дегустация въз основа на местните дадености и кухня, заедно с презентирание на историята на храната и начина на приготвяне.

7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.

8. Осигуряване на сувенири.

9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.

10. Популяризиране на продукта.

#### **Вариант на туристически продукт №2:**

Еднодневен туристически продукт за преминаващи туристи в посока Русе или Силистра:

Продуктът може да е свързан с посещения на местни забележителности –музеи, архитектурни резервати, културно-исторически забележителности и др., на каквито е ботата територията на МИГ и може да бъде както в района на Сливо поле, така и в района на Тутракан.

За да се доближи до идеята за селски туризъм, а посещението на обектите да е само съпътстваща част на продукта, администратора на услугата трябва да осигури отново местна атракция в селска къща или в Рибарско селище, свързана с местния поминък, традиции, автентичен фолклор и занаяти. Заедно с хранене в заведение в характерен селски стил и местни продукти.

Нека не забравяме, че всички туристи свързват селския туризъм с консумацията на екологично чисти продукти.

Организирането на обяд в стила на селския район е важен компонент в който ще се включи и програма от местното население Туристите ще дойдат на територията на МИГ за да се докоснат до различни природни, архитектурни или културни забележителности, или ще посетят празници и събори. Но връзката която трябва да усетят и да си създадат туристите със селския район е точно времето в което ще се организира традиционен обяд със съпътстваща програма.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ГА, ТО, доставчика на услугата и др.

2. Намиране на подходящо местно заведение в селата на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.

3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.

4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.

5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.

6. Определяне на меню за дегустация въз основа на местните дадености и кухня, заедно с презентирание на историята на храната и начина на приготвяне.

7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.

8. Осигуряване на сувенири.

9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.

10. Популяризиране на продукта.

**Вариант на туристически продукт №3:**

Двудневен или тридневен туристически продукт както за български, така и за чуждестранни туристи.

Продуктът може да бъде самостоятелен и да не е обвързан със фестивални или празнични събития на територията на МИГ.

Продуктът може да е свързан само с местния бит, традиции, кулинарно, фолклорно наследство и занаяти в даден район – подходящи села на територията в които има къщи за гости.

В рамките два или три дни домакините на селските къщи следва да осигурят на гостите уникални преживявания, свързани със селския бит и култура, включително да осигурят възможност туристите да участват в различни дейности според сезона.

Програмата за такъв престой е творчество и идеи, които само местното население може да генерира и изпълни.

Задължителните елементи на този продукт за селски туризъм са: местна храна от екологично чисти продукти, демонстрация на занаяти, съвместни дейности на домакините и гостите, запознаване с историята на селата, сезонните дейности и поминък, местния фолклор и традиции.

Създаване на история в която да участват и туристите.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.
2. Намиране на подходящи селски къщи за гости и домакини на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.
3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.
4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.
5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.
6. Определяне на меню за дегустация въз основа на местните дадености и кухня, заедно с презентирание на историята на храната и начина на приготвяне.
7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.
8. Осигуряване на сувенири.
9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.
10. Популяризиране на продукта.

**Вариант на туристически продукт №4:**

Почивка в селска къща в комбиниране с природни приключения по река Дунав.

Продължителност: 5, 7 или 10 дни.

Съчетание на гостуване в селска къща на територията на МИГ, към което пребиваване, носещо признаците на селския туризъм като местна екологична храна, характерна за района, среща с местни хора, които разказват за обичаи и традиции, занаяти и др. се прибавят посещения и атракции по поречието на река Дунав и свързани с реката.

В момента на територията на МИГ има действащи туристически пакети, свързани с многобройните природни забележителности и защитени територии. Те могат да бъдат част от програмата на туристите, които ще отседнат за почивка в селски къщи.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.

2. Намиране на подходящи селски къщи за гости и домакини на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.
3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.
4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.
5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.
6. Определяне на маршрути и места за посещения със природни забележителности.
7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.
8. Осигуряване на сувенири.
9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.
10. Популяризиране на продукта.

#### **Вариант на туристически продукт №5:**

Преброяване в селска къща по време на местни празници, фестивали, събори и събития.

Продължителност: 2, 3 или 5 дни

Календарът със автентични и уникални събития на територията на МИГ е изключително богат. Част от събитията имат съвременно изражение, други са продължение на местната история, традиции и са обвързани с обичаи, вярвания, традиционни дейности, като повечето от тях притежават неповторимия почерк на дунавския район и са характерни само за селата от територията на МИГ.

Тук за всяко разнообразно събитие може да бъде създаден туристически пакет за селски туризъм, което да се промотира с датата на събитието, престой в селска къща и съпътстващи дейности. Изключително е подходящо да бъдат създадени условия туристите не само да бъдат зрители в тези събития, но и да участват по някакъв, макар и импровизиран начин.

Добро съчетание е почивката за коледни, великденски и други християнски празници в селски къщи, в които ще се демонстрират обичаи, е има фолклор и обреди. В тях могат да участват и гостите.

Също така, могат да бъдат създадени туристически пакети за съборите и празниците в селата. Тези събития са местни и изпълнени с всички характеристики на селския район. Там гостите, които ще отседнат в селските къщи ще могат да участват и наблюдават автентични дейности, предоставени от местната общност.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.
2. Намиране на подходящи селски къщи за гости и домакини на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.
3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.
4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.
5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.
6. Определяне на събития, които да бъдат посетени в селата.
7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.
8. Осигуряване на сувенири.
9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.
10. Популяризиране на продукта.

**Вариант на туристически продукт №6:**

Селска почивка в рибарска къща.

Тридневен или петдневен туристически продукт както за български, така и за чуждестранни туристи.

Продуктът следва да се реализира в Рибарската махала на Тутракан, където и в момента има места за настаняване в автентични къщи. В рибарската махала на Тутракан могат да бъдат научени още интересни факти за рибарския занаят и бита на рибарите. Това е и единственото рибарско селище в България, което се е образувало по поречието на голяма река.

Продуктът може да бъде съчетан с демонстративни практики и възстановки от традиционния бит на местните рибари. Туристите могат да се хранят с местни екологични продукти, да участват в приготвянето на храната. Там може да се организира и демонстрацията на плетене на рибарски мрежи, ловене на риба и др., в които да участват и гостите заедно с местните домакини. В този продукт може да се осигури силно участие и присъствие на местната общност.

По време на почивката следва да се предвидят и местни занаяти и собственооръчно изработване на сувенири от посетителите.

Обстановката за изброените дейности не следва да е експозиционна или музейна, а жива, близка до реалността от миналото, включваща уникалното културно наследство на Рибарската махала.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.
2. Намиране на подходящи селски къщи за гости и домакини на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.
3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.
4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.
5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.
6. Определяне на занаяти, които ще се демонстрират.
7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.
8. Осигуряване на сувенири.
9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.
10. Популяризиране на продукта.

**Вариант на туристически продукт №7:**

Ваканция на село.

Петдневен или седемдневен туристически продукт за деца и ученици.

Продуктът следва да е обвързан изцяло със селския бит и традиции, с местната култура, фолклор, занаяти и поминък. Програмата трябва да обхваща настаняване в подходящи места в селата на територията, съвместни дейности с местните читалища, тематични беседи и практически дейности.

Стъпки за формиране на продукта:

1. Създаване на администратор на продукта, който да осъществява връзката между туристите, ТА, ТО, доставчика на услугата и др.
2. Намиране на подходящи селски къщи за гости и домакини на територията на МИГ с определен брой места и условия за реализиране на услугата.
3. Формулиране на Програма за престоя на туристите.

4. Формулиране на интригуващо и интересно име на продукта, което ще му осигурява бърза продажба.
5. Структуриране на продукта по програмата – определяне на участниците в атракцията, на вида атракция, на елементите на атракцията на живо.
6. Определяне на занаяти, които ще се демонстрират.
7. Създаване на условия за участие на туристите в определена дейност от пакета.
8. Осигуряване на сувенири.
9. Обучение на местните хора как да предлагат продукта вкл. и с помощта на аниматори.
10. Популяризиране на продукта.

Развитието на селския туризъм като специализирана форма за туризъм е възможност за комбиниране на различни форми туризъм и утвърждаване на територия „Тутракан-Сливо поле“ като целогодишна дестинация;

Изброените туристически продукти имат и своите хоризонтални въздействия, свързани с опазване на околната среда.

Други индиректни въздействия може да дойдат от засилването на интереса на местното население към опазване на околната среда – например, предприемачите, заети в селския туризъм, ще имат конкретен интерес в опазване на естествените забележителности.

### **Заклучение**

Територията на Местната група-общините Тутракан и Сливо поле има подходящи ресурси за да развият продукти на селския туризъм и селския туризъм да стане основна част от местната икономика, добавяйки стойност към всички други местни сектори, свързани с туризма и пребиваването на туристи в района.

Селският туризъм се възприема като основно средство за поддържане и оцеляване на културното наследство в икономически по-слабо развитите райони, каквито са селските.

Селският туристически пазар се формира върху селска територия, нейния ландшафт, начина на живот и културата на селските общини, каквито са Тутракан и Сливо поле.

Развитието на този вид туризъм изисква, от една страна, обществена нагласа и управленски решения, ориентирани към интегрирането на икономически дейности (изкуство, занаяти, селско стопанство и т.н.) и, от друга страна, териториално и туристическо развитие посредством разглеждането на „селските райони“ като туристически продукти за предлагане.

До момента липсва рационално оползотворяване на богатите природни архитектурни и културно-исторически ресурси.

Също така до момента липсва организиран туристически продукт не само в сегмента на селския туризъм, но и в този на културния, кулинарния и други алтернативни форми.

Тези обстоятелства не са само с отрицателен ефект. На тях, както е изложено в аналитичната част на проучването следва да се гледа като на възможности, които трябва да бъдат оползотворени от местното население с помощта на публично-частните партньорства.

- Да бъде създадено работещо партньорство за стартиране на допълващи се действия от страна на бизнеса, неправителствения сектор, местната администрация за развитие на туризъм на територията

- Да се разработи обща концепция или Стратегия за селски туризъм за дестинация „Тутракан-Сливо поле“, в която да се опишат стъпките и целите за неговото развитие въз основа на потенциала за развитие на туризъм, обусловен от подходящо географско положение, наличие на богато културно наследство, уникална природа – влажни зони и богато биоразнообразие.

- Да се предприемат систематизиран стъпки за съхраняване и развитие на териториална идентичност, на основата на културно-историческо и природно наследство с оглед сплотяване на местната общност и развитие на туризъм. Особено внимание може да се

обърне на събития представящи културно-историческото и природно наследство и с потенциал за привличане на туристи.

- Добре е да се създадат по-добри условия за насърчаване предприемаческата активност в неземеделските сектори, в това число свързани с услуги за населението, развитие на туризъм и занаяти.

- Създаване на предпоставки за развитие на туризъм чрез подобряване на туристическите услуги, включително с използването на средства от ЕС и външни инвестиции.

- Подобряване облика на населените места и изграждане инфраструктура за култура, отдих и туризъм, включително с използването на средства от ЕС и външни инвестиции.

- Достигане на съществено въздействие върху разнообразяването на икономическите дейности на територията на местната инициативна група, чрез увеличаване броя на посетителите на обновените туристически атракции, броя на нощуващите в местата за настаняване, както и чрез създаване на устойчиви работни места за населението.

По този начин, селския туризъм ще има видим и изцяло положителен ефект върху местната икономика. На първо място като средство за намаляване на безработицата на местно равнище, както и чрез подобряване на базата и достъпа за предоставяне на разнообразни туристически продукти и услуги на местния пазар за целите на интегрирания селски туризъм.

- Осъществяване на активен маркетинг на местни продукти на туристическия пазар като ефекта ще се изрази и в адаптиране на стопанствата и интегрирането им в хранителните и преработвателните вериги;

- Внедряване и насърчаване на селския туризъм и съживяване на занаятите като ефектът ще се изрази в опазване на въздуха, почвите, водите и биологичното разнообразие;

- Възприемане на Местната инициативна група като партньорство, което е катализатор за местно развитие, което може да използва всички възможни местни мултипликатори между секторите като земеделие, хранително-вкусова промишленост, занаяти, селски туризъм, местни услуги и околна среда.

- Създаване на система за екологични, занаятчийски, културни и исторически възможности за превръщането на територи Гутракан-Сливо поле в достатъчно привлекателна зона.

- Провеждане на професионални курсове, целящи повишаване и разширяване на управленската култура на селските предприемачи особено от гледна точка на последиците от тяхната дейност.

Диверсификацията на икономическите дейности е една от мерките, по които ЕС подпомага развитието на селските райони у нас. От тази гледна точка развитието на селския туризъм е основен приоритет в разнообразяването на местната икономика на редица селски общини. Очаква се по-нататъшно нарастване на обема на този вид туристически услуги, което в значителна степен ще издигне качеството на живот на селското население.

Наред с това, селският туризъм отговаря на приоритетите на ЕС за развитие на селските райони и подобрява възможностите за привличане и по-пълно използване на средства от европейските фондове. Така пряко се насърчава създаването или подобряване на дейността на микропредприятия за производство предимно на преработени хранителни продукти за туристи и местното население на основа на местни суровини. Това стимулира диверсификацията на земеделското производство в направления, необходими за задоволяване на потребностите на туристите, което от своя страна позволява по-пълно и по-ефективно да се използват поземлените ресурси на територията на МИГ, създава заетост и доходи в самите микропредприятия и води до повишаване на производството на земеделска продукция. В същото време, посредством развитието на селския туризъм на територията на МИГ, се стимулира създаването или възраждането на различни занаяти, чийто продукт се предлага като специфичен за този район. Това, от една страна създава допълнителни доходи на местното население, а от друга – повишава интереса на туристите към българския бит и култура и

повишава имиджа на България като страна с богати традиции, развити занаяти и голямо майсторство на местното население.

### **Литература**

1. Информация от статии на Асоциацията на българските села.
2. Българската асоциация за алтернативен туризъм (БААТ).
3. Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030.
4. Статии от <http://ruraltourismarticles.weebly.com>.
5. План за развитие на община Тутракан за периода 2014 – 2020.
6. План за развитие на община Сливо поле за периода 2014 – 2020.
7. Анализи, изготвени за нуждите на МИГ.
8. Виртуален музей – Тутракан.
9. Културен календар за 2018 г. Област Силистра.
10. Статии от [//www.sabori.bg/](http://www.sabori.bg/).
11. Статии от <http://gts-map.org>.
12. Информация от <http://ruralbalkans.com>.
13. Национален туристически регистър- Регистър на местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечения, туроператори и туристически агенти, туристически сдружения.