

Валентина Маринова

**ПРОУЧВАНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА
РАЗВИТИЕ НА ИНОВАТИВНИ
ТУРИСТИЧЕСКИ УСЛУГИ И ПРОДУКТИ НА
ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ „САМОКОВ”**

**ДОБРИ ЕВРОПЕЙСКИ ПРАКТИКИ В
КОНТЕКСТА НА КОВИД-ПАНДЕМИЯТА**



ГОДИШНИК НА ВУАРР

ТОМ IX



Доц. д-р Валентина Иванова Маринова е с над 30 год. трудов стаж в сектор земеделие и гори.

Главен асистент - Висшето училище по агробизнес и развитие на регионите е частно висше училище в гр. Пловдив, професионално направление Икономика, Икономка и управление, 3.8

Научни интереси в областта на горското стопанство, селски и алтернативен туризъм, устойчиво развитие на териториите, организационите структури на управлението. Участва в редица проекти и програми с международно, национално и регионално значение, автор и съавтор на учебни помагала монографии, доклади.



UNIVERSITY OF AGRIBUSINESS AND RURAL DEVELOPMENT
YEARBOOK, VOLUME IX, 2021

**STUDY OF THE OPPORTUNITIES FOR DEVELOPMENT OF
INNOVATIVE TOURIST SERVICES AND PRODUCTS ON
THE TERRITORY OF SAMOKOV LAG
GOOD EUROPEAN PRACTICES IN THE CONTEXT OF THE
COVID PANDEMICS**

Valentina Marinova

Abstract: Tourism is one of the main parts of the industry in the municipality of Samokov, as well as a major alternative for sustainable socio-economic development on the territory of the LAG "Samokov". Prerequisites for increasing its role at the local level are the good ecological characteristics of the region, the beauty of natural resources, the diversity of the terrain, the favorable climatic conditions, the availability of quality water resources, and last but not least the long-standing traditions. The diversification of tourist products, creation of new combined tourist packages in the field of cultural and historical heritage, protected natural areas, religious tourism, alternative tourism, spa tourism, sports, conference tourism is a guarantee of a good competitive advantage throughout the year. For the effective management of the tourist resources and their complex development on the territory of the LAG "Samokov" it is important to take into account the expected trends related to the tourist behavior of the consumers. European tourism will focus on diversification of tourism products and offering thematic tourism packages in the field of cultural heritage, contemporary culture, protected natural areas, spa, spa tourism, historical, sports, religious tourism and others.

Keywords: European tourism, LAG "Samokov", tourist resources, tourist packages, long-standing traditions, tourist behavior, traditional group tourism, COVID pandemic.

ПРОУЧВАНЕ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИНОВАТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ УСЛУГИ И ПРОДУКТИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ “САМОКОВ” ДОБРИ ЕВРОПЕЙСКИ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТА НА КОВИД-ПАНДЕМИЯТА

Валентина Маринова

Резюме: Туризмът е един от основните дялове на индустрията в община Самоков, както и основна алтернатива за устойчиво социално икономическо развитие на територията на МИГ „Самоков”. Предпоставки за повишаване ролята му на местно ниво са добрите екологични характеристики на региона, красотата на природните дадености, разнообразието на релефа, благоприятните климатични условия, наличието на качествени водни ресурси, и не на последно място многогодишните традиции. Диверсификацията на туристическите продукти, създаване на нови комбинирани туристически пакети в областта на културно-историческо наследство, защитените природни територии, религиозния туризъм, алтернативен туризъм, балнеотуризм, спортен, конферентен туризъм е гаранция за едно добро конкурентно предимство през цялата година. За ефективното управление на туристическите ресурси и тяхното комплексно развитие на територията на МИГ „Самоков” е важно да се вземат под внимание очакваните тенденции, свързани с туристическото поведение на потребителите. Европейският туризъм ще акцентира върху диверсификация на туристическите продукти и предлагане на тематични туристически пакети в областта на културното наследство, съвременната култура, защитени природни територии, СПА, балнеотуризм, исторически, спортен, религиозен туризъм и други.

Ключови думи: Европейският туризъм, МИГ „Самоков”, туристическите ресурси, туристическите пакети, многогодишните традиции, туристическото поведение, традиционен групов туризъм, ковид пандемия.

СЪВРЕМЕННИЯТ ТУРИЗЪМ

Туризмът е един от най-бързо развиващи се сектори в икономиката на глобално ниво през последното десетилетие. Посоките за развитие са не само ръст в приходите, но и отваряне на нови пазари, въвеждане на нови форми на туризъм и почивка, иновации в технологиите и огромен брой нови услуги в тази индустрия. Развитието на транспортните услуги, технологиите и комуникациите, както и лесната достъпност до почти всички дестинации оказват огромно влияние върху ръста и динамиката на трансформация в сектора на туризма. Това води до промяна в мисленето на потребителите, смелост за пътуване до далечни дестинации, улеснени методи за организиране на пътуванията за крайните потребители, а това от своя страна отново допринася за бурното развитие на туристическата индустрия.

• Тенденции и нови форми на туризъм

- към формите на масовия традиционен групов туризъм, вече се добавят и нови форми на туристически продукти като: агротуризъм – посещение на местни ферми и отсядане в селски и фермерски къщи, както и участие в живота и дейността на жителите и селскостопанските производители.

- Културно-образователен туризъм – посещения на музеи, галерии, фестивали и базари на изкуството, културни форуми и мероприятия, около които е организирано пътуването и почивката. - Религиозен туризъм с посещения на обекти, свързани с религията и духовното развитие – църкви, манастири, места за поклонение и др.

- Нови форми на туризъм, специфични за потребителите до 30 годишна възраст като: споделено пътуване, споделено настаняване, гостуване от типа *coach surfing* и др.

- Друга нова форма в туризма – „*shopping tourism*” има влияние освен върху стандартните свързани бизнеси на хотелиери и ресторантьори, но и върху по-нетипични бизнес партньори като верига магазини за облекла, обувки и др.

Към новопоявилите се форми на туризъм се причислява и „медицинския туризъм“, който също води след себе си развитието на стандартните свързани бизнеси за настаняване, както и ресторанти и места за развлечения.

- Еко-политика в туризма: все повече бизнеси в туристическата индустрия спазват високи изисквания за опазване на околната среда, като самите те поставят подобни условия и на своите партньори и доставчици – за незамърсяване на водите, въздуха и почвите, пестене на

енергия и използване на алтернативни източници на енергия, рециклиране.

- Повишена сигурност за клиентите и заетите лица в областта на транспорта и туризма.

- Нови дестинации – към традиционните леснодостъпни градски европейски дестинации вече са добавени и по-нестандартни дестинации като високопланински туризъм в европейските държави или селски туризъм в малки и непопулярни селища. Тенденцията е към отваряне към по-далечни азиатски и африкански дестинации

. - По-кратки пътувания – променят се предпочитанията на потребителите, които все по-често избират по-кратки пътувания тип „дълъг уикенд“ няколко пъти в годината, вместо едно лятно пътуване за по-дълъг период от време.

• Профил на туристическия потребител

През последното десетилетие профилът на клиента на туристическите продукти и услуги е динамичен и непрестанно променящ се и еволюиращ. Той е и основен фактор за оформянето и предлагането на туристически услуги. Според данни на Световната туристическа организация към ООН, профилът на съвременният турист в глобален мащаб е определен с някои съвсем нови характеристики представени както следва:

- Търсят се все повече „иновативни туристически услуги“ – нови услуги в областта на алтернативния туризъм, не се предпочитат масовите курорти или се съчетават стандартна услуга (почивка и ваканция) със специфична услуга, като – спорт, продукти на местното селско стопанство – храни и напитки, музика, култура, занаяти.

- Притежава богат туристически опит, който му позволява да оцени стойността на туристическите услуги и да избере най-доброто съотношение цена – качество.

- Изобилието от информационни източници и леснодостъпната информация дава възможност на потребителите да вземат по-информирани решения и да правят сравнение между продукти и услуги. По този начин клиентите стават по-взискателни, много гъвкави и непостоянни по отношение на критериите им за удовлетворение и при вземането на туристически решения. Много често се избира „в последния момент“, липсва лоялност към една дестинация (характерна за туризма в края на миналия век).

ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИНОВАТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ УСЛУГИ И ПРОДУКТИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ „САМОКОВ“

На територията на МИГ „Самоков“ съществуват предпоставки за развитие на голямо разнообразие от туристически услуги. Тук има благоприятни условия да бъдат представени почти всички видове туризъм, някои от тях – вече съществуващи биха могли да бъдат доразвити и актуализирани, а на други може да се постави начало и успешно да бъдат наложени на пазара с конкурентни предимства. Спортният зимен туризъм има своите традиции и установена клиентска база, в този сектор бъдещото развитие би могло да се осъществи чрез диверсификация и допълване на предлаганите услуги в комбинация с рекреативен и балнео-туризъм, добавяне на други видове спорт – плуване, зимни кънки, йога ритрити, ориентиране, катерене, и др. Туристическият сезон на територията може да бъде удължен с предлагане на не толкова традиционни за региона видове услуги в сферата на селския туризъм (с включване и на продукти, произведени в местните ферми), конферентен туризъм, културно-исторически, туризъм с акцент върху изкуствата и др. Друга възможност за диверсификация е концентриране на усилията за привличане на туристи от друг сегмент, който не е масово ангажирана в момента, например хора в пенсионна възраст.

• Фестивал на горските плодове и билки

Планинското разположение на територията на МИГ „Самоков“ и богатата естествена горска растителност създават предпоставки за голямо разнообразие от горски плодове, билки и лечебни растения. Само на територията на национален парк „Рила“ са регистрирани над 200 вида билки, като например, мащерка, жълт кантарион, бял равнец, чобанка, шипка и глог. Местните жители на селата от региона имат опит в намирането и използването на билките и горските плодове за ежедневна употреба, както и различни начини за съхранение на плодовете и билките. Поради очакваните климатични промени и удължаването на топлите сезони, зимният туризъм ще се съкрати, затова трябва да се търсят алтернативни форми на туризъм през останалите сезони. Организирането на есенен Фестивал на горските плодове и билки би привлякло посетители, които ценят природния начин на живот и екологичните продукти. По време на този фестивал биха могли да се демонстрират начини за приготвяне на различни ястия и десерти от горските плодове, и да бъде разпространена информация за полезните

свойства на билките и начините за използването и съхранението им. Би било полезно да се създадат и отпечатат кратки справочници за местните билки със снимков материал и информация за местата, на които да се берат и рецепти за използването им, както и за периода, в който е разрешено брането им. По време на фестивала могат да бъдат ангажирани за участие местните хотелиери и ресторантьори, които да привлекат повече клиенти и по този начин местният бизнес ще бъде подпомогнат да създаде иновативни продукти и услуги за своите гости. Възможност представлява и разработването на уебсайт на Фестивала, който да включва програмата на фестивала, информация за хотелите и ресторантите, които да вземат участие във фестивала със специфични ястия, приготвени с местните плодове и билки и карта на района с местата за бране на билките. Фестивалът може да се проведе с участието на Национален парк „Рила“, който да определи територията и да разреши провеждането.

• Регионална Арт програма съвременно изкуство и наследство

Тази програма би могла да обедини съществуващите галерии на територията на МИГ „Самоков“, които да бъдат включени в екскурзиите на посетителите. В арт програмата, освен посещенията на галериите, където може да бъде предоставена информация за културното историческо наследство, посетителите биха могли да се срещнат и със съвременните творци от региона. В програмата могат да бъдат застъпени обучения и курсове по рисуване и местни занаяти, в които посетителите да вземат участие. Обученията по рисуване, тъй като не изискват специално оборудване, както при повечето от занаятите, могат да бъдат провеждани на открито, сред спирация дъха гледки на планинските върхове или красивите езера. След края на обученията творбите на посетителите могат да бъдат организирани в изложба и продадени. Приходите от продажбите могат да бъдат дарени на местна организация за подпомагане развитието на региона. Целта на тази програма би била в нея да се включат туристите, които посещават района и отсядат в хотелите на територията на МИГ „Самоков“ през топлите сезони. Чрез нея могат да се създадат дейности, с които да се таргетират посетители от конкретен сегмент – с интерес към изкуството и местното творчество.

• Привличане на международни агенции с изградени мрежи, разпознаваем бранд и силна клиентска база

Създаване на съвременен дигитален маркетинг пакет за представяне на региона пред успешни международни инвеститори и привличане на посетители от цял свят. Като се използва технологията

„Виртуална реалност“ може да бъде създаден рекламен пакет насочен към международни туроператори или инвеститори с интерес към създаване на бази в естествени природни условия за здравен туризъм и релакс. Територията предлага възможности за различни видове туризъм като приключенски туризъм – възможност за доразвиване на бази за екстремни планински спортове, исторически и религиозен туризъм – посещения в многобройните църкви и манастири от различни епохи на територията или конферентен туризъм, използвайки и надграждайки вече съществуващата материална база. В дигиталния продукт могат да бъдат включени исторически обекти като: Цари Мали Град, Образописовата къща, Шишманово кале, както и многобройните църкви и манастири в региона за посетителите в региона с цел религиозен туризъм. Наред със зимния високопланински туризъм, летните планински екскурзии и възможностите за целогодишното балнеолечение, в дигиталния продукт може да бъде включено богатото разнообразие от туристически продукти и услуги, които могат да се предложат на територията на МИГ „Самоков“.

• Услуги насочени към сегмент „Сребърен туризъм“

Демографските тенденции в европейските страни отчитат повишаване на средната възраст на потребителите на туристическите продукти и услуги. За да се постигне устойчиво развитие на местната туристическа индустрия и да се постигне конкурентоспособност спрямо подобните дестинации и доставчици на тези услуги, е необходимо да се обърне внимание и на нуждите и изискванията на туристите в сегмента над 60 годишна възраст. За този сегмент е необходимо да се включат в програмите дейности като:

- Физически дейности сред природата;
- Религиозни и духовни екскурзии; - Обучение за съвременни технологии;
- Създаване на контакти и приятелства – справяне със самотата. Социално приобщаване; - Активности – танци и физически занимания;
- Уъркшоп – здравословен начин на живот.

Целта на услугите, насочени към сегмент „Сребърен туризъм“, е подобряване качеството на живот на туристите над 60 годишна възраст. Това би подпомогнало поплавно разпределение на туристическия поток и чрез едно подходящо ценообразуване, тази политика би допринесла към устойчива заетост през ниския туристически сезон. За целта е необходимо да се актуализира или изгради нова достъпна материална база и достъпна среда за физически активности и спорт за този сегмент туристи. Необходимо е да се предостави обучение на

персонала за работа с клиенти от третата възраст. Полезно е да се осъществи координация с партньори в тази област и да се проучат добри практики от близки европейски страни.

- **Ски туризъм както никога досега**

Една от главните тенденции на зимният ски туризъм е желанието на посетителите да се откъснат от ежедневието си. Развитието, което се наблюдава е, че преди десет години, туристите посещаваха ски курортите, за да спортуват и основно да карат ски. Сега вече изискванията са различни – сега туристите се фокусират върху почивката и удоволствието от нея. Повечето от клиентите са заедно със своите семейства, деца и приятели. Тенденцията е да се прекарва по-малко време на пистите, а останалата част от времето се посвещава на различни видове развлечения, почивка или други видове спорт. Очакванията са много повече от единствено спортуването на пистите. Туристите предпочитат да посетят спа, да плуват в басейн, да се насладят на масаж или дори на лечебна терапия, да се разходят в града и парка, да посетят музей, галерия или исторически обект и да научат нови факти и информация за населеното място и региона. Търсят се и гурме преживявания като посещение във винарна или пивоварна, ферма или например специализирана мандра за производство на сирена. Разликата в тенденциите е, че преди няколко години почиващите получаваха обслужване тип ол-инклузив и добри условия за ски, което задоволяваше техните изисквания за добра почивка и спорт. През последните години търсенето на потребителите стана много индивидуално и много по-активно, информирано и претенциозно.

Предлагането на пакетни програми могат да включват избирателен елемент като посещаване на място, което би представлявало интерес за конкретните клиенти и техните семейства. Територията на МИГ „Самоков” предлага голямо разнообразие от дейности, които да бъдат включени в продуктите, които се предлагат на туристите като: посещение на музеи, галерии, занаячтийски работилници или интересни природни забележителности в региона. За да се постигне конкурентоспособност на територията на МИГ „Самоков” е необходимо непрекъснато да се добавят нови услуги и уникални преживявания в туристическия пакет, да се мисли „извън кутията“ и да се развият и актуализират всички налични възможности в региона.

ДОБРИ ЕВРОПЕЙСКИ ПРАКТИКИ

➤ Умно управление на отпадъците – Любляна

Любляна е първата европейска столица, която е на път да стане място с нулев отпадък. Градът постигна най-висок дял в разделното събиране на отпадъци в Европейския съюз през 2017 година – 67%. Словения се присъедини към ЕС чак през 2004 година и преди това не е имало официално разделно сметосъбиране – това означава, че само за няколко години Словения става първенец в тази област. От домакинствата се събира 4 вида отпадъци – хартия, стъкло, опаковки и био-отпадъци. Това е въведено в целия град, и в центъра, където подземни модули предоставят достатъчно място за събиране на отпадъците и с това се подобрява вида на града. Интересен обект за посещение на туристите е мястото за складиране и рециклиране на отпадъците в Любляна. Тук могат да се закупят предмети, които вече са нежелани от някой, но пък могат да се окажат ценни за друг, както и предмети, чието предназначение е променено от някой майстор, като например ротативка, която е превърната в шкаф за обувки.

➤ Библиотека под върховете на дърветата – Любляна

През лятото туристите и местните жители са поканени да четат безплатно книги, списания и вестници под дърветата в Любляна. Това е част от проекта Библиотека под върховете на дърветата. Монтирани са етажерки на места в градската част, където хората могат да се излежат на шезлонги и да се насладят на последните издания на Словенските печатници. От обикновената идея за четене на книги под дърветата, проектът се превръща в установен и а в установен и многолюден фестивал за четене и креативност. Нещо повече фестивалът е домакин на публични четения, интервюта със знаменити гости и творчески семинари. многолюден фестивал за четене и креативност.

➤ Обща платформа за споделена информация относно достъпността в туристическите дестинации – Програмата „Tur4all“ – Валенсия

Валенсия е част от програмата “Tur4all” – една национална инициатива на Водафон и агенцията за хора с увреждания PREDIF. Инициативата предоставя обща платформа за споделяне на информация относно достъпността на територията на туристическите дестинации. Всеки може да бъде полезен като предостави мнението си за различни категории обекти като хотели, ресторанти, паметници и плажове. Експертите преглеждат информацията и потребителите дават своето мнение и оценка за услугите. Потребителите могат да филтрират своето

търсене според изискванията си като например аудио информация, служители с предоставяне на жестомимичен превод или достъп с кучета водачи.

➤ ***Хотели със еко-марка Зелен ключ – Талин***

Зелен ключ е доброволческа еко-марка, която е връчена на повече от 2 500 хотела и други обекти в повече от 50 страни. Зелен ключ означава обещание от страна на бизнеса към гостите, че избирайки да отседнат там, те стават съпричастни и подпомагат да в повлияе положително на околната среда. Естония се присъединява към проекта Зелен ключ през 2001 година. Тази марка е връчена на 10 хотела и на концертната зала на Талин. Важни изисквания, които трябва да бъдат спазени от притежателите на еко-марката включва управлението на вода, почистване, отпадъци, енергия, както и храната и природата в околността. Например на гостите се предлага вода от чешмите, в тоалетните се използва дъждовна вода, не се използват пестициди на територията на обекта, разделно събиране на отпадъците, не се отопляват празни помещения и др. Природно наследство в Талин Талин участва в проекта на Европейския съюз Nattours, заедно с Хелзинки, за да оценят обектите от природно наследство. Общият уебсайт www.citynature.eu предоставя информация за градските обекти в Хелзинки и Талин. Сайтът представя десетте найинтересни зелени зони с най-голямо биоразнообразие. В допълнение към уебсайта, проектът изгражда нови природни пътеки и възстановява старите, за да ги направи подостъпни. Кули за наблюдение на птици, пешеходни алеи и информационни табла относно местните диви животни са изградени в три природни обекта в Талин. Освен това са построени места за живеене на прилепите и е сменено осветлението с ново, което създава повече комфорт и естествена среда на прилепите. Традиционни занаяти и събития – Талин Естонският съюз за фолклорно изкуство и занаяти е основан през 1929 година и е неправителствена организация, която свързва регионални организации за фолклорно изкуство и занаяти. Целта е да се запазят и развият естонските традиции на занаятите и да се съхранят техните регионални характеристики. Съюзът представя занаятчийски и народни организации в Естония и в чужбина, организира важни събития в Естония и издава марката Сертифициран продукт на естонските занаяти. Освен това предлага курсове по естонски занаяти като принт върху дърво, бижута от мъниста и бижута от памук. Издадена е и карта, която представя занаятите и е преведена на четири езика. Картата може да бъде свалена и разпространена в туристическите информационни центрове и други маркетингови канали. Има и

разработен уебсайт, който включва статии, представящи местните занаяти и магазините, където се продават. Чашата-ветрило на Карлсруе През лятото на 2018 година, град Карлсруе произведе своя собствена чаша със специален дизайн – чашата ветрило, наречена на градското разположение, което наподобява ветрило. Чашата – ветрило е направена от дебел порцелан с цел да се замени използването на чаши за кафе за еднократна употреба и в същото време да бъде спомен и сувенир от Карлсруе за туристите в града. В много кафетерии, ресторанти, закувални или сладкарници и супермаркети тази чаша може да бъде заменена или просто напълнена с кафе.

➤ *Форум на храните в Нант насърчава по-здравословно хранене*

Форумът на храните в Нант е изключително събитие, което обединява широката аудитория, експертите и известни личности от района на Нант по въпросите за производството на храни и храненето с един оптимистичен и конструктивен подход. На това събитие, готвачи притежаващи звезди Мишлен от цяла Франция готвят за аудиторията, заедно с готвачи – бежанци. В програмата са включени работни срещи, игри, пазари на храни, демонстрации от местни фермери. Основната цел е хората да се обединят около нещо, което ги свързва – храната. За да насърчи хората да се хранят по-здравословно Форумът на храните в Нант активно образова хората по един забавен начин на тема, която не се преглъща лесно – здравословното хранене.

ИЗВОДИ, ВЪЗМОЖНОСТИ И НАСОКИ ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА ИНОВАТИВНИ ТУРИСТИЧЕСКИ УСЛУГИ И ПРОДУКТИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ „САМОКОВ”

За развитието на иновативни туристически услуги и продукти на територията на МИГ и превръщането му в устойчив отрасъл е необходимо да се насочи внимание към изпълнението на следните действия:

- **Позициониране и иновации на туристическия продукт**

За устойчивото целогодишно развитие на туристическия сектор на територията на МИГ „Самоков” е необходимо туристическия продукт да бъде позициониран спрямо идентифицираните целеви пазари. Необходимо е този продукт да бъде конкурентноспособен спрямо директните конкуренти на територията на страната и страните от Европейския съюз. За да има устойчивост дестинацията е добре да се маркетира като целогодишен пакет от услуги и възможности за туризъм.

Необходимо е да се прилагат иновативни практики и подходи за маркетинг и реклама на територията на МИГ „Самоков” като целогодишна туристическа дестинация, както и да се създаде разпознаваема, отличителна и запомняща се туристическа марка.

- За целите на целогодишното привличане на туристи е необходимо да се създаде културно-туристически продукт, в който да бъдат включени всички възможности за културно-исторически посещения. Да се създаде и да се актуализира вече съществуващи архиви с културни и исторически обекти, както и музеи, галерии, арт работилници. Препоръчително е организирането на ежегодни фестивали, празници и форуми в областта на изкуствата и културата, които да привлекат посетители извън зимния туристически сезон. По този начин ще се създадат условия за устойчивост в развитието на туризма на територията на МИГ „Самоков” и ще има възможност за плавно разпределение на посетителите през годината.

- Възможностите за почивка и рекреация на потребители ще допринесат за целите на развитието на целогодишен туристически продукт. В тази посока е необходимо да се ремонтират или създадат нови паркови пространства с възможности за разходка, велоалеи, плажни и спортни терени, водни площи. Необходимо е създаване на спортна инфраструктура с игрища, кортове и площадки за упражняване на различни видове спорт. В същата посока е препоръчително и изграждане на съоръжения за практикуване на зимните спортове през цялата година и поддържане на тези съоръжения с необходимите технологии. Територията е много подходяща за разработване на туристически продукти и услуги, насочени към хора в неравностойно положение. В това направление голям потенциал има близкото местоположение на МИГ до столицата София. Разработването на този вид туризъм може да привлича и туристи от съседните държави (Сърбия, Гърция и Румъния) като начало, която инициатива в последствие да прерасне и в приемането на туристи и от по-далечни страни.

- Идентифициране на начини за насърчаване на използването на местните продукти и производство в туристическите услуги. Необходимо е организирането на фестивали на местното производство за популяризиране на местните продукти сред посетителите, както и с цел привличане на туристически потоци с интерес в производството на местни храни и др.

- Установяване на работещи връзки и съвместни проекти и дейности с образователни институции – училища и висши учебни

заведения за подготовка на кадри за туристическата индустрия. Осъществяване на проекти, в които младите хора ще могат да разработят свои идеи за бъдещето на туризма на територията на МИГ „Самоков”.

- Популяризиране на „зелена“ политика на територията на МИГ „Самоков” и дейности по опазване на околната среда. Осъществяване на проекти в областта на опазването на околната среда, в които да бъдат включени местните жители и гости на града.

- Създаване на интерактивна платформа за споделяне на мнения, идеи и предложения от страна на жителите и туристите. Предлагане за обсъждане и публикуване на платформата на теми, които касаят развитието на туризма на територията на МИГ „Самоков”.

- създаване на условия на територията на МИГ „Самоков“ да се провежда международно туристическо изложение (в специално изградена за това база – като възможност и след преустройство на изоставени сгради съгласно предишната препоръка) с представяне на възможности за различни видове туризъм – ски туризмът като емблема на територията може да се използва като „ракета носител“ за разпознаване на събитието и привличане на други участници - на събитието да се представят различни видове туризъм като природен, селски, спортен, селски, културен, исторически и т.н.; Описване и популяризиране на маршрута посредством местни и национални медии, изготвяне на печатни материали (брошури, книга, карта), изготвяне на интернет сайт на маршрута. Възможно е и разделянето на маршрута на различни под-маршрути в зависимост от посещаваните обекти – природни, исторически, културни и др.

Нашият основен приоритет е здравето на гражданите. Кризата с коронавируса обаче е голямо сътресение за европейската и световната икономика. Държавите от ЕС вече приеха бюджетни мерки и мерки в областта на ликвидността и политиката с цел повишаване на капацитета на здравните си системи и оказване на помощ на онези граждани и сектори, които са особено засегнати. По време на тази здравна криза е много важно да защитим не само особено важните сектори на нашата икономика, но и нашите активи, технологии и инфраструктура, и което е още по-важно — трябва да **защитим работните места**.

Икономическите последици от кризата с коронавируса са различни в различните сектори и за различните предприятия в зависимост от редица фактори, включително възможността да се адаптират към смущения във веригите на доставки, съществуването на запаси или разчитането на производствени процеси на принципа just-in-

time (точно навреме). Гъвкавостта, предоставяна от правилата за държавната помощ, позволява на страните от ЕС да въвеждат схеми, като гаранционни схеми за ваучери и други схеми за ликвидност, да подпомагат предприятия и да гарантират удовлетворяване на исканията за възстановяване на средства, свързани с пандемията от коронавирус.

Финансиране от ЕС: ЕС продължава да предоставя незабавна ликвидност на засегнатите от кризата предприятия чрез Инвестиционната инициатива в отговор на коронавируса в условията на споделено управление със страните от Съюза. Освен това Комисията осигури заедно с Европейския инвестиционен фонд до 8 млрд. Евро финансиране за 100 000 засегнати от кризата малки предприятия, които са основно в туризма.

Все по-трудното привличане на кадри се очертават като най-сериозният проблем пред хотелския бизнес у нас. Ангажирането на студенти и ученици от горните класове със стажове и други програми за заетост е най-доброто решение, с което може да се реши проблемът с кадрите в хотелите, според малко повече от половината от мениджърите и собствениците. Опцията за внос на персонал се класира на второ място със 17%, а други варианти, като работата с бюрата по труда (6%) и ангажирането на служители във възрастовата група "55+" (3,5%) в момента не представляват особен интерес.

През тази година се очаква за първи път някои държави, като Франция и Гърция, да въведат изискването за задължително представяне на имунизационен сертификат при посещението на заведения, културни мероприятия и други.

Коронавирусът променя много дейности и сектори, но едва ли другаде те са толкова ускорени, видими и преки, колкото в туристическата индустрия. По-сериозен е проблема от недостатъчната заетост, ограниченията за международни пътувания или евентуална четвърта ковид-вълна. Много неща няма да са, като преди в пътуванията - поне за известно време, а може би и за дълго.

Със сигурност обаче поне в близките две години бутикови, устойчиви и алтернативни продукти и дестинации ще се радват на небивало търсене, заниманията на открито ще са хит, а вътрешният туризъм ще процъфтява.

Но туристическият бизнес ще трябва да се адаптира към новата реалност в инфраструктурата на пътуванията: много хигиена, здравни протоколи, персонализиран транспорт, повече онлайн и безконтактни услуги и т.н.

Ето кои са десетте най-важни тенденции, които епидемията донесе:

1. Строги здравни протоколи, 2. Ваксинационни паспорти, 3. Хигиена и още хигиена, 4. Безконтактен туризъм, 5. По-личен транспорт, 6. Близо до дома, 7. По-близки дестинации, 8. Но и повече далечни преживявания, 9. Природата първо, 10. Далече от хората.

Разработване на нови иновативни туристически продукти, са важен момент за преодоляване на кризата с коронавируса. / пример/

QR код със СПА и медикъл процедурите, поставен на СПА рецепция.

➤ Дигитална поръчка и резервация - ограничаване на физическия контакт и докосване на менюта, преминали през десетки ръце в ресторанти

➤ Дигитална връзка с рецепция и guest relation - освобождаване на време и по-висококачествено обслужване на гостите по посрещане и изпращане

➤ Намалване на разхода за хартия, брошури, менюта в ресторантите или напълното им елиминиране

➤ Интеграция с MyPos и опция за директно онлайн плащане

➤ Статистически отчети и анализи за потребителското поведение

➤ Възможност резервационният модул да се интегрира като бутон в сайта ви и гостите, още разглеждайки процедурите за предстоящото си пътуване, да имат възможност да запазват часове.

Кризата, причинена от коронавируса, лишава българския туризъм от приблизително 800 млн. евро, които не могат да бъдат компенсирани от насрещните разходи дори ако българите останат да почиват в страната (очакваната разлика е приблизително 600 млн. евро).

ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ:

1. Стратегии и общински планове за развитие на община Самоков

2. Икономически и други анализи на района на община Самоков

3. Стратегия за ВОМР на МИГ „Самоков“

4. Проект „Подобряване на процеса по разработване и прилагане на политики за местно и Регионално развитие в община Самоков“

5. Информация от уебсайта на Община Самоков:
<https://samokov.bg>
6. Информация от уебсайта на МИГ „Самоков“:
<https://www.mig-samokov.eu/>
7. Анализ на добри практики (BIRTH OF IDEAS, 2015 A1-ES01-КА204-015658);
8. Институт за агростратегии и иновации -
<http://www.agroinnovations.bg/planinsko-zemedelie>