



EUROPEAN UNION

EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND

INVESTING IN YOUR FUTURE!



GOVERNMENT OF ROMANIA GOVERNMENT OF BULGARIA



Project “Development of tourism potential, protection and promotion of the common heritage”

is cofinanced by the European Union through European Regional Development Fund under the Interreg V-A Romania-Bulgaria Programme.

Amount of EU contribution: 1 036 958.56 euro

Tourism development strategy

Cross-border region General Toshevo - Murfatlar



Стратегия за развитие на туризма
Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар

Strategia de dezvoltare a turismului
Regiune transfrontalieră Generalul Toshevo - Murfatlar



FLC.....
RO BG 453
INTERREG V-A Romania-Bulgaria

Tourism development strategy

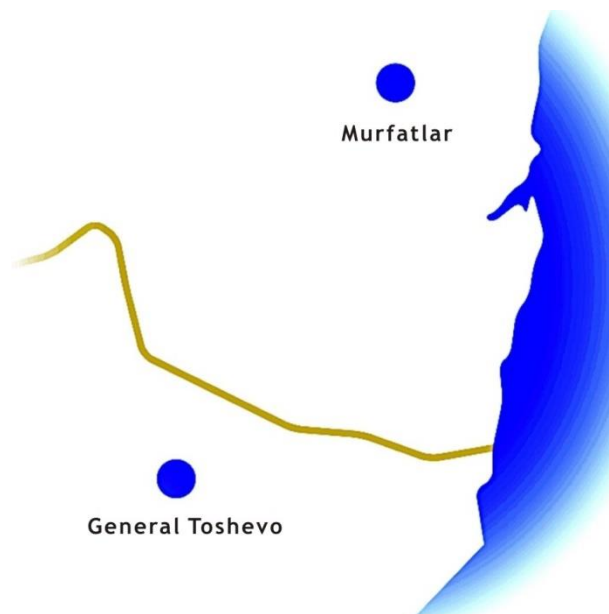
Cross-border region General Toshevo - Murfatlar

Стратегия за развитие на туризма
Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар

Strategia de dezvoltare a turismului
Regiune transfrontalieră Generalul Toshevo - Murfatlar

CONTENTS - СЪДЪРЖАНИЕ - CUPRINS

- I. Introduction • Въведение • Introducere
- II. VISION • ВИЗИЯ • VIZIUNE - Специфични елементи • Elementele specifice
- III. Механизъм за изпълнение и наблюдение • Mecanismul executării și supravegherii
- IV. Стратегически цели и мерки • Obiective strategice și măsuri
- V. Съдържание на стратегическите цели • Conținutul obiectivelor strategice
- VI. Стратегически план за развитие на устойчив туризъм в община Генерал Тошево
Туристически ресурси • Туристическа инфраструктура • SWOT анализ • Визия и стратегически цели
Planul strategic pentru dezvoltarea turismului durabil pe raza orașului Murfatlar
Resursele turistice • Infrastructură turistică • Analiză SWOT • Potențial turistic și oportunități de dezvoltare a turismului
- VII. Концепция за развитието на регионални туристически продукти и дейности в община Генерал Тошево
Propuneri de dezvoltare a punctelor de atracție turistică existente în orașul Murfatlar



Cross-border region General Toshevo - Murfatlar

I. INTRODUCTION

The present Tourism development strategy has been prepared in the framework of the project “Tourist Potential Development, Preservation and Popularization of the Natural and Cultural Heritage” financed within the program for transborder cooperation INTERREG V-A, Romania - Bulgaria 2014 - 2020. The project partners are the municipalities of General Toshevo - Bulgaria and Murfatlar-Romania, which conducted in-depth preliminary studies, with the aim of preparing a joint strategic document to pool the resources and opportunities of the two municipalities for tourism development in the cross-border region General Toshevo - Murfatlar.

The strategy for tourism development is oriented to the period 2021-2027. It was made on the basis of a detailed analysis of the socio-economic situation of the two municipalities, after holding constructive meetings, discussions and consultations with representatives of municipal administrations, local business and the local community. The main goal of the strategy is, based on the situational analysis, to identify the strengths and weaknesses, opportunities and risks to the development of tourism in the cross-border region.

A consistently capitalized opportunity in recent years is the cross-border tourism, strongly supported by European policies and structural funds invested in promotion, strengthening of tourism objectives and creation of common activities attractive to both sides of the border.

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящата стратегия за развитие на туризма е изготвена в рамките на проект „Развитие на туристическия потенциал, опазване и популяризиране на природното и културно наследство”, финансиран в рамките на програмата за трансгранично сътрудничество INTERREG V-A, Румъния - България 2014 - 2020. Партньори по проекта са общините Генерал Тошево-България и Мурфатлар-Румъния, които проведоха задълбочени предварителни проучвания, с цел изготвяне на съвместен стратегически документ за обединяване на ресурсите и възможностите на двете общини за развитие на туризма в трансграничния регион Генерал Тошево - Мурфатлар.

Стратегията за развитие на туризма е ориентирана към периода 2021-2027. Тя е направена въз основа на подробен анализ на социално-икономическото състояние на двете общини, след провеждане на конструктивни срещи, дискусии и консултации с представители на общинските администрации, местния бизнес и местната общност. Основната цел на стратегията е въз основа на ситуационния анализ да идентифицира силните и слабите страни, възможностите и рисковете за развитието на туризма в трансграничния регион.

Особено благодетелстван през последните години е трансграничния туризъм, силно подкрепян от европейските политики и структурните фондове, инвестирани в насърчаването, укрепването на туристическите цели и създаването на общи дейности, привлекателни за двете страни на границата.

I. INTRODUCERE

Prezenta strategie de dezvoltare turistică a fost pregătită în cadrul proiectului „Dezvoltarea potențialului turistic, conservarea și popularizarea patrimoniului natural și cultural” finanțat în cadrul programului de cooperare transfrontalieră INTERREG V-A, România - Bulgaria 2014 - 2020. Partenerii proiectului sunt municipalitățile generalului Toshevo - Bulgaria și Murfatlar-România, care au realizat studii preliminare aprofundate, cu scopul de a pregăti un document strategic comun pentru a pune în comun resursele și oportunitățile celor două municipalități pentru dezvoltarea turismului în regiunea de frontieră Generalul Toshevo - Murfatlar.

Strategia pentru dezvoltarea turismului este orientată spre perioada 2021-2027. Acesta a fost realizat pe baza unei analize detaliate a situației socio-economice a celor două municipalități, după ce a avut loc întâlniri constructive, discuții și consultări cu reprezentanți ai administrațiilor municipale, ai afacerilor locale și al comunității locale. Scopul principal al strategiei este, pe baza analizei situaționale, să identifice punctele tari și punctele slabe, oportunitățile și riscurile pentru dezvoltarea turismului în regiunea transfrontalieră.

Un aspect valorificat consistent în ultimii ani este cel al turismului transfrontalier, susținut intens prin politici europene și fonduri structurale investite în promovare, consolidarea obiectivelor turistice și crearea de activități comune, atractive pentru ambele părți ale granițelor.

II. ВИЗИЯ • VIZIUNE

The vision for the development of tourism in the "Cross-border region General Toshevo - Murfatlar" is formulated as follows:

TO BUILD AND MAINTAIN A COMPREHENSIVE IMAGE FOR "TRANS-BORDER REGION GENERAL TOSHEVO - MURFATLAR" AS A QUALITY TOURIST DESTINATION WITH SUSTAINABLE DEVELOPMENT AND SUPPLY OF ALTERNATIVE TOURISM PRODUCTS.

Визията за развитието на туризма в „Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар“ е формулирана по следния начин:

ДА СЕ ИЗГРАДИ И ПОДДЪРЖА ЦЯЛОСТЕН ОБРАЗ НА „ТРАНСГРАНИЧЕН РЕГИОН ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО - МУРФАТЛАР“ КАТО КАЧЕСТВЕНА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ С УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ И ПРЕДЛАГАНЕ НА ПРОДУКТИ НА АЛТЕРНАТИВНИЯ ТУРИЗЪМ.

Viziunea de dezvoltare a turismului în „Regiunea transfrontalieră General Toshevo - Murfatlar“ este formulată în felul următor:

ELABORAREA ȘI MENȚINEREA UNEI IMAGINI UNITARE PENTRU „REGIUNEA TRANSFRONTALIERĂ GENERAL TOSHEVO - MURFATLAR” - O DESTINAȚIE TURISTICĂ DE CALITATE, CU DEZVOLTARE DURABILĂ ȘI OFERTĂ DE PRODUSE DE TURISM ALTERNATIV.

Туризмът играе съществена роля в икономическото развитие на дадена страна, способствайки за намаляването на бедността в изостаналите райони, интеграцията на местните общности и създаването на работни места, особено за младите хора. Съвременните тенденции в туризма отразяват развитието и поддържането на свързани туристически продукти и марки, на пазарни ниши, като екотуризм, лозаро-винарски туризм или туризм за възрастни хора, основани на устойчив туризм чрез диверсификация и адаптация на туристическите атракции.

Реализирането на тази визия трябва да стане в условията на тясно взаимодействие и партньорство между местната общност като цяло, бизнес-субектите, структурите на гражданското общество, държавните и местните власти. То следва да се осъществи на базата на добре планирани стратегически цели, приоритети, мерки и конкретни действия, насочени към ефективно използване на местния потенциал и с привличането на средства от различните национални и европейски програми и фондове. Реализацията на стратегията трябва да бъде един непрекъснат процес на наблюдение, контрол и актуализация, анализ и корекции при грешки, трудности и неуспехи и адаптиране на планираните дейности към новите обстоятелства и условия.

Turismul joacă un rol esențial în dezvoltarea economică a unei țări, susținând reducerea sărăciei în zone defavorizate, integrarea comunităților locale și crearea de locuri de muncă, în special pentru tineri. Tendințele actuale în turism înregistrează dezvoltarea și susținerea unor produse turistice și branduri coerente, a unor piețe de nișă, precum eco-turismul, turismul viti-vinicol sau turismul pentru vârstnici, având la bază un turism sustenabil, prin diversificarea și adaptarea atracțiilor turistice.

Realizarea acestei viziuni trebuie să se realizeze loc în condiții de interacțiune strânsă și parteneriat între comunitatea locală per ansamblu, cu implicarea entităților de afaceri, structurilor societății civile, autorităților la nivel național și local. Acest lucru ar trebui implementat pe baza unor obiective strategice bine planificate, a priorităților, măsurilor și acțiunilor concrete care vizează utilizarea eficientă a potențialului local și prin atragerea de fonduri din diferite programe, de fonduri naționale și europene. Realizarea strategiei este un proces discontinuu de executare activităților, supravegherii, controlului și actualizării. Se да un raport la experiența adoptată, dificultățile și eşecurile, se fac corectări direcțiilor deja existente de dezvoltare unor activități cu privirea la adaptarea la circumstanțele actuale și mediul schimbat.

III. Механизъм за изпълнение и наблюдение

Реализацията на стратегията за развитие на туризма в „Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар” изисква продължителен период за осъществяване и възможно най-пълна интеграция със съществуващите планови стратегически документи за развитие на общинско, областно и регионално ниво. Тя представлява отворен документ, който подлежи на развитие и усъвършенстване.

Координирането и контролът върху изпълнението на стратегията е целесъобразно да се осъществява от специално създадена работна група (Консултативен съвет за развитието на туризма в трансграничния регион), включваща освен представители областната управа, общинските администрации, също така експерти в областта на туризма, представители на туристическия бизнес, НПО и ключови фигури от различни сектори на гражданското общество.

Основните оперативни функции на работната група трябва да бъдат:

- координиране на работата на отговорните институции;
- осъществяване на връзките при разработването и реализирането на съвместни проекти;
- поддържане на контакти с областни, регионални, национални и международни институции;
- съдействие за намирането на допълнителни финансови източници;
- подпомагане разработването на проекти и програми;
- анализиране изпълнението на отделните задачи и предлагане на актуализирането на стратегията;
- докладване за хода на изпълнението на плана за действие и на годишните програми, както и информирание на местната общественост.

Главните рискове за постигането на стратегическите цели са свързани с комплекс от фактори, които до голяма степен са трудно предвидими в дългосрочен план. Това означава, че реализацията на стратегията трябва да бъде един непрекъснат процес на наблюдение, контрол и актуализация, анализ и корекции при грешки, трудности и неуспехи и адаптиране на планираните дейности към новите обстоятелства и условия.

III. Mecanismul executării și supravegherii

Realizarea strategiei de dezvoltarea turismului din regiunile transfrontaliere „Gheneral Toșevo - Murfatlar”, solicită o perioadă durabilă pentru îmfăptuirea și integrarea cât mai rapidă și documentele existente strategice de planificare de dezvoltarea la nivel municipal, județean și regional. Ea este un document deschis, care urmează fi dezvoltat și îmbunătățit.

Coordonarea și controlul asupra executării strategiei este oportun a se efectua de grupul special de lucrători (Consiliul Consultativ pentru dezvoltarea turismului în regiunea transfrontalieră), incluzând pe lângă prezentanții dministrațiilor municipale, lafel și experți din domeniul turistic, prezentanții industriei turistice, organizațiile neguvernamentale și figuri - cheie din diferite sectoare ale societății civile.

Principalele funcții operative ale grupului de lucratori trebuie fi:

- Coordonarea activității ale instituțiilor responsabile.
- Efectuarea relațiilor la dezvoltarea și realizarea proiectelor comune.
- Întreținere unor contacte cu instituții județene, regionale, naționale lu internaționale.
- Asistență la descoperirea unor surse financiare suplimentare.
- Sprijinirea dezvoltării proiectelor și programelor.
- Analiza executării obiectivelor și oferirea actualizării strategiei.
- Raportarea despre cursul executării planului de activitate și planului programelor anulae, precum și informarea societății locale.

Riscurile principale pentru obținerea obiectivelor strategice sunt legate cu un complex de factori care în mare măsură sunt imprevizibile pe plan de termen lung. Acesta din urmă ar însemna că, realizarea strategiei trebuie fi un proces discontinuu de supraveghere, control și actualizare, analiză și corectări la greșeli, dificultăți și eșecuri, și adaptare activităților planificate la condițiile și circumstanțele actuale.

Специфични елементи на визията са:

- Засилване ролята на туризма в местната икономика на трите общини и утвърждаването му като основен стопански диверсификатор и алтернатива на традиционните дейности, свързани с агробизнеса и винопроизводството;
- Развитие и поддържане на качествено туристическо предлагане в трансграничния регион във всички аспекти: продукти, хора, услуги, информация, опит;
- Създаване на туристическо предлагане на интегриран туристически продукт и услуги, съчетали в себе си елементи от уникалността на културно-историческото наследство и разнообразните природни ресурси;
- Подпомагане устойчивостта на местното икономическо развитие чрез мобилизиране и включване на общността в туристически дейности.

Основните принципи, върху които се основава стратегическата рамка на развитието на туризма в региона са:

- Трансгранично партньорство между всички институции, заинтересовани лица и структури на гражданското общество в процеса на реализиране на стратегическите намерения;
- Координация вътре в управленските звена и между тях на всички равнища, за постигане на очакваното състояние на развитието на туризма в целевия трансграничен регион към хоризонта на планирането;
- Концентрация на усилията, човешките ресурси и финансовите средства за осъществяване на набелязаните в стратегията цели;
- Тясно обвързване и взаимозависимост на действията, заложи в различните приоритети и дейности за постигане на комплексен социално-икономически ефект и усилване на позитивните влияния от развитието на туризма в региона;
- Непрекъснат мониторинг и оценка за изпълнение компонентите на стратегията, осигуряване на обратна връзка и внасяне необходимите корекции и промени в процеса на непосредственото реализиране на стратегията.
- Отвореност за допълнения и адаптивност на стратегическите намерения и цели към бързо променящите се условия на средата, в която ще се реализира стратегията.

IV. Стратегически цели и мерки

За постигането на така очертаната визия е необходимо дефинирането на реалистична Главна стратегическа цел и нейната конкретизация в изпълними и съобразени с нуждите и местните потенциали специфични цели. С оглед на това, Главната стратегическа цел пред развитието на туризма в Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар, може да се дефинира по следния начин:

Към 2027г. „Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар” е развита туристическа дестинация, предлагаща възможности за практикуването на алтернативен туризъм и рекреация, които успешно диверсифицират стопанския облик на региона и допринасят за повишаване качеството на живот на местната общност.”

Постигането на визията и основната стратегическа цел ще бъде осъществено чрез реализацията и изпълнението на следните специфични цели:

1. ***Да се създаде и поддържа позитивен и привлекателен образ на „Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар ” като единна, вътрешно интегрирана, интересна и желана дестинация.***
2. ***Да се повиши ролята и мястото на туристическия сектор в цялостната икономика на региона, като се утвърди като алтернатива и възможен допълващ стопанския облик на общините бизнес;***

Elementele specifice ale viziunii de dezvoltare sunt:

- Consolidarea rolului turismului în economia locală a celor trei localități și afirmarea acestuia ca un diversificator economic major și o alternativă la activitățile tradiționale legate de afacerile în domeniul agricol și producția de vin;
- Dezvoltarea și menținerea unei oferte turistice de calitate în regiunea transfrontalieră sub toate aspectele: produse, oameni, servicii, informații, experiență;
- Crearea unei oferte turistice care să includă un produs cu servicii turistice integrate, combinând elemente ale unicității patrimoniului cultural și istoric, precum și diverse resurse naturale;
- Susținerea caracterului durabil al dezvoltării economice locale prin mobilizarea și implicarea comunității în activitățile din domeniul turismului.

Principiile pe care se bazează cadrul strategic al dezvoltării turismului în regiune sunt:

- Stabilirea unui parteneriat transfrontalier și transnațional între toate instituțiile, părțile cointeresate și structurile societății civile în procesul de realizare a intențiilor strategice;
- Coordonarea procesului în cadrul unităților de management și între acestea, la toate nivelurile, pentru a atinge starea preconizată de dezvoltare a turismului în regiunea transfrontalieră-țintă către obiectivul planificat;
- Concentrarea eforturilor, resurselor umane și resurselor financiare pentru a atinge obiectivele stabilite în cadrul strategiei;
- Conectarea strânsă și interconectarea acțiunilor stabilite în cadrul diferitor priorități și activități pentru realizarea unui efect socio-economic complex și consolidarea influențelor pozitive din dezvoltarea turismului în regiune;
- Monitorizarea și evaluarea continuă a implementării componentelor strategiei, oferind feedback-ul necesar și efectuând ajustările și modificările necesare în procesul de implementare imediată a strategiei;
- Deschiderea către îmbunătățire și adaptabilitate a intențiilor și obiectivelor strategice la condițiile în schimbare rapidă ale mediului în care va fi implementată strategia respectivă.

IV. Obiective strategice și măsuri

Pentru a realiza implementarea viziunii prezentate, este necesar să se definească un obiectiv strategic de bază realist și să se realizeze concretizarea acestuia în mod fezabil și în conformitate cu nevoile și potențialul local și obiectivele specifice. Având în vedere acest lucru, principalul obiectiv strategic pentru dezvoltarea turismului în regiunea transfrontalieră General Toshevo - Murfatlar, poate fi definit după cum urmează:

Până în anul 2027 „Regiunea transfrontalieră General Toshevo - Murfatlar” va deveni o destinație turistică dezvoltată, care oferă oportunități pentru practicarea turismului alternativ și recreere, care diversifică cu succes imaginea economică a regiunii și contribuie la îmbunătățirea calității vieții comunității locale.”

Realizarea viziunii și a principalului obiectiv strategic va fi atinsă prin realizarea și implementarea următoarelor obiective specifice:

- 1. Crearea și menținerea unei imagini pozitive și atractive a "regiunii transfrontaliere General Toshevo - Murfatlar" ca destinație unică, integrată intern, interesantă și căutată de turiști.***
- 2. Să crească rolul și poziția sectorului turistic în economia generală a regiunii, să se erijeze ca o alternativă complementară imaginii economice în cadrul mediului de afaceri din localitățile implicate;***

3. *Да се използва по ефективен начин близостта до значимите курортни локации по Северното Черноморско крайбрежие като източник на туристопоток;*
4. *Да се подобри материално-техническата база на туризма в региона.*
5. *Да се стимулира процесът по развитие на местната общност и на човешките ресурси, работещи в сферата на туризма в целевия трансграничен регион.*

Така формулирани Главната стратегическа цел и специфичните цели показват какво трябва да се постигне за времеви хоризонт в основните проблемни области в сферата на туризма - разпознаваемост, специфика на дестинацията, роля в икономическо развитие на региона, човешките ресурси и др. Анализът на ситуацията и SWOT-анализът очертават голям брой проблеми и различни предизвикателства пред развитието на туризма в Трансграничния регион Генерал Тошево - Мурфатлар, които следва да бъдат решени с координираните усилия на местните общности.

V. Съдържание на стратегическите цели:

Специфична цел 1. *Да се създаде и поддържа позитивен и привлекателен образ на „Трансграничен регион Генерал Тошево - Мурфатлар“ като единна, вътрешно интегрирана, интересна и желана дестинация.*

Мярка 1. Разработване на обща концепция за същността и спецификата на предлагания туристически продукт в трансграничния регион;

Мярка 2. Да се позиционира мястото и ролята на формираната дестинация в цялостното развитие на туризма в непосредствените региони на двете страни и техните туристически пазари като цяло;

Мярка 3. Маркетинг и реклама, въвеждане на комуникационна програма за популяризиране на туристическия продукт и на дестинацията като цяло;

Мярка 4. Създаване на ефектни и ефективни маркетингови материали;

С цел привличане на повече и по-платежоспособни посетители, е необходимо да се рекламират условията, които предлага общините като цяло за отдих и развлечения.

Възможни дейности:

- популяризиране конкурентните туристически предимства на региона, чрез активна и целенасочена рекламно-информационна дейност;
- подготовка на маркетингови и презентационни материали;
- учредяване на годишен туристически форум;
- участия в туристически изложения, на които общината се рекламира, като обособен туристически продукт;

Мярка 5. Инициране създаване на диферсифициран туристически продукт.

Увеличаването на изразходваните средства по време на престоя на един турист може да се постигне чрез разнообразяване на услугите и продуктите в туризма. Различните по характер природни и културно-исторически ресурси позволяват съставянето на различни програми, които могат да се обособят в отделни туристически продукти в зависимост от интересите на посетителите.

Възможни дейности:

- идентифициране на съществуващото и потенциално търсене на продукти и услуги от посетителите с интереси в областта на селския и екотуризм, културно-познавателния, винен и „гурме“ туризм, слоу туризм, религиозен туризм и др.
- разработване на туристически продукти, съответстващи на търсенето.
- интегриране на туристическото предлагане на общините Генерал Тошево и Мурфатлар.

Специфична цел 2. *Да се повиши ролята и мястото на туристическия сектор в цялостната икономика на региона, като се утвърди като алтернатива и възможен допълващ стопанския облик на общините бизнес.*

3. *Utilizarea eficientă a poziției de apropiere față de stațiuni importante de pe litoralul Mării Negre și din Delta Dunării ca sursă de flux turistic;*
4. *Îmbunătățirea bazei materiale și tehnice a turismului din regiune.*
5. *Stimularea procesului de dezvoltare a comunității locale și a resurselor umane ce activează în domeniul turismului în regiunea tranșfrontalieră-țintă.*

Astfel formulate, principalul obiectiv strategic și obiectivele specifice arată modalitatea prin care trebuie atins orizontul de timp în principalele domenii problematice din domeniul turismului - vizibilitate, specificitatea destinației, rolul acestora în dezvoltarea economică a regiunii, resurse umane și altele. Analiza situației și analiza SWOT evidențiază un număr mare de probleme și diverse provocări pentru dezvoltarea turismului în regiunea tranșnațională General Toshevo - Murfatlar. Acest lucru necesită un efort coordonat de către comunitățile locale.

V. Conținutul obiectivelor strategice:

Obiectivul specific 1. Crearea și menținerea unei imagini pozitive și atractive a "regiunii tranșfrontaliere General Toshevo - Murfatlar" ca destinație unică, integrată intern, interesantă și căutată de turiști.

Măsura nr. 1. Dezvoltarea unui concept general pentru natura și specificul produsului turistic oferit în cadrul regiunii tranșfrontaliere

Măsura nr. 2. Poziționarea locului și rolul destinației formate în dezvoltarea generală a turismului în regiunile imediate ale celor trei țări și pe piețele turistice ale acestora în general;

Măsura nr 3. Marketing și publicitate, introducerea unui program de comunicare pentru promovarea produsului turistic și a destinației turistice per ansamblu;

Măsura nr 4. Crearea unor instrumente de marketing eficiente;

Pentru a atrage din ce în ce mai mulți vizitatori solvabili, este necesar să fie promovate condițiile oferite de cele trei localități per ansamblu în ceea ce privește condițiile de recreere și divertisment.

Acțiuni posibile:

- popularizarea avantajelor turistice competitive ale regiunilor, prin publicitate activă și orientată a oportunităților turistice din zonă
- pregătirea unor materiale de marketing și de promovare
- organizarea unui forum turistic anual
- participarea la expoziții turistice, în cadrul cărora municipalitățile respective sunt prezente cu un produs turistic separat

Măsura nr. 5. Inițierea procesului de creare a unui produs turistic diversificat.

Creșterea fondurilor cheltuite pe durate șederii unui turist se poate realiza prin diversificarea serviciilor și produselor turistice. Natura diferită a resurselor naturale și cultural-istorice permite compilarea diferitelor programe care pot fi diferențiate în produse turistice separate în funcție de interesele vizitatorilor.

Acțiuni posibile:

- identificarea cererii existente și potențiale de produse și servicii de către vizitatorii cu interese în domeniul ruralului și ecoturismului, turismului cultural-cognitiv, vinicol și „gourmet”, turism lent (slow), turism religios etc.
- dezvoltarea de produse turistice care să satisfacă cererea de pe piață.
- integrarea ofertei turistice a municipalităților General Toshevo și Murfatlar.

Obiectiv specific 2. Să crească rolul și poziția sectorului turistic în economia generală a regiunii, să se erijeze ca o alternativă complementară imaginii economice în cadrul mediului de afaceri din localitățile implicate.

Мярка 1. Да се подкрепя устойчивият растеж чрез туризъм в региона, като се осигури справедлива възвращаемост, постоянно повишаване на приходите от туризъм, социална добавена стойност и ползи за всички жители на трите общини;

Мярка 2. Развитие на туристическа инфраструктура, достъп до туристическата дестинация

Мярка 3. Да се подобри материално-техническата база на туризма в региона - в това число разширяване на легловата база и повишаване категорията на средствата за подслон

Мярка 4. Подкрепа за създаването на местни, регионални и международни партньорства

Туризмът е дейност, която е съсредоточена изцяло в ръцете на частния сектор. Въпреки това е необходимо установяването на партньорски отношения и обединяване на усилията между предприемачите от сектор туризъм и местната и държавна власт за постигане на общата цел.

Възможни дейности:

- учредяване на Общински съвет по туризъм или Общинско сдружение по туризъм
- установяване на трайни контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи

Специфична цел 3. Да се използва по ефективен начин близостта до значимите курортни локации по Северното Черноморско крайбрежие като източник на туристопоток;

Мярка 1. Да се извършат целеви изследвания в курортните локации по отношение възможностите за привличане на туристопоток за краткосрочен отдих или културно-познавателни и екотуристически посещения;

Мярка 2. Да се стимулира разработването на целеви проект, туристически продукти и атракции, пряко насочени към привличането на туристи от курортните локации в активния сезон

Мярка 3. Да се стимулира междуобщинското коопериране с общините от Черноморското крайбрежие в областта на туризма и свързаното с него устройствено планиране и проектиране.

Специфична цел 4. Да се подобри материалната база на туризма в региона.

Мярка 1. Рехабилитация, благоустрояване, оборудване на природни и културни туристически ресурси.

Мярка 2. Осигуряване на пътна, пешеходна, екологична и дигитална достъпност до обектите, свързани с приема на туристи.

Мярка 3. Осигуряване на указателни табели за туристите и посетителите по маршрутите.

Мярка 4. Създаване на инструменти за стимулиране на частните инвестиции.

Специфична цел 5. Да се стимулира процесът по развитие на местната общност и на човешките ресурси, работещи в сферата на туризма в целевия трансграничен регион.

Мярка 1. Обучение на местната общност в духа на един туристически град, в принципите на посрещане на туристи, на гостоприемство.

Мярка 2. Обучение на бизнес общността и местната общност относно концепцията за близост, насърчаване на валорификацията на местните ресурси и местни производители и доставчици, за стимулиране на увеличаването на добавената стойност на местните продукти и услуги.

Мярка 3. Сътрудничество с неправителствени организации за дейности и проекти на местно ниво.

Цели и възможности:

Да се повиши конкурентоспособността и привлекателността на туристическия сектор в трансграничния регион чрез иновативни методи и средства и подкрепа за културните институции, като направи този регион атрактивна туристическа дестинация.

- Развитие на дестинациите чрез насърчаване и развитие на съществуващите културни събития, развитие и създаване на нови продукти и подобряване капацитета на дестинацията;
- Да се привлекат повече туристи, особено в извънпиковите сезони;
- Да се повиши имиджът на дестинацията;
- Привличане на повече посетители и повишаване привлекателността на туристическия продукт;

Măsura nr. 1. Sprijinirea dezvoltării durabile a regiunii prin turism și prin asigurarea unor randamente echitabile, a unei creșteri constante a veniturilor din turism, prin valoare adăugată socială și beneficii pentru toți locuitorii celor trei municipalități;

Măsura nr. 2. Dezvoltarea infrastructurii turistice, asigurarea accesului la destinația turistică;

Măsura nr. 3. Îmbunătățirea bazei materiale și tehnice a turismului din regiune - inclusiv extinderea capacității de paturi de cazare și creșterea categoriei pentru facilitățile de cazare;

Măsura nr. 4. Sprijin pentru stabilirea de parteneriate locale, regionale și internaționale.

Turismul este o activitate care este concentrată în întregime în mâinile sectorului privat. Cu toate acestea, este necesar să se stabilească parteneriate și să se unească eforturile între antreprenorii din sectorul turismului și autoritățile la nivel local și național pentru a atinge obiectivul comun.

Acțiuni posibile:

- Înființarea unui Consiliu municipal pentru turism sau a unei asociații municipale pentru promovarea turismului
- stabilirea unor contacte durabile cu operatorii de turism naționali și internaționali pentru a atrage mai mulți turiști bulgari și străini

Obiectiv specific 3. Utilizarea eficientă a poziției de apropiere față de stațiuni importante de pe litoralul Mării Negre și din Delta Dunării ca sursă de flux turistic;

Măsura nr. 1. Să se desfășoare activități specifice în locațiile stațiunii cu privire la posibilitățile de atragere a fluxului turistic pentru recreere pe termen scurt sau vizite cu caracter cultural-cognitiv și ecoturistice;

Măsura nr. 2. Pentru a stimula dezvoltarea unui proiect țintă, produse și atracțiile turistice, care vizează direct atragerea turiștilor aflați în stațiunile din apropiere în sezonul activ

Măsura nr.3. Stimularea cooperării dintre localitățile respective cu alte municipalitățile de pe litoralul Mării Negre în domeniul turismului și al planificării și dezvoltării unor parteneriate strategice.

Obiectiv specific 4. Îmbunătățirea bazei materiale și tehnice a turismului din regiune.

Măsura nr. 1. Reabilitarea, amenajarea, echiparea resurselor turistice naturale și culturale.

Măsura nr. 2. Asigurarea accesibilității rutiere, pietonale, ecologice și digitale, la obiecte conexe primirii turiștilor.

Măsura nr. 3. Asigurarea ghidajului și îndrumării turiștilor și vizitatorilor pe rutele.

Măsura nr. 4. Crearea de instrumente de stimulare a investițiilor private.

Obiectiv specific 5. Stimularea procesului de dezvoltare a comunității locale și a resurselor umane ce activează în domeniul turismului în regiunea tranfrontalieră-țintă.

Măsura nr. 1. Educarea comunității locale în spiritul unui oraș turistic, a principiilor de primire a turiștilor, de ospitalitate.

Măsura nr. 2. Educarea mediului de afaceri și a comunității locale asupra conceptului de proximitate, de promovare a valorificării resurselor locale și a producătorilor și prestatorilor locali, de stimulare a creșterii valorii adăugate a produselor și serviciilor locale.

Măsura nr. 3. Cooperare cu organizații non-guvernamentale pentru acțiuni și proiecte la nivel local.

Obiective și oportunități:

Creșterea competitivității și atractivității sectorului turistic în regiunea tranfrontalieră prin metode și instrumente inovatoare și sprijin pentru instituțiile culturale, făcând din această regiune o destinație turistică atractivă.

- Dezvoltarea destinațiilor prin promovarea și dezvoltarea evenimentelor culturale existente, dezvoltarea și crearea de noi produse și îmbunătățirea capacității destinației;
- A atrage mai mulți turiști, în special în anotimpurile de vârf;
- Să întreprindă acțiuni pentru creșterea imaginii destinației;
- Atragerea mai multor vizitatori și creșterea atractivității produsului turistic;

VI. СТРАТЕГИЧЕСКИ ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ В ОБЩИНА ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО

При разработването на настоящия документ първоначално е извършена оценка на туристическия потенциал (природни и антропогенни туристически ресурси, материално-техническата база на туризма, туристически организации, човешки ресурси и др.), като изхождайки от нея са идентифицирани в териториален разрез стратегическите туристически локализации (зони и обекти) в региона.

Важна особеност на проучването и разработения стратегически план е тяхната отвореност за допълнения и корекции в зависимост от променливите условия на средата, в която ще бъде реализирана.

Разработеният план се базира и на основните принципи за развитие на туризма на равнище дестинация, а именно:

- Устойчивост. Развитие на туристическите дейности трябва да съчетава в себе си дългосрочна икономическа ефективност с устойчиви практики, щадящи околната среда и социална съвместимост.
- Демократичност. При управлението на дестинацията следва да се използва обществения подход. Необходимо е да се осигури висока степен на участие на местното население в процеса на управлението на дестинацията.
- Местна идентичност. Планирането на туристическото развитие трябва да бъде съобразено и обвързано с основните ценности на обществеността в дестинацията, а така също и с особеностите на развитието на туризма в съответния регион.
- Публично-частно партньорство. Взаимно зачитане и взаимно подпомагане на всички участващи в туристическия процес обществени и частни организации чрез използването на подходящи механизми за коопериране на усилията на локално, национално и международно равнище.
- Осигуряване на надеждно дълготрайно икономическо развитие, предоставящо справедливо разпределени социално-икономически ползи на всички заинтересовани страни.

В тази смисъл устойчив туризъм е туризмът, който взема предвид настоящето и бъдещето си влияние над икономиката, обществото и околната среда. Той е отговорен за задоволяване нуждите на посетителите, туристическата индустрия, природата и общностите, които приемат гости.

1.Обща характеристика на Община Генерал Тошево

Макар да не се определя като регион със значителни от макрогеографска гледна точка рекреационни ресурси, община Генерал Тошево притежава някои уникални сравнителни предимства, които биха могли да превърнат туризма в сериозен източник на допълнителни доходи и заетост на местното население, както и да спомогнат за ефективната диверсификация на почти изцяло земеделския облик на общината. Не трябва да се забравя, че балансираното и съобразено с местните ресурси и възможности развитие на туризма допринася не само за подобряване състоянието на местната икономика, а се явява също средство за постигане по-ефективно опазване на културно-историческото наследство и природните дадености.

Географско положение, граници и големина

Община Генерал Тошево е втората по големина в рамките на Област Добрич. Разположена е в Североизточната част на България. На изток общината граничи с общините Балчик, Каварна и Шабла, на запад с общините Крушари и Добричка, на север - с Република Румъния.

Община Генерал Тошево е част от житницата на България - Добруджа, която се характеризира с плодороден хинтерланд с почвено-климатични условия, благоприятни за развитие на земеделието. Умереният климат, селския пейзаж, близостта до Черно море и големите български и румънски курорти са благоприятни за развитието на туризма.

VI. PLANUL STRATEGIC PENTRU DEZVOLTAREA TURISMULUI DURABIL PE RAZA ORAȘULUI MURFATLAR

1. Privire de ansamblu asupra resurselor turistice în context istoric, etno-folcloric și geografic

Orașul Murfatlar, chiar dacă puțin recunoscut ca destinație turistică, este un obiectiv pe harta marilor descoperiri istorice sau a celor mai renumite zone viticole din România. Prima denumire sub care a fost cunoscută localitatea - Murfatlar, atestată în scris din anul 1855, este de origine otomană, aceasta fiind schimbată în Basarabi și revenind la Murfatlar în decursul ultimului secol și jumătate. Vestigiile arheologice din zona orașului atestă o locuire mult mai veche, cel mai cunoscut fiind Complexul rupestru monahal, format din biserici, chilii, galerii ramificate, morminte săpate în creta Dealului Tîbișir, posibil cel mai important centru creștin timpuriu de pe teritoriul României. Deși nevizitabil, complexul rupestru poate deveni în mod indirect un element turistic de o valoare inestimabilă pentru turismul cultural și cel religios. Conviețuirea de secole a diverselor etnii în Dobrogea și în Murfatlar a creat comunități reziliente și încărcate de legende, folclor și artă populară care constituie o atracție în sine în aceasta zonă.

Odată cu modernizarea regiunii, în special prin construirea primei căi ferate din Dobrogea care să faciliteze comerțul și schimburile prin conectarea Dunării și Mării Negre, apoi a Podului „Carol I” la Cernavodă, dat în exploatare în 1895, Murfatlar s-a găsit pe ruta Cernavodă - Constanța, iar gara construită de compania britanică „Danube and Black Sea Railway Kustendje Harbour Company Limited” (DBSR) se află în funcțiune și astăzi și poate fi vizitată. Deceniile următoare au înregistrat evoluții importante, ducând la dezvoltarea străvechii provincii Dobrogea, iar printre orașele care s-au ridicat într-un interval scurt s-a numărat și Murfatlar. Canalul Dunăre-Marea Neagră, construit în perioada 1949-1953 și inaugurat în 1984, traversează orașul, Portul Murfatlar permite tranzitul de mărfuri vrac, iar o zonă liberă portuară facilitează activități industriale și comerciale legate de transportul naval pe canal.

În tot acest răstimp, dealurile de cretă golașă ale Murfatlarului devin resursă pentru ceea ce va fi una dintre cele mai mari și mai renumite podgorii din România, podgoria Murfatlar, învăluită în legende cu haiduci. Pădurea Fântânița Murfatlar este rezervație naturală din anul 1932 și unul dintre cele mai cunoscute obiective turistice ale orașului Murfatlar. După 1990, orașul Murfatlar se dezvoltă organic, au loc atât investiții publice, cât și private în infrastructura edilitară și turistică, în vederea promovării imaginii orașului și a resurselor turistice interesante, unele chiar unice pe teritoriul României. Orașul Murfatlar se găsește la aproximativ jumătatea distanței nord-sud a Dobrogei, la o distanță de 18 km față de Constanța, și aprox. 200 km față de București.

2. Resursele turistice în orașul Murfatlar. Descrierea resurselor turistice natural.

Resursele naturale de mare atractivitate turistică ale orașului Murfatlar pot constitui o foarte valoroasă bază pentru extinderea activităților de turism locale și transfrontaliere, respectiv pentru ecoturism.

Rezervația Fântânița Murfatlar și Rezervația Naturală „Pădurea Fântânița Murfatlar”

Rezervația Fântânița Murfatlar este un sit de importanță comunitară inclus în rețeaua Natura 2000, care suprapune o arie naturală protejată de interes național, ambele protejând o pădure de înaltă valoare botanică și zoologică, Pădurea Fântânița. Rezervația se găsește în sudul orașului, iar accesul la zona protejată este facil, la intersecția dintre drumul național 22C care leagă Constanța de Murfatlar cu șoseaua Constanța - Ostrov - drumul național 3 (DN 3). Numele de „Fântânița” face referire la unicul izvor permanent din zona protejată.

Zona este străbătută de văi înguste și puțin adânci, iar la bază este limitată de o vale largă, limitrofă fostului Canal de irigație Basarabi - Negru Vodă. Regiunea biogeografică este cea stepică, prezentând pante calcaroase și platoul de deal format din calcare de vârstă sarmațiană acoperite cu un strat de cernoziom. Clima este temperat continentală, cu influențe ale climatului marin.

Rezervația adăpostește peste 500 de specii de plante, caracteristice zonei de sud a Dobrogei, predominând elementele pontice, urmate de cele balcanice, continentale, submediteraneene și eurasiatice. Fauna conține numeroase specii de animale caracteristice zonelor de stepă dobrogeană.

Местна икономика и човешки ресурси

Селско стопанство

Местната икономика е моноструктурна и се отличава със специализация в областта на механизираното селско стопанство, което е благоприятствано от изключително високото почвено плодородие и агроекологичен потенциал. Поради това закономерно в общинския център на община Генерал Тошево е разположен земеделски изследователски център - Добруджанският земеделски институт.

Приоритетно място в композицията на селското стопанство заема земеделието с насоченост към производство на основните земеделски култури - пшеница, царевица и слънчоглед. Място намират и нови агрокултури - разширява се производството на лавандула, маточина. Развива се семепроизводство на пшеница и царевица.

Промишленост

Промишлеността в рамките на изследваната територия е слабо представена, единствено от малки и средни предприятия в преработвателната индустрия, с малки възможности за разрастване и откриване на нови работни места. В община Генерал Тошево представители на тази икономическа дейност са главно предприятия в хранително - преработвателната промишленост, предприятия за производство на ел. инструменти, обувки, градинска мебел и дървени къщи, тухли.

Човешки ресурси

Населението на община Генерал Тошево по данни на НСИ към 31.12.2018 е 13 063 души, а площта на общината е 982 кв. км или средната гъстота на населението е 13,8 души / кв. км. Половината от населението (около 47%) живее в града. Естественят и механичният прираст на населението са отрицателни. В този смисъл интензифицирането на развитието на туризма в община Генерал Тошево ще има благотворно влияние върху миграцията на населението, като ще създаде предпоставки за задържане младото население в рамките на трансграничния регион поради подобрените социално-икономически условия.

2. Туристически ресурси на община Генерал Тошево.

Община Генерал Тошево е разположена в историко-географската област Добруджа, намираща се в Югоизточната част на Румъния и Североизточната част на България. Основна туристическа дестинация се явява Черно море със своите курорти, които липсват на територията на общината, но тяхната близост създава възможности за привличане на посетители и гости на местните забележителности и туристически атракции.

2.1. Природни ресурси

На територията на община Генерал Тошево са разположени следните природни ресурси: Защитена Зона Крайморска Добруджа с площ от 6517,31 ха (от тях 6391,1ха попадат в Община Генерал Тошево); Защитена Зона Росица - Лозница с площ 1812,0 ха, от които 31 % са защитена територия (ЗМ); Защитена Зона Изворово-Краище с площ 1081,5 ха; Защитена Зона Кардам с площ 918,3 ха; Защитена Зона Чаиря с площ 1451,2 ха е включена през 2005 г в списъка на BirdLife International като Орнитологично важно място (ОВМ) за Европа (№ 085), а с Решение № 122 от 2007 г. на Министерския съвет, и под № BG 0002085, е приета за ЗЗ за опазване на дивите птици. Природна забележителност "Арборетум" - гр. Генерал Тошево, Природна забележителност вековно дърво "Летен дъб" - с. Дъбовик; язовир „Дрян“. Тези природни туристически ресурси са добра база за развитието на ловен и екотуризъм.

Най-характерни степни елементи в общината са сухоливадните съобщества и видовете от степната биота. Подчертано природозащитно значение има степният фаунистичен комплекс, и най-вече бозайниците - 3 вида глобално и 2 вида регионално застрашени гризачи и хищници.

Флора и фауна

Съгласно зоогеографското райониране на страната територията на Държавно горско стопанство - "ДГС- Генерал Тошево" ДП попада в Дунавския район на Южната зоографска област. В географско отношение "ДГС -Генерал Тошево" ДП е разположено в източната част на Дунавската равнина. Теренът е равнинен - леко нагънат и слабо наклонен към Черно море.

Speciile rare prezente și enumerate în anexa II a Directivei Consiliului 92/43/CEE privind conservarea habitatelor naturale și a speciilor de faună și floră sălbatică includ mamifere - popândăul european (*Spermophilus citellus*), șoarecele săritor de stepă (*Sicista subtilis*) și dihorul pătat (*Vormela peregusna*), amfibieni și reptile - broasca țestoasă de uscat dobrogeană (*Testudo graeca*) și șarpele cu patru dungi (*Elaphe quatuorlineata*), precum și numeroase nevertebrate. În ce privește plantele enumerate în anexa menționată, în rezervație se găsesc două specii - capul șarpelui (*Echium russicum*) și *Pulsatilla grandis*. La acestea se adaugă alte 69 de specii de plante importante care se găsesc în rezervație.

În cadrul rezervației, infrastructura turistică este relativ dezvoltată, cuprinzând facilități de cazare, de alimentație publică și de agrement minimal, precum și poteci și trasee de drumeție. În acest moment, rezervația este cel mai important obiectiv turistic natural al orașului și zonei Murfatlar, un obiectiv de patrimoniu încadrat într-o zonă mai largă de interes turistic.

Lacul de cretă este foarte puțin cunoscut și, în același timp, unic și extrem de accesibil în peisajul zonei. Lacul s-a format în cuva unei cariere de var și cretă abandonate, având o apă limpede de culoare intensă albastru-turcoaz. Pereții albi, de cretă, care îl înconjoară, și puțină vegetație de stepă îi conferă un pitoresc straniu. Legenda locului spune ca apa lacului își schimbă culoarea după anotimp. Lacul se află la o distanță de aproximativ 1,5 km sud de centrul localității și la 300 de metri sud de Ansamblul rupestru Murfatlar, fiind accesibil parțial cu mașina, de pe șoseaua Constanța - Ostrov - drumul național 3 (DN 3) pe un drum pietruit și accidentat.

Dealurile de cretă acoperite cu viță-de-vie

În sudul Orașului Murfatlar se găsesc coline și dealuri cu înălțimi reduse, de 100-105 m care formează un relief variat și atrăgător. Dealurile sunt formate din straturi de cretă albă care alternează cu straturi subțiri de argilă cenușie. Aceste dealuri au un sol excelent pentru culturile de viță-de-vie care domină peisajul.

3. Descrierea resurselor turistice antropice

Orașul Murfatlar este format din două localități, localitatea urbană Murfatlar și satul Siminoc. Teritoriul localității este secționat brutal de Canalul Dunăre-Marea Neagră, la est-nord-est fiind amplasată cea mai mare parte a orașului, centrul lui administrativ și de servicii comunitare, iar în vestul canalului, zona industrială, o parte rezidențială a orașului și satul Siminoc.

Monumente arheologice și arhitecturale. Complexul rupestru Murfatlar.

La circa 1 km est de centrul orașului Murfatlar, pe malul sudic al Canalului Dunăre-Marea Neagră, se află situl arheologic Murfatlar-Basarabi, un monument unic pe teritoriul României. Ansamblul arheologic, decoperit în anul 1957, este un complex de monumente care formează, pentru arta medievală romanească, cel mai vechi document arhitectural și pictural cunoscut, ale cărui elemente trimit la bisericile rupestre capadociene.

Lăcașul de cult creștin din sec. X-XI este format din bisericuțe, chilii, cripte și morminte, galerii labirintice și locuințe săpate în cretă, fiind în prezent protejat prin lege și clasificat ca monument de interes național.

Monumentul nu este vizitabil, lucrările de conservare actuale fiind minimale, și nici amenajat încât să se asigure protecția vizitatorilor. Valoarea culturală și spirituală a acestui monument permit însă valorificarea lui indirectă, pentru turiști și vizitatori care nu au nevoie de contactul nemijlocit cu obiectul interesului lor.

Suprafața totală a sitului este de aproximativ 3500 mp, cele mai spectaculoase elemente fiind șase bisericuțe cioplite în faleza de cretă a Dealului Tibișir. Pereții sunt decorați cu semne cruciforme și geometrice, cruci cu forme și dimensiuni diferite, imagini umane sau animaliere. De asemenea, apar inscripții runice, nedescifrate, și cuvinte cu caractere paleoslave sau grecești. Inscriptiile descifrate sunt de natura religios-comemorativă. Pe una din bisericuțe apare inscripția cu litere chirilice „leat 6500” - 6500 ani de la facerea lumii, ceea ce înseamnă anul 992 d. Chr., considerat un an de referință pentru datarea ansamblului. Aceste inscripții și motive reprezintă elemente de valoare excepțională pentru cunoașterea culturii epocii, în acea perioadă de cristalizare a poporului român.

В района на горското стопанство са разпространени следните естествено растящи видове цер, летен дъб, благуна, келяв габър, акация, гледичия, космат дъб, мъждрян, явор, сребролистна липа и др. Общата площ на горския фонд възлиза на 15 091 ха. Най-малък дял заема иглолистните гори с 456,8 ха или 3,3% от цялата площ. Най-голям процент от залесената площ заема акацията 32,3%, на второ място е церът с 22.1 %.

На територията се срещат различни видове лечебни растения. Най-често срещаните билки са - хвощ, коприва, овчарска торбичка, горицвет, липа, лайка, бял равнец, бъз, мащерка, риган, цвят и плод от глог, шипка, слез, бръшлян, бял имел, маточина, глухарче, тетра и други.

Видове защитени растения в района на Държавно Горско Стопанство "Генерал Тошево" записани в Червената книга на Република България: приморски триостреник, лесингово коило, твърдолистна песъчарка, изменчива мъдрица, ароматна матиола, татарско зеле, емило попово прозорче, рогоплоден клин, южно чапличе, стенен пащърнак, българско еньовче, кримско зарасличе, украинска коча билка, понтийски пелин, бесарабско глухарче, френска дрипавка.

Най-характерни представители от клас бозайници са: благороден елен, сърна, дива свиня, заек, катерица, вълк, чакал, лисица, дива котка, белка, черен пор, язовец.

От клас птици най-характерни са: гривек, гургулица, гугутка, фазан, полска яребица, пъдпъдък, голяма белочела гъска, зеленоглава патица, голям ястреб, малък ястреб връбчар, бухал, кукумявка, горска ушата сова, кълвач, кълвач, сива врана, сойка, сврака, полска чучулига.

Най-често срещаните представители от клас земноводни са: дъждовник и жаба, а от клас влечуги - шипобедрена костенурка, зелен гущер, обикновена водна змия, смок мишкар, пепелянка и др. В малкото водоеми на територията на стопанството се срещат следните видове риби: шаран, толостолоб, каракуда.

Основни изводи

1. Зоните с най-богато и ценно биоразнообразие са защитени от националното законодателство.
3. Необходимо е да се повиши капацитета на целевата територия за валоризация на природното наследство, в т.ч. и с оглед на бизнес възможностите, които предоставя и създаването на работни места (еко туризъм, интегриран селски туризъм и др.).
4. Сравнително чистата в екологично отношение територия, умереният климат, съхранено биологично разнообразие и селския пейзаж, както близостта на морето са благоприятни за развитието на екологичен, селски, хоби и гурме туризъм.

Антропогенни ресурси

Към антропогенните ресурси на територията на община Генерал Тошево спадат: родната къща на Дора Габе - с. Дъбовик; сградата на читалището в която е разположена Мемориална експозиция "Дора Габе", съдържаща фотографии и лични вещи на поетесата; дендрариум с уникални растителни видове - Добруджанския земеделски институт; училището в с. Красен, построено през 1865 година, в което е работил писателят Йордан Йовков и музейна сбирка; Филиповата кръчма - с. Красен; Църква, открита през 1860 г. - с. Красен; мелница - с. Изворово (в нея се развива драмата „Албена“; исторически музей - гр. Генерал Тошево; останки от крепости при с. Василево, с. Изворово, с. Огражден, с. Преселенци и с. Средина; Каралийския кайнак - с. Изворово.

На територията на общината съществуват недвижими културни ценности по смисъла на Закона за културното наследство. Най-важните от тях са:

- Сградата на Прогимназията, където е учителствал и е бил директор Й. Йовков в с. Красен;
- Кръчмата на Филип Сивков и Слави Божков /Филиповата кръчма/ в с. Красен, където Й. Йовков е написал много от своите произведения;
- Църквата „Свети Кирил и Методий“ в с. Житен;
- Църквата „Света Троица“ в с. Кардам;
- Църквата „Свети Никола“ в с. Красен;
- Църквата „Възнесение Господне“ в с. Спасово и др.

Храмовете на целевата територия служат за задоволяване духовните нужди на населението, но могат да бъдат използвани и като ресурс за развитието на познавателен туризъм. В община Генерал Тошево действат 13 църкви и 5 джамии.

Gara feroviară Murfatlar

Gara feroviară Murfatlar face parte din ansamblul primei linii de cale ferată construită în Dobrogea și, în același timp, în întregul Imperiu Otoman - Dobrogea fiind la respectivul moment sub dominație otomană. Complexul arhitectonic al gării este constituit din două corpuri principale, gara Murfatlar și turnul de apă ce deservea locomotivele cu abur de la începutul secolului al XX-lea, precum și din pompele de apă aferente turnului. Atât gara, cât și turnul, sunt monumente istorice protejate prin lege.

Conacul Kogălniceanu

Conacul Kogălniceanu este unul dintre puținele conace românești din epoca modernă păstrate în Dobrogea până în prezent, fiind declarat monument istoric de interes național. Monumentul este construit în stil eclectic, în a doua jumătate a secolului al XIX-lea. Clădirea prezintă detalii specifice arhitecturii occidentale din secolul al XIX-lea, dar și elemente de influență maură. În prezent, Conacul Kogălniceanu găzduiește o grădiniță, ceea ce îl face nevizitabil.

Patrimoniul construit al orașului Murfatlar include și o serie de case care datează de la sfârșitul sec. XIX - începutul sec. XX, cum ar fi: Casa Stamatopolus (1899), Casa Omer Bechir Bey, precum și alte case considerate valoroase pentru comunitatea locală.

Lăcașuri de cult: Biserica „Nașterea Maicii Domnului” se află pe Strada Matei Corvin, la numărul 3, și are o vechime de peste 100 de ani, fiind inclusă pe lista monumentelor istorice de interes național. Mănăstirea „Sfântul Teotim” este un lăcaș de cult recent, datează din anul 2001, și este ridicată pe Dealul Tibișir, deasupra Ansamblului rupestru Murfatlar. Lăcașuri de cult ridicate în perioada recentă: Biserica nouă „Sf. Împărați Constantin și Elena” Murfatlar, Biserica „Sf. Ierarh Nicolae” în satul Siminoc, Biserica Penticostală „Maranata” Murfatlar, Biserica Creștină Baptistă „Betania” Murfatlar și Geamia.

Centrul vechi al orașului Murfatlar

Centrul vechi reprezintă centrul administrativ al orașului, unde se găsesc clădiri de patrimoniu protejate, de la sfârșitul secolului al XIX-lea - începutul secolului XX: casa Stamatopolus (1899), Conacul Kogălniceanu, casa Omer Bechir Bey, biserica ”Nașterea Maicii Domnului” (1903-1906), precum și gara feroviară și clădiri de patrimoniu cu valoare locală, cum ar fi clădirea Primăriei.

Podgorii și atracții viti-vinicole

Unul dintre cele mai renumite și mai vechi domenii vitivinicole din România, Podgoria Murfatlar, se întinde pe dealurile ce străjuiesc la est orașul, pe o suprafață de circa 3000 hectare. Istoria podgoriei începe din timpuri străvechi - pe numeroase monumente laice și religioase din zonă apărând personaje mitice încoronate cu lăstari și struguri, cu trimitere la cultul lui Dionisos (Bacchus), valorificând, ca și acum, solurile formate pe depozite sarmatice de calcar și expunerea favorabilă a coastelor line de deal cultivate. Podgoria a crescut și s-a dezvoltat atât în urma cercetărilor și investițiilor, precum și prin renumele asociat ulterior momentului în care a primit denumirea de “Via Regală”, ca o recunoaștere a calității vinurilor de către Regele Carol al II-lea, în anul 1939.

Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare pentru Viticultură și Vinificație Murfatlar

Stațiunea de cercetare cu un îndelungat istoric, înființată în anul 1887 pe 4,8 ha, este considerată nucleul actualului centru viticol Murfatlar. Activitatea inițială a stațiunii a fost de pepinieră de arbuști și viță de vie cu rolul de diminuare a efectelor secetei în Dobrogea. În prezent, stațiunea găzduiește evenimente de degustare care se pot integra într-un proiect mai amplu de promovare a turismului oenologic în zona Murfatlar.

Crama “Domeniul Vlădoi”

Crama “Domeniul Vlădoi” este situată în satul Siminoc, ce aparține de orașul Murfatlar, la o distanță de aproximativ 5 kilometri de centrul orașului Murfatlar. Soiurile de viță-de-vie cultivate sunt atât autohtone, cât și internaționale, pentru vinuri albe - Pinot Gris, Sauvignon Blanc, Muscat Ottonel, Chardonnay, Tămâioasă românească, Fetească regală, Riesling italian, iar pentru vinuri roșii - Merlot, Cabernet Sauvignon, Fetească neagră, Syrah. În cadrul Cramei „Domeniul Vlădoi”, se pot face degustări de vinuri și vizite ale cramei și podgoriei.

Музеи и експозиции

Исторически музей в гр. Генерал Тошево - създаден през 2006 г. е сред най-новите музеи в страната. Той е наследник на музейните сбирки в региона, възникнали през втората половина на миналия век. Сега във фондовете му се съхраняват над 10 000 експоната, които са част от културното наследство на Република България. Те са представени в постоянните експозиции на музея в гр. Генерал Тошево и в селата Дъбовик и Красен. Първата от тях проследява богатото археологическо минало на региона, както и живота на добруджанеца от края на XIX и началото на XX в. Специален музеен кът в нея е посветен на ген. Стефан Тошев - командващ III-та българска армия на добруджанския фронт по време на Първата световна война и патрон на града.

Музейна експозиция „Йордан Йовков”, част от Исторически музей Генерал Тошево, се помещава в сградата на училището в с. Красен, построено през 1865 година. В него е работил големият майстор на българския разказ, писателят Йордан Йовков. Не случайно в герба на общината е вплетен един от символите в неговото творчество - бялата лястовица. В същото село се намира и Филипovата кръчма - източник на творчески идеи и колоритни Йовкови прототипи.

Музейна експозиция “Дора Габе”, част от Исторически музей Генерал Тошево, се помещава в сградата на читалището в с. Дъбовик. Тя съдържа уникални лични вещи на голямата българска поетеса и множество фотографии. В близост до родната къща на Дора Габе се намира група вековни дъбове, обявени за защитена територия.

Основни изводи

1. Значителен, но нереализиран в пълна степен е потенциалът на археологическото наследство, като обект на познавателен туризъм, както и като елемент на атрактивна среда за отдих.
2. Липсва необходимата инфраструктура за превръщането на паметниците в обекти на масово посещение - приемна и информационна инфраструктури, благоустрояване, условия за транспортен и пешеходен достъп и пр.
3. Наличен е потенциал за развитие на познавателен и културен туризъм.

Нематериално културно наследство и народни читалища.

Община Генерал Тошево ежегодно провежда културни прояви, чиито организатори са Общината и народните читалища. Читалищната мрежа е основата на културната инфраструктура на общините и развива интензивна културна дейност. В 42-те населени места на общината действат 24 читалища. Към тях функционират 12 школи по изкуства, 37 постоянни колектива и 29 временно действащи, със състав от 479 самодейци. Почти всички читалища имат осигурен достъп до Интернет и го ползват. Пет народни читалища работят по Програма „Глобални библиотеки - България”.

Културен календар

На територията на общината се организират следните културни инициативи и мероприятия:

- Национален конкурс за млада поетеса „Дора Габе” - с. Дъбовик, Община Генерал Тошево.
- Празници на град Генерал Тошево.
- Празници на хумора, Седмица на детската книга и изкуствата за деца.
- Общински фолклорен празник “Цветница”. Великденско добруджанско надсвирване - инструментални групи - гр. Ген.Тошево, Област Добрич.
- Национален конкурс за млади изпълнители „Иван Георгиев” - с. Дъбовик, Община Генерал Тошево.
- Добруджански фолклорен събор „Богородица” - Генерал Тошево.
- Фестивал на градската песен „Подари ми море”. Организатори: Община Генерал Тошево и община Шабла, НЧ „Светлина”.
- Събор на преселените от Северна Добруджа българи в с. Дъбовик.
- Еньовски събор на родовете и традициите „Край язовир Дрян” в с. Красен, “Йовкови празници”; Празници на хляба, житото и Добруджа в с. Спасово.
- „Национален фестивал на лавандулата - Генерал Тошево“.

Monumente de for public

Monumentul Eroilor Murfatlar a fost ridicat în anul 1995 în memoria eroilor care au luptat și s-au jertfit în Primul Război Mondial (1916 - 1918). Monumentul de la Straja, cel mai înalt monument din România, este situat la o distanță de 9 kilometri în sudul orașului Murfatlar. Accesul către monument se poate face fie pe jos, fie cu bicicleta sau cu mașina, pe un drum de piatră. Monumentul are forma unui înger, fiind ridicat în zona fostului sat Straja, căruia îi poartă numele. Satul a fost distrus în perioada comunistă, în vederea construirii Canalului Dunăre-Marea Neagră. Monumentul reprezintă un înger fără aripi și a fost realizat la inițiativa conducerii Uniunii Tineretului Comunist, ca mărturie a muncii și jertfei oamenilor în timpul construcției canalului.

Monumente industriale - Canalul Dunăre-Marea Neagră

Canalul Dunăre-Marea Neagră este unul din cele mai lungi canale navigabile din lume. Canalul leagă portul Cernavodă, de pe Dunăre, de porturile Constanța și Midia Năvodari de la Marea Neagră, scurtând distanța pe Dunăre dintre Cernavodă și Constanța cu aproximativ 400 km. Canalul reprezintă munca colectivă a 30 de institute de cercetare și proiectare, ce înglobează peste 33.500 de proiecte de estimare și construcție detaliate, semnate de peste 1.000 de specialiști.

Evenimente cu potențial turistic

Programele anuale de evenimente de comemorare a eroilor, culturale și religioase, care se organizează în Murfatlar și Siminoc evidențiază atât interesul comunității locale de a organiza, participa și întreține evenimente care o reunesc și îi asigură identitatea, cât și disponibilitatea autorităților și instituțiilor locale de a organiza și cofinanța evenimentele. Ambele aspecte sunt esențiale pentru dezvoltarea și promovare turismului local și transfrontalier.

Acces și infrastructură de transport, infrastructură turistică publică

Poziția privilegiată a orașului Murfatlar, pe ruta București - Constanța, asigură un acces multiplu, prin numeroase tipuri de căi: acces rutier către și dinspre granița româno-bulgară, relația General Toshevo, acces rutier București - Murfatlar și Constanța - Murfatlar, acces rutier multiplu la nivelul litoralului și al celor mai relevante localități - Cernavodă, Mamaia/Năvodari, Mangalia - Eforie, Ostrov / Adamclisi. Accesul aerian este asigurat prin intermediul Aeroportului Internațional Mihail Kogălniceanu, județul Constanța, aflat la circa 40 km de Murfatlar, iar acces feroviar prin intermediul magistralei București - Constanta. Foarte important pentru dezvoltarea turismului, malul Canalului Dunăre-Marea Neagră este dotat cu drum pietruit. Accesul pe cale fluvială este pentru transporturi de marfă.

Infrastructura turistică privată

Orașul Murfatlar este o localitate care, până în prezent, fără a fi o destinație turistică în sine, a constituit fie un punct de oprire pe rutele turistice din județul Constanța, fie o alternativă pentru petrecerea unei zile de odihnă sau de activități sportive, în natură. În acest context, infrastructură privată este insuficient dezvoltată în lipsa unei cereri turistice susținute. Astfel, este cunoscută o singură structură cu funcțiuni de cazare, Popasul *turistic Fântânița*, amplasată în situl Natura 2000 ROSCI0083 Fântânița Murfatlar, la distanța de circa 2 km de centrul orașului și asigurând 32 de locuri de cazare, în 16 camere duble, și un restaurant cu 250 de locuri. În ce privește structurile cu funcțiuni de alimentație publică, mai multe restaurante și terase cu diverse profiluri animă orașul.

Sisteme de informare turistică

Orașul Murfatlar și, mai ales, turiștii, beneficiază de existența Centrului Național de Informare și Promovare Turistică (CNIPT), acreditat în anul 2017, membru în rețeaua națională de centre realizată prin Programul Operațional Regional 2007-2013. Misiunea CNIPT Murfatlar este de a oferi informații și îndrumare gratuite turiștilor și vizitatorilor orașului Murfatlar, fiind implicat inclusiv în organizare de evenimente cu conotații turistice. Centrul dispune de un ghid turistic autorizat.

Sursele online de informare turistică sunt numeroase, trei surse publice realizate și administrate de autoritatea publică locală asigură transparența și deschiderea către potențialii turiști și vizitatori: <http://cniptmurfatlar.ro>, <http://visit-murfatlar.ro>, <http://murfatlar-generaltoshevo.ro>, iar altele, publice și private, le completează.

Основни изводи:

- Необходимост от повишаване туристическия потенциал чрез разработване и предлагане конкурентоспособни туристически продукти на база богатото културно-историческо и природно и наследство;
- Не е използван потенциалът на невидимото /нематериално/ културно наследство;
- Необходимост от културни събития с трансграничен характер за насърчаване нематериалното културно наследство и развитието на туризма;
- Ниска степен на приемственост между поколенията по отношение на културното наследство, традиции и обичаи;
- Богатото културно, историческо и природно наследство не е достатъчно популярно;
- Недостатъчно популяризиране чрез ефективни средства: интернет и визуални медии; Недостатъчен интерес на туроператорите;
- Липсата на споделена визия на партньорите по отношение на туристическите продукти, които те искат да популяризират;

Продуктово предлагане и потенциал за развитие

Антропогенните туристически ресурси на община Генерал Тошево имат, макар и не голям, потенциал при предлагане на туристически продукт. Все още на територията на общината не е достатъчно развит екотуризма и ловния туризъм. Това е породено от факта, че липсва информация за развитие на екотуризъм и ловния туризъм и съответно местните общности не са информирани за ценността на природните ресурси. Недостатъчен е броя на квалифицираните кадри.

На територията на общината съществуват предпоставки за развитие и на селски туризъм, който дава възможност за опазване и опознаване на фолклора, традициите, религията и бита на населението.

Акценти при създаване на позитивен образ на община Генерал Тошево ив сферата на туризма:

- Нужно е привличането на туристи от по-младите възрастови групи. Те най-лесно приемат предизвикателствата в модерния свят и се вписват в него. Те са тези, които могат да представят общините като модерни и същевременно да начертаят визията за бъдещото им развитие. Това разбира се не трябва да се приема като противопоставяне на поколенията.
- Образът на община Генерал Тошево трябва да има връзка с останалата част от страната, Европа и света. Културните събития провеждани на територията на общината, трябва да са част от културните събития характерни за Добруджа.
- На базата на местния фолклор, може да бъде изтъкната уникалността и различността на общината. Поднасянето на дадена фолклорна традиция, трябва да бъде направено по начин, достъпен за пресъздаването ѝ от самите туристи.
- Друг носител на позитивни емоции е природата на общината. Подходяща е за практикуване на екотуризъм и ловен туризъм.
- Световната практика доказва, че продуктът е най-добрата марка. В този смисъл общината трябва да насочи своето усилие, не към излъчване на образа на марката, а към постоянното ѝ присъствие на националните и европейски пазари.

Заинтересованите страни в сферата на туризма на територията на община Генерал Тошево трябва да използват възможностите за участия в национални и международни туристически изложения.

Тенденции в рекламата на туризма на територията на община Генерал Тошево

Рекламата се явява всяка платена форма на контролируемо въздействие, осъществявано чрез средствата за масова комуникация, на представяне и налагане на стоки или услуги в интерес на явен източник. Тя е един от ключовите инструменти (наред с качеството и цената) за постигане на конкурентоспособност на предлагания туристически продукт на община Генерал Тошево. При нейното прилагане не трябва да се пренебрегват няколко важни факта. Първо според жизненият цикъл на продукта, тя бива: **въвеждаща; поддържаща; напомняща.**

CEREREA ȘI OFERTA TURISTICĂ ÎN ORAȘUL MURFATLAR ȘI ZONA SA DE INFLUENȚĂ

Profilul turistic al orașului Murfatlar și al zonei sale de influență

Orașul Murfatlar este un centru urban, în continuă dezvoltare, ce devine din ce în ce mai atractiv pe fondul investițiilor publice și private, precum și ca urmare a absorbției de fonduri europene, fiind, astfel, esențială abordarea profilului turistic din dublă perspectivă: turism urban și în natură.

Murfatlar se poate constitui ca destinație de turism în natură, prin valorificarea resurselor existente în oraș: Rezervația naturală „Fântânița Murfatlar”, echipată pentru primirea turiștilor și având un mare potențial de dezvoltare, și peisajul inedit creat de dealurile de cretă acoperite cu viță-de-vie și Lacul de cretă. La nivel de oraș, resursele cu semnificație istorică și culturală locală sau națională pot constitui vectorii turismului urban: Ansamblul rupestru Murfatlar, Biserica „Nașterea Maicii Domnului” și alte lăcașuri de cult, Conacul Kogălniceanu, Gara feroviară Murfatlar, Canalul Dunăre-Marea Neagră etc. Dar ceea ce constituie renumele la nivel național și nu numai a orașului Murfatlar, este conexiunea acestuia cu vinul de Murfatlar, unul din cele mai apreciate vinuri din România, cu o îndelungată istorie, cu legende și resurse consistente.

Acesta poate constitui un liant între cele două tipuri de turism: urban și natural, prin favorizarea unor experiențe culturale și culinare vernaculare, specifice zonei de influență a orașului Murfatlar, în cadrul Punctului turistic Murfatlar, al Cramei „Domeniul Vlădoi” sau Stațiunii de Cercetare-Dezvoltare Viti-Vinicola Murfatlar.

Repere statistice privind cererea turistică

Statisticile prelucrate se referă la perioada 2013-2017, unde anul 2017 este cel mai recent an pentru care sunt disponibile cifre. Astfel, s-a putut constata faptul ca numărul mediu al angajații declarați ca lucrând în acest sector, respectiv al hotelurilor și altor facilități de cazare, restaurantelor și altor activități de alimentație publică, precum și activităților sportive și de recreere, este relativ constant în perioada analizată, ceea ce indică o dinamică scăzută a sectorului. În ce privește numărul întreprinderilor care au ca activitate principală hoteluri și alte facilități de cazare, restaurante și alte activități de alimentație publică și activități sportive și de recreere, acesta, deși redus și fluctuant, este într-o ușoară creștere în perioada analizată.

Tipuri de turism practicabile în orașul Murfatlar

Plecând de la segmentarea majoră a orașului în două zone distincte, așezate la est și la vest de Canalul Dunăre-Marea Neagră, s-a optat pentru o analiză atât separată a celor două zone, cât și a orașului, în întregime, astfel încât valorificarea elementelor turistice să fie la capacitate maximă, prin tipuri diferite de turism:

- Zona de est a orașului Murfatlar: turism cultural și turism de cunoaștere sau tehnico-științific
- Zona de vest a orașului Murfatlar: turism în natură și turism cultural, într-o etapă viitoare
- La nivel de oraș: turism viti-vinicol și de cunoaștere.

Factori de influență cu impact pozitiv și negativ

1. **Mediul politico-legislativ:** anumiți factori politici și guvernamentali pot avea o importanță semnificativă asupra modului în care cererea pentru servicii de turism evoluează pe plan intern și transfrontalier: legislația în sectorul transporturilor, reglementările de clasificare turistică, autorizare și control, sistemele de rezervare on-line, reglementări locale etc.
2. **Mediul economic:** factorii de influență a comportamentului de consum sunt numeroși, iar dintre cei mai importanți se menționează disponibilitatea creditelor și rata dobânzilor, cursul de schimb valutar, creșterea și stabilitatea economică și rata inflației, precum și structura economică a industriilor relevante turismului și profitabilitatea lor (costul capacității de cazare, costul călătoriilor etc).
3. **Mediul socio-cultural:** principalele schimbări socio-culturale care influențează cererea în domeniul turismului sunt schimbările în structura familiei, structura vârstei, stilul de viață, atitudinii față de calitatea vieții, gradul de școlarizare.
4. **Mediul tehnologic, dotarea în infrastructură:** dezvoltările tehnologice, în special telecomunicațiile, accesul la infrastructura locală de petrecere a timpului liber etc.

Това трябва да се има в предвид при стартирането на рекламната кампания на туристическите продукти предлагани на територията на общината. Също така не трябва да се пренебрегва факта, че в зависимост от комуникационния канал и използваните рекламни средства рекламата в туристическата индустрия се различава съществено от рекламата на останалите стоки и услуги. Важно място заемат рекламните комуникации в електронните медии, печата.

Поради факта, че рекламата в туристическата индустрия може да се класифицира и според своя обхват, а именно:

- местна - провежда се в определен регион или отделно населено място;
- национална - в рамките на цялата страна
- международна,

това трябва да бъде отчетено от заинтересованите страни в сферата на туризма на територията на общината и техните усилия да бъдат насочени към тези три нива.

Тенденции и възможности за малките предприятия в сферата на туризма в община Генерал Тошево

Тъй като туризмът се разглежда като традиционно печеливш отрасъл с висок потенциал за развитие, той е определен за приоритетен отрасъл в страната на правителствено ниво. На тази база и поради факта, че община Генерал Тошево има, макар и малък, туристически потенциал може да се заключи, че този сектор на икономиката би могъл да бъде подпомагащ при развитието на общината. Основните предизвикателства, стоящи пред туризма в общината могат да бъдат обобщени в следните групи:

- подобряване на инфраструктурата
- създаване на условия за целогодишен туризъм
- подобряване качеството на обслужване
- определяне на уникалността.
- инвентаризация на туристическите продукти.

Основни изводи

Въпреки наличието на множество предпоставки за ефективно развитие на туризма в община Генерал Тошево, идентифицираме следните ключови предизвикателства, които изискват целенасочени действия от всички заинтересовани страни:

- Подновяване на вътрешната водопроводна мрежа и доизграждане на канализационните мрежи в отделните населени места, да се осигурят нормални условия за живот на местното население, както и съвременни условия за пребиване на туристите, адекватни на европейските изисквания.
- Ремонт на общинските пътища, които са в средно и лошо техническо състояние, както и редовни инвестиции в цялостната пътна инфраструктура, което е важно условия за привличане на туристи в общината.
- Подобряване качеството и сигурността на електрозахранването и повишаване на енергийната ефективност в публичния и частния сектор.
- Изграждане на по-ефективна система за управление на отпадъците, съобразена с всички законови изисквания и европейски стандарти.
- Инвестиране в информационната и комуникационната инфраструктура в общината. Превръщане на община Генерал Тошево в съвременна е-община.
- Разширяване и реконструкция на наличната спортна инфраструктура.
- Ефективен маркетинг на община Генерал Тошево и нейните природни и антропологични ресурси.
- Търсене на подходящи общини - партньори в страната и чужбина с цел създаване на ефективен туристически клъстер.
- Активно управление на общинската собственост за осигуряване на средства за активна инвестиционна политика на общината, развитие на ефективни публично-частни партньорства, както и осигуряване на съфинансиране за изпълнение на значими проекти за решаване на общинските проблеми с европейски средства.

Părțile interesate (stakeholderi)

Conform Organizației Mondiale pentru Turism, planificarea și dezvoltarea turismului durabil pot fi influențate direct și indirect de o serie de stakeholderi care joacă o mare varietate de roluri, iar uneori pot avea scopuri și obiective concurente. Implicarea lor cu succes în dezvoltarea unui turism sustenabil, în întregul proces de decizie prin care se planifică, implementează și valorifică contextul turistic local și, în acest caz, transfrontalier, este esențială.

ANALIZA SWOT A ACTIVITĂȚILOR DE TURISM ÎN ORAȘUL MURFATLAR

Puncte forte	Puncte slabe
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Acordul general al comunității locale, inclusiv al mediului de afaceri, asupra nevoii de a dezvolta turismul; ▪ Identificarea orașului Murfatlar cu locul de origine a vinurilor omonime, de reputație națională; ▪ Existența unui mix de resurse turistice sau cu potențial turistic, de categorii diferite, distincte și/sau complementare, care, valorificate creativ în produse turistice complementare pot adresa categorii de turiști cu interese diferite și, în timp, poziționa orașul Murfatlar pe traseele turistice locale și transfrontaliere; ▪ Natură relativ intactă, rezervații naturale, favorabile dezvoltării eco-turismului. Peisaje plăcute privirii; ▪ Autoritățile locale dispuse să coordoneze dezvoltarea sectorului de turism local și să investească în dezvoltarea turismului local; ▪ Existența infrastructurii de acces diversificate; ▪ Existența unui sistem perfectibil de marcare și îndrumare pe teren; ▪ Existența sistemelor de informare turistică publică: CNIPT, site-uri de web dedicate; ▪ Existența unei baze de date cu informații turistice la nivelul zonei Murfatlar; ▪ Vizibilitatea mare asupra principalelor resurse turistice vizitabile sau cu potențial; ▪ Resurse și implicare benevolă a comunității locale în perpetuarea moștenirii culturale mobile; ▪ Conștiința colectivă locală ancorată în elementele de identitate locală. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Turismul nu este perceput ca o sursă de venituri locale cu o pondere semnificativă în economia locală; ▪ Sezonul estival în scădere ca durată; ▪ Investițiile publice turistice vulnerabile în lipsa unui sistem de pază și securitate; ▪ Lipsa investițiilor în crearea de resurse turistice noi, complementare celor existente; ▪ Insuficienta punere în valoare a monumentelor istorice; ▪ Acces dificil către unele resurse turistice culturale și naturale, lipsa signalisticii; ▪ Lipsa unor studii de marketing turistic; ▪ Lipsa materialelor de informare și promovare; ▪ Lipsa unor magazine specializate pe produsele locale, în special pe vinurile cu D.O.C. Murfatlar; ▪ Dinamica negativă a investițiilor private direct sau indirect legate de turism; ▪ Slaba ofertă turistică punctuală sau completă, de itinerarii turistice organizate și de dezvoltare a serviciilor extra-hoteliere conexe; ▪ Lipsa promovării prin mari evenimente turistice, dedicate în exclusivitate marilor atracții turistice - activitățile viti-vinicole, multiculturalism; ▪ Capacitate de cazare insuficientă, corelată cu o cerere scăzută; ▪ Lipsa educației asupra conceptelor de turism durabil; ▪ Tendința migraționistă a forței de muncă calificate; ▪ Lipsa unei oferte de servicii turistice corerente și permanente; ▪ Transportul public ținut către resursele turistice inexistent; ▪ Ineficienta ecologizare a zonelor turistice.

Туристическа и спортна инфраструктура

Заведения за подслон

На територията на община Генерал Тошево са разположени 4 хотела - „Петерс“, „Дияна“, „Тасос“, „Узунов Палас“ и къмпинг в с. Красен.. В село Красен има сграда с хотелска част на фирма „Братя Алексиеви“. В селата Дъбовик и Калина има къщи за гости.

Заведения за хранене и развлечения

На територията на община Генерал Тошево функционират ресторантите “Узунов“, „Петерс“ (към едноименния хотел), „Вълев“, „Добруджански рай“ и др. Към хотелската част на фирма „Братя Алексиеви“ има функционираща трапезария. В с. Дъбовик и с. Малина (в къщите за селски туризъм) се предлага типична добруджанска кухня.

Съоръжения за спорт и възстановяване

В общинския център Генерал Тошево и селата има изградена мрежа от спортен клуб по тенис на маса, спортни клубове по волейбол и баскетбол, клуб по конен спорт, клуб по силов трибой, три футболни клуба, туристическо дружество и др. Генерал Тошево е домакин на национални турнири по баскетбол и тенис на маса. Реконструиран е градския стадион и изградена спортна площадка за футбол на малки врати. В градския парк функционират басейн и баскетболно игрище. В град Генерал Тошево и с. Кардам има бази за конен спорт.

Нарастващата тенденция в областта на туризма и свободното време е, че все по-голям брой хора са склонни да търсят повече преживявания, в които активно да вземат участие. Тези хора вече не са удовлетворени от това само да разглеждат дестинацията и желаят по някакъв начин да бъдат въввлечени в туристическите атракции. Специалните събития, особено фестивалите и панаирите, предоставят възможност на туристите да участват активно в тях. Това участие може да бъде изразено под много форми, включително дегустация на местни продукти и участието в игри и дейности, съобразени с темата на събитието.

Така например традиционния фестивал „Богородица“ в Генерал Тошево и други събития от културния календар могат да бъдат ориентирани към типа „Хоби турист“, с интереси свързани с природата, спецификата на местното-кулинарно майсторство, история, фолклор.

Събитийният туризъм е съществена и нарастваща пазарна ниша за дестинациите. Той е уникален с възможността си да привлича голям брой туристи в т.ч. и такива с високи доходи. С правилната визия и план при организирането, събитийният туризъм може да донесе големи ползи на местните жители, включително иновации, нови и по-ефективни съоръжения, повече забавления и възможности и обществен просперитет.

Събитийният /фестивален и културен/ туризъм е сектор, който разполага с всички възможности за разработването на имиджа на туристическата област или дестинацията. Събитията могат да бъдат ефективен ресурс за привличане на различни сегменти от посетители, в зависимост от вида на планираното събитие и качеството на неговото популяризиране.

- Да се привличат хора, които иначе не биха посетили дестинацията, защото смятат, че тя сама по себе си не е интересна;
- Да се насърчи повторното посещение;
- Да се насърчи по-дългия престой;
- Да се привличат целеви групи за специални събития /фестивали, панаири/.

Основни изводи

1. Природните и антропогенните туристически ресурси на община Генерал Тошево имат, макар и не голям, потенциал да бъдат разработени като туристически продукти.
2. Акцент следва да се постави на развитието, на така наречения „събитийен“ туризъм - посещение на фестивали, панаири.
3. Все още на територията на общината не са достатъчно развити екотуризмът и ловният туризъм. Това е породено от факта, че липсва информация. На територията на общината съществуват предпоставки за развитие и на селски и „бавен“ (слоу) туризъм, които дават възможност за опазване и опознаване на фолклора, традициите, природата, религията и бита на населението.

Oportunități	Amenințări
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Existența cadrului strategic - Master Planului de Dezvoltare a Turismului în România, Strategia de Dezvoltare Locală a orașului Murfatlar; ▪ Cadrul instituțional pentru cooperare regională și interregională funcțional; ▪ Turismul în creștere pe fondul politicilor publice de stimulare a turismului intern; ▪ Tendințele documentate statistic și științific privind interesul în creștere față de turismul de cunoaștere, ecoturism, zone ne-explorate și ne-exploatate turistic; ▪ Interes crescut al turiștilor pentru descoperirea și vizitarea de noi zone turistice, extra-litorale; ▪ Existența surselor de finanțare externă pentru investiții publice și private cu conotație turistică sau direct turistică. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Competiție puternică la nivel de destinație turistică internă și externă la prețuri similare și condiții superioare; ▪ Proprietarii și custozii obiectivelor turistice întârzie să investească în reabilitarea / conservarea / valorificarea lor; ▪ Amenințări datorate schimbărilor climatice și poluării mediului; ▪ Mediu fiscal și legislativ descurajează angajarea unor investiții de amploare în domeniul turistic; ▪ Modificarea politicilor publice de stimulare a turismului intern și scăderea interesului turiștilor pentru destinații tinere; ▪ Îmbunătățirea mai rapidă a standardelor de calitate a ofertelor turistice din țările vecine direct concurente.

ORAȘUL MURFATLAR. POTENȚIAL TURISTIC ȘI OPORTUNITĂȚI DE DEZVOLTARE A TURISMULUI

Orașul are o poziție privilegiată față de principala piață pentru vizitatorii și turiștii interni, respectiv litoralul Mării Negre, dar și față de granița româno-bulgară, pentru turismul transfrontalier, fiind amplasat pe traseele turistice importante din județul Constanța. Această poziție este consolidată de accesul foarte facil care se face către și dinspre Murfatlar, pe cale rutieră și feroviară, indirect aeriană, pe direcțiile cele mai importante: București și Constanța, Bulgaria - către General Toshevo, în interiorul județului către Adamclisi - Ostrov și Bulgaria - Silistra, Cernavodă - malul Dunării, local pe malul Canalului Dunăre-Marea Neagră și, pe drumuri private, pe dealurile și colinele orașului.

Odată ajunși la destinație, în orașul Murfatlar, turiștii sunt primiți cu atracții și obiective turistice complexe: arii naturale protejate, de interes european, ca Fântânița Murfatlar, și un sit cultural unic în țară, Complexul rupestru monahal. Aceste două vârfuri de patrimoniu natural și cultural sunt însă cuprinse în țesătura urbană și turistică deloc săracă a orașului - locuri inedite în natură, peisaje plăcute privirii, monumente istorice, arhitecturale, tehnice și de for public. Întreg acest patrimoniu este absorbit de renumele pe care și l-a făcut orașul Murfatlar în peste o sută de ani, de centru vitivinicol de excepție, cu o îndelungată istorie și produse de înaltă calitate, la standarde internaționale. Mai mult, comunitatea locală își prețuiește și celebrează identitatea multiculturală, iar viața culturală și socială a orașului o ilustrează prin nenumărate evenimente și referințe la amalgamul de etnii și istoria locului.

VII. PROPUNERI DE DEZVOLTARE A PUNCTELOR DE ATRACȚIE TURISTICĂ EXISTENTE ÎN ORAȘUL MURFATLAR

Rezervația Fântânița Murfatlar

Amenajarea generală a pădurii - zona dedicată activităților turistice

1. Identificarea de trasee pentru drumeții, verificarea siguranței lor, inclusiv în ce privește riscul apariției de animale sălbatice. Amenajare și marcarea traseelor cu panouri informative hands-on, pentru drumeții și cicloturism sau alte forme de turism de aventură, amenajarea de locuri de odihnă, amenajarea de rampe pentru cărucioare de copii și cărucioare pentru persoane cu dizabilități, echipare cu rasteluri pentru biciclete, coșuri de gunoi și toalete ecologice etc.
2. Marcarea și prezentarea zonelor cu concentrare mare de specii protejate, panouri educative, marcarea izvorului Fântânița;
3. Realizarea de foioșoare și turnuri de observație - birdwatching, belvedere, amenajare zone de picnic și campare și echipare corespunzătoare.

3. Силни и слаби страни, възможности и заплахи пред развитието на туризма в община Генерал Тошево - SWOT Анализ.

SWOT анализът е разработен за постигане на следните цели:

- синтезирано представяне на една комплексна картина на състоянието на туризма в общината;
- изграждане на предварителна представа за решимостта на разкритите проблеми;
- насочване към приоритетни сфери на развитие;
- насочване към приоритетни проблеми за решаване.

SWOT-анализ

Силни страни	Слаби страни
<ol style="list-style-type: none"> 1. Благоприятно транспортно-географско положение, наличие на автобусна и железопътна връзка с големите градове и черноморските комплекси. 2. Развити транспортни връзки на областните центрове Констанца и Добрич, респ. Черноморското крайбрежие. 3. Красива и сравнително чиста околна среда, както и благоприятен климат. Добро общо състояние на околната среда в трансграничния регион. 4. Богато културно-историческо наследство с регионално и национално значение, съхранени бит, традиции и занаяти; Автентичност на региона, (исторически и архитектурно-етнографски обекти, църкви). 5. Богато съчетание на природни ресурси (съхранена природа и пейзаж; наличие на защитени територии; развити структури на ловно и горско стопанство). 6. Наличие на антропогенни, природни и туристически ресурси за развитие на екотуризъм, селски и гурме туризъм, краткотраен седмичен отдих, риболовен и ловен туризъм, фото и хоби туризъм, културен, религиозен, събитийен и др.: <ul style="list-style-type: none"> ➤ добре изградена мрежа от защитени природни територии и зони по Natura 2000 със значително биологично и ландшафтно разнообразие; ➤ културно-историческото наследство благоприятства развитието на културно-познавателен, селски, религиозен и др. ➤ съхранени бит, традиции и занаяти; ➤ вкусна местна кухня, атрактивни вина и ракии от региона; ➤ значими периодични прояви и празници в културния календар. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Лошо техническо състояние на значителна част от общинската пътна инфраструктура. 2. Територията изпълнява функциите на транзитна територия и хинтерланд, подпомагащ туристическото развитие на черноморско крайбрежие. 3. Отдалеченост от международните летища и затруднена достъпност с обществен транспорт. 4. Недостатъчно развита урбанистична среда и в голямата си част зле поддържана базисна инфраструктура. 5. Наличие на териториални диспропорции в наличния потенциал за развитие на туризма. 6. Липса на маркетинг и реклама за популяризиране на региона като дестинация за алтернативен туризъм на местния и чуждестранния пазар. Липса на единна информационна система в областта на туризма; 7. Липса на предлагане на пакет за комплексна туристическа услуга, който да задържа посетителите за повече време. 8. По капацитет и качество голяма част от материално-техническата база за развитие на туризма не съответства на съвременните изисквания за комфорт; 9. Неблагоприятна възрастова структура; Население с ниска степен на образователно и квалификационно равнище; Миграция на младите хора към развитите градове в страната. 10. Туристическият потенциал не се използва пълноценно, поради липсата на комплексен туристически продукт и слабия интерес от страна на туроператорските фирми; 11. Недостатъчна работа за популяризиране туристическия продукт

Propuneri de dezvoltare a facilităților private

1. Parc aventura Fântânița

Trasee de tiroliene

- Trasee de tiroliene pentru copii, tineri și adulți, cu dificultăți progresive, ce pot traversa diferite obstacole, naturale sau artificiale.
- Traseele sunt compuse dintr-o serie de elemente suspendate la diferite înălțimi, asigurate pentru siguranța utilizatorului, și care se parcurg folosindu-se un echipament de protecție special, prin traversare sau cățărare, în urma unui ghidaj.

Centre de închieriere de biciclete și alte materiale care să sporească interesul în vizitarea pădurii și petrecerea uneia sau a mai multor zile în Murfatlar.

2. Centre de wellness sau sănătate

Tinând cont de gradul de sălbăticie a pădurii și în măsura în care zonele tampon ale rezervației permite, se pot dezvolta centre de wellness și de sănătate care să mizeze pe contactul nemijlocit cu natura, atât în scopul stării de bine, cât și al prevenției și tratamentului de boli. Acesta este contextul pe care poate fi construită o activitate turistică sustenabilă, valoroasă, o alternativă sau un intermezzo de tip „Wanderlust” la oferta de litoral.

Cu o condiție: investiții în infrastructura turistică de punere în valoare a acestor resurse turistice excepționale, atât din partea autorităților publice, cât și a proprietarilor privați, investiții în soluții captivante și ingenioase pentru valorificarea resurselor nevizitabile pe termen lung, facilitarea investițiilor în infrastructura de primire a turiștilor, facilitarea implicării comunității locale și trecerea la o atitudine proactivă și energică de deschidere a orașului și contopire a lui cu fluxurile de turiști și vizitatori curioși și încântați, care colindă locurile dobrogene, pe ambele părți ale graniței româno-bulgare.

Lacul de cretă

- Amenajarea căilor de acces, a aleilor de plimbare și locurilor de odihnă cu umbrare în jurul lacului, împrejmuirea de siguranță a lacului, panouri informative asupra caracteristicilor lacului, date privind suprafața, adâncimea, tuneluri submerse etc.

Dealurile de cretă

- Amenajarea drumurilor și aleilor de acces și plimbare pe dealuri, acolo unde este posibil, cu panouri informative, locuri de odihnă la umbră sau cu umbrare și, dacă relieful permite, locuri de joacă pentru copii, echipare cu rasteluri pentru biciclete, coșuri de gunoi, etc.
- Construirea a două turnuri de belvedere pe teren public sau cu acceptul proprietarilor privați (Deal Tibișir), echipate cu binocluri ancorate.

Podgorii și atracții viti-vinicole

Propunerile stau la baza viitorului produs turistic „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”, descris la Cap. XI.2. *Produse turistice în orașul Murfatlar*.

1. Amenajarea unui Muzeu public al viei și vinului Murfatlar

Un Muzeu al viei și vinului Murfatlar este un element care va statua poziția la care aspiră orașul - de capitala a D.O.C. Murfatlar, este nucleul dur în jurul căruia vor gravita evenimente, acțiuni științifice și tehnice, târguri de profil și, în general, activitățile urbane care vor face parte din produsul turistic „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”.

2. Traseul vinului D.O.C. Murfatlar

Stimularea organizării unui traseu al vinului D.O.C. Murfatlar, cel puțin pe teritoriul orașului Murfatlar într-o primă etapă, ulterior în întregul areal de D.O.C. Murfatlar, prin colaborarea cu Punctul Turistic Murfatlar, Domeniul Vlădoi, Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare a Viti-viniculturii Murfatlar și, preferabil, Complexul turistic Fântânița ca palier independent de reunire a diversilor producători de vinuri cu D.O.C. Murfatlar. Se recomandă implicarea micilor producători și a comunității locale. Traseul va fi promovat în comun, iar mass-media și agențiile de voiaj care vând excursii și evenimente în județ, pe litoral și nu numai, vor fi invitate periodic la tururi de recunoaștere, apreciere și consultare în vederea îmbunătățirii traseului.

Силни страни	Слаби страни
<p>7. Туризмът (предимно екологичен, културно-познавателен, събитийен, селски и „слоу туризъм“) е сред декларираните приоритети на местната администрация.</p> <p>8. Развита селищна мрежа със силно изявен общински център.</p> <p>9. Значителен опит и капацитет на общинската администрация за подготовка и реализация на проекти с европейско финансиране.</p> <p>10. Инвестиции за подобряване на инфраструктурата и качеството на съществуващата база, съобразено с по-високи стандарт и изискванията на туристите и гостите на общината.</p> <p>11. Сътрудничество със съседните морски общини - Балчик, Каварна, Шабла, както и с общини от Румъния, Украйна и Италия.</p> <p>12. Наличие на стратегии на общините, насочени към устойчиво социално-икономическо развитие и туризъм.</p> <p>13. Осъзната необходимост в общините за обединяване на усилия и ресурси за създаване на съвместни туристически продукти и техния маркетинг и реклама в страната и чужбина.</p>	<p>12. Кадрови проблеми в управлението на туризма и обслужването на туристите: недостиг на местни експерти, работещи в областта на туризма;</p> <p>13. Все още не е изграден имиджът на целевия регион като цялостна туристическа дестинация, предлагаща продукти на алтернативния туризъм - няма “идентифицирана марка” .</p> <p>14. Не е достатъчна рекламата на българския, румънския и международния туристически пазари чрез участие в туристически борси, чрез изпращане рекламни материали на международни туристически изложения, чрез директен маркетинг и др.; недостатъчна ефективност на рекламните и промоционалните кампании.</p> <p>15. Неразвити електронни услуги за предоставяне на качествено обслужване на гражданите и бизнеса.</p> <p>16. Недостатъчно използване на партньорството със съседни общини за търсене на възможности за цялостно развитие на региона.</p> <p>17. Неизградена система за мониторинг на индикаторите за устойчиво развитие на туризма и неговите въздействия.</p>

Възможности	Заплахи
<p>1. Близостта до големия туристически пазар на Черноморието позволява включването на целевия регион в общ туристически продукт с акценти върху културно-историческия, екологичния и селския туризъм.</p> <p>2. Насочване на транзитните посетители и почиващите по курортите към предложения за дейности и тематични турове в региона.</p> <p>3. Разширяването и подобряването на състоянието на базисната и специализираната туристическа инфраструктура чрез привличане на инвестиции ще стимулира развитието като туристическа дестинация.</p> <p>4. Създаване на благоприятна бизнес среда с всички инструменти на местното самоуправление за насърчване създаването и развитието на жизнеспособни малки и средни предприятия в туристическия сектор и другите съпътстващи сектори - търговия и услуги.</p>	<p>1. Влошаване на демографската ситуация. Застаряващо население и мигриращи млади хора.</p> <p>2. Задълбочаващи се промени в климата и глобалното затопляне.</p> <p>3. Форсмажорни обстоятелства като природни бедствия, болести и терористични атаки.</p> <p>4. Замърсяване на околната среда, влошаване качествата на природната и социалната среда в резултат на туристическото развитие, безразборно изсичане на горите, неблагоприятни последици от климатичните промени.</p> <p>5. Ниска квалификация и липса на основни познания за туризма сред заетите в туристическия бранш и тези, които тепърва стартират собствен бизнес.</p> <p>6. Ниско ниво на обслужване съчетано с ниските цени като основен маркетингов инструмент правят особено трудна промяната в имиджа на туристическата дестинация.</p>

3. Evenimentul „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”

Eveniment exclusiv dedicat viti-viniculturii, ce va deveni cel mai important eveniment local, anual, recognoscibil în timp de turiștii interesați de vitivinicultură și gastronomie, de natură și cultură dobrogeană la nivel transfrontalier și din întreaga țară, de toți turiștii de pe litoral, din orașele apropiate graniței româno-bulgare și Constanța, București. Colaborarea cu patronate din turism și patronate viti-vinicole, cu cramele din zona D.O.C. Murfatlar este esențială pentru asigurarea unui standard internațional pentru eveniment.

4. Marcarea și promovarea orașului Murfatlar ca portal al viti-viniculturii Murfatlar

Se propune plasarea de panouri, hărți, indicatoare legate de viti-vinicultura Murfatlar. De asemenea, se propune producerea de materiale de promovare - pliante, hărți, cărți poștale, suveniruri etc. Autoritatea locală va demara această acțiune și va încuraja producătorii și alte puncte de contact cu turiștii să pună în vânzare materialele de promovare și suveniruri dedicate.

5. Concept și realizare stand mobil vinuri

Se propune realizarea unui stand mobil de promovare a vinurilor produse în zona orașului Murfatlar care va putea fi expus la evenimente din zonă sau chiar naționale, de tip târguri de turism, cu specific agricol, dar și cultural.

6. Sub-grupul de lucru „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”

Inițierea unei colaborări în scop turistic pentru poziționarea orașului Murfatlar pe harta marilor destinații eonologice din România, prin crearea unui grup de lucru coordonat de autoritatea locală, direct și cu participarea Centrului Național de Informare Promovare Turistică Murfatlar. La inițierea grupului de lucru, scopul, obiectivele și programul acestuia trebuie transmise potențialilor membri și propus un mod de lucru concret care să motiveze participarea la grup. Posibili membri: Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare a Viti-viniculturii Murfatlar, Domeniul Vlădoi, Punctul Turistic Murfatlar, Crama Trantu - Vinex Murfatlar (Cernavodă), Domeniul Bogdan (Peștera), Crama Gabai (Valu lui Traian), Crama Rasova etc. Implicarea a cel puțin doi experți independenți de membrii grupului de lucru - un expert în vinuri și un expert în turism eonologic.

Propuneri de dezvoltare a facilităților private

1. Rețea de mici magazine dedicate exclusiv vinurilor de Murfatlar
2. Centru Wine SPA Murfatlar

Sunt binecunoscute beneficiile aduse de struguri și de produsele pe bază de struguri și vin asupra stării de bine și sănătății. Un centru Wine SPA Murfatlar ar putea deveni primul centru de vinoterapie deschis într-o zonă D.O.C. *Etapa 1:* Pentru început, centrul SPA va putea fi dotat cu recepție, vestiare, 2 ciubere sau căzi de vinoterapie, saună uscată și salon de masaj, unde vor putea fi efectuate tratamente dermatologice și diferite tipuri de masaj cu produse din struguri și vin. *Etapa 2:* Ulterior, în funcție de interesul și cererea din piață, centrul își poate extinde sectorul dedicat wellness-ului și terapiei, inclusiv cu jacuzzi, piscină, sală de fitness și zonă de relaxare.

Monumente arheologice și arhitecturale

Complexul rupestru Murfatlar

Valorificarea Complexului rupestru Murfatlar este o misiune sensibilă datorită procesului de degradare deja instalat în situl al cărui sistem de protecție este depășit din punct de vedere moral și tehnic, nemaiesigurând un standard suficient de protecție. Două căi sunt propuse pentru a răspunde celor două interese - deschiderea către public și salvagardarea lui. Ambele căi evită interacțiunea cu situl propriuzis și asigură respectarea regulilor impuse de administratorii Complexului rupestru monahal.

1. Deschiderea către public

Calea propusă este cea a reconstrucției fizice și digitale:

- a. Reconstrucția fizică: Realizarea machetelor bisericuțelor, la o scară care să permită mobilitatea lor, transportul și expunerea lor în diverse locații. Realizarea de panouri cu desenele și inscripțiile, traducerea și interpretarea lor, semnificația lor religioasă și laică;
- b. Reconstrucție 3D, colaborare cu Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța (MINAC) în vederea valorificării realizărilor MINAC în acest sens.
- c. Sistem de camere de luat vederi în interiorul ansamblului rupestru.

Възможности	Заплахи
<p>5. Създаването на ефективни публично-частни партньорства (ПЧП) за реализиране на значими за местната общност проекти.</p> <p>6. Цялостно подобряване на капацитета и качеството на настанителната база, заведенията за хранене и на туристическите атракции.</p> <p>7. Значително облекчаване на административните изисквания свързани с продукта „домашно гостоприемство” и останалите услуги в сферата на туризма.</p> <p>8. Реализиране на приоритетите, дългосрочните цели, мерките и проектите, заложените в общинските планове и плановете за местно икономическо развитие.</p> <p>9. Ефективно използване на наличната база и създаване на условия за целево подпомагане на туризма. Активно управление на общинската собственост.</p> <p>10. Високи темпове и благоприятни перспективи за развитие на международния и вътрешния туризъм в страната, нереализиран потенциал на «вътрешния» клиент, нарастващи възможности за навлизане в нови пазари на туристически продукти и услуги в новите условия на членство на България в Европейския съюз.</p> <p>11. Повишаване на качеството на туристическите продукти с цел привличане на платежоспособната клиентела;</p> <p>12. Стратегическо планиране, ориентирано към съхраняване на средата (т.нар. «меки» форми на туризма) и разнообразяване на предлаганите туристически продукти и услуги.</p> <p>13. Разработване и реализиране на маркетингова стратегия за развитието на туризма осигуряваща формирането на „марков” продукт, положителен „имидж” и „разпознаваемост”.</p> <p>14. Агресивна реклама на целевия регион като туристическа дестинация, предлагаща специфични видове туризъм (културно-исторически, екологичен, събитийен, селски и „слоу туризъм“) и създаване на възможности за привличане интереса на големи туристически агенти и потенциални инвеститори.</p>	<p>7. Недостиг на финансови средства и/или недостатъчен административен и проектен капацитет за реализиране на европейски проекти.</p> <p>8. Голямо разминаване между реално и очаквано изпълнение на общинския бюджет, което да затрудни реализацията на активна общинска инвестиционна политика и достъпа до европейски и национални фондове.</p> <p>9. Зависимост на общините от централния бюджет и липса на финансови ресурси за съфинансиране на проекти. Неблагоприятна бизнес-среда за развитие на сектора (законодателство, данъчна, кредитна политика и др.), неефективна политика в областта на регионалното развитие.</p> <p>10. Влошаване на инвестиционния климат в България и/или Румъния, свиване на туристическия пазар и ограничен достъп до международните пазари.</p> <p>11. Липса на текущ инвестиционен интерес към общината от стратегически български и чуждестранни инвеститори.</p> <p>12. Засилена конкуренция от други области в съседни региони с подобно предлагане, но с по-качествени и по-разнообразни туристически услуги, както и вътрешна нелоялна конкуренция.</p> <p>13. Непълноценно оползотворяване на наличните природни и антропогенни ресурси.</p> <p>14. Приоритетно развитие на много капиталоемки и агресивни към средата видове туризъм, със спорни шансове за успех.</p> <p>16. Нарушаване баланса чрез прекомерно ограничаване на фирми от общината и налагане преобладаващо присъствие на фирми от други части на страната.</p> <p>17. Липса на визия и/или нежелание за развитие на човешките ресурси и повишаване квалификацията на персонала в туристическия сектор от страна на предприемачите.</p> <p>18. Неконтролирано развитие на различни видове туризъм, без мониторинг върху ефективността и въздействията им върху различни сфери (екология, икономика, инфраструктура, заетост, безработица и др.). Приоритетно развитие на много капиталоемки и агресивни към средата видове туризъм, със спорни шансове за успех.</p>

Deschiderea către public:

- Identificarea unui platou în proximitatea complexului, nivelarea lui, amenajarea cu pietriș sau altă formă ușoară de evitare a înnozirilor și denivelărilor, cu eforturi financiare reduse. Amenajarea platoului cu rampe pentru cărucioare de copii și cărucioare pentru persoane cu dizabilități, echipare cu rasteluri pentru biciclete, coșuri de gunoi, toalete ecologice;
- Amenajarea unei incinte în aer liber, pe platoul mai sus descris, pentru acțiuni turistice, științifice, educaționale, etc., expunerea machetelor, panourilor, sistem de proiecție live.

Într-o etapă ulterioară, după confirmarea interesului turiștilor și vizitatorilor, se pot:

- construi și amenaja un centru al Complexului rupestru, conținând săli de evenimente, proiecție, expoziții, reproduceri și reconstrucții, etc.
- organiza ateliere de arheologie experimentală - de sculptură, inscripționare, fasonare de rocă tipică pentru dealul Tibișir, creta.

2. Salvagardare

Se propun următoarele elemente care sunt la nivelul autorității locale Murfatlar:

- Împrejmuirea riguroasă și sigură a incintei complexului rupestru, din materiale care să permită contactul vizual cu ceea ce se găsește în prezent în situl arheologic.
- Stabilirea unei abordări etapizate de salvagardare a complexului, pe etape cât se poate de reduse și fezabile din punct de vedere financiar și temporal, în colaborare cu MINAC, Ministerul Culturii, etc. Implementarea etapelor în baza fondurilor atrase prin campanii de fund raising.

Centrul vechi al orașului, monumentele istorice, lăcașuri de cult, monumente de for public

Produsul turistic „Murfatlar - multiculturalism dobrogean” presupune accesul la monumente locale, prin parcurgerea unui traseu cultural în orașul Murfatlar, care va cuprinde centrul vechi, Conacul Kogălniceanu, Gara feroviară, monumente protejate - clădiri private, biserici și Geamia, Monumentul Eroilor Murfatlar.

În ce privește dezvoltarea de noi resurse turistice pentru promovarea istoriei și multiculturalismului local, se propun:

- Organizarea în incinta Casei de Cultură a unei expoziții permanente care să prezinte istoria și realizările orașului Murfatlar, promovată apoi în cadrul tuturor ofertelor turistice. Într-o etapă ulterioară, va putea fi înființat un muzeu de sine stătător al orașului.
- Pentru promovarea resurselor culturale, se propune marcarea elementelor de atractivitate din centrul vechi, clădirile monument, bisericile și Geamia, etc. prin panouri explicative, incluzând, unde se cunoaște, legenda locului.

Ansamblul Canalul Dunăre-Marea Neagră și Monumentul de la Straja

Se recomandă o colaborare cu localitățile Cernavodă, Medgidia, Agigea, Năvodari, precum și cu Administrația Canalelor Navigabile, pentru valorificarea turistică a operei ingineresti prin amenajarea și marcarea unui traseu cicloturistic, organizarea unei săli în cadrul viitorului muzeu al orașului Murfatlar pentru prezentarea istoriei și modului în care a fost realizat canalul și montarea de panouri informative și indicatoare rutiere.

Evenimente

În scop turistic, într-o primă etapă de promovare a orașului, se propun două tipuri de evenimente care să consolideze imaginea turistică a orașului:

1. Evenimente dedicate sectorului viti-vinicol și gastronomiei locale multi-etnice:

- Evenimentul anual al vinului, organizat în colaborare cu cramele din întreaga zonă, cu ocazia începerii recoltei. Evenimentul este descris succint la propunerile pentru dezvoltarea turistică a podgoriilor și atracțiilor viti-vinicole;
- Eveniment de tip brunch la Popas Turistic Murfatlar, cu invitarea comunității locale să participe la prepararea și prezentarea produselor culinare, prezentarea zonei și acces în podgorii.
- Ziua porților deschise la cele două crame vizitabile - Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare a Viti-viniculturii Murfatlar și Domeniul Vlădoi;

Възможности	Заплахи
<p>15. Изграждане и развитие на стратегически партньорства с други общини в страната и чужбина за развитие на туристическия потенциал.</p> <p>16. Създаване на атрактивни регионални туристически продукти, изградени върху общи природни и културни ресурси със съседните морски общини.</p> <p>17. Създаване на туристически клъстер в региона с представители на общинските администрации, местния бизнес и неправителствени организации, медии.</p> <p>18. Проучване на добри практики в областта на алтернативните форми на туризъм.</p>	<p>19. Липса на осъзната необходимост у съседни общини за обединяване на усилия и ресурси за създаване на туристически клъстер, съвместни туристически продукти и техния маркетинг и реклама в страната и чужбина.</p> <p>20. Забавяне изпълнението на националната концепция за електронно управление на България.</p> <p>21. Задълбочаване на процесите на регионални различия в национален мащаб.</p> <p>22. Развитието на туризма и в бъдеще ще изпитва неблагоприятното влияние на мощните конкурентни туристически дестинации със силно развит масов туризъм.</p>

4. Визия и стратегически цели

Визия за развитието на туризма в община Генерал Тошево

ОБЩИНА ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО - ИЗВЕСТНА И ПРЕДПОЧИТАНА ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ СЪС СЪХРАНЕНО КУЛТУРНО-ИСТОРИЧЕСКО НАСЛЕДСТВО И ПРИРОДНИ РЕСУРСИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБЕН ТУРИСТИЧЕСКИ СЕКТОР И РАЗВИТИ ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ.

Основна цел и Стратегически цели

Основната цел на развитието на туризма за периода 2021-2027 г. е повишаване конкурентоспособността на туристическия сектор в община Генерал Тошево чрез ефективно използване на наличните природни и антропогенни ресурси в съответствие с основните принципи за устойчиво развитие на туризма.

Основната цел ще се достигне чрез реализацията на следните стратегически цели:

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 1: Устойчиво позициониране на община Генерал Тошево на картата на българските и чуждестранните туристи.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 2: Изграждане и развитие на конкурентоспособни малки и средни предприятия в областта на туризма и съпътстващите дейности - търговия и ресторантьорство.

СТРАТЕГИЧЕСКА ЦЕЛ 3: Развита институционална, социална и техническа инфраструктура в съответствие с най-добрите европейски практики.

Приоритети

За реализиране на основната и стратегическите цели са формулирани следните приоритети:

ПРИОРИТЕТ 1: Съхраняване и развитие на културните традиции, историческото наследство и природните ресурси.

ПРИОРИТЕТ 2: Изграждане на привлекателна бизнес среда за привличане на инвестиции, изграждане на конкурентоспособен туристически сектор и осигуряване на висок жизнен стандарт на местното население.

ПРИОРИТЕТ 3: Създаване и промотиране на интегриран туристически продукт с високо качество на туристическите услуги, защитени права и сигурност за потребителите на туристическите продукти и услуги.

ПРИОРИТЕТ 4: Ефективно сътрудничество за развитие на туризма в община Генерал Тошево между всички заинтересовани страни - национални, регионални и местни власти, бизнес, асоциации, медии, НПО, местната общност и други български и чуждестранни партньори.

2. Eveniment dedicat eco-turismului și Rezervației Fântânița Murfatlar, descris succint la propunerile pentru dezvoltarea turistică a rezervației.

3. Evenimente dedicate sectorului viti-vinicol și gastronomiei locale multi-etnice:

- Evenimentul anual al vinului, organizat în colaborare cu cramele din întreaga zonă, cu ocazia începerii recoltei. Evenimentul este descris succint la propunerile pentru dezvoltarea turistică a podgoriilor și atracțiilor viti-vinicole;
- Eveniment de tip brunch la Popasul Turistic Murfatlar, cu invitarea comunității locale să participe la prepararea și prezentarea produselor culinare, prezentarea zonei și acces în podgorii.
- Ziua porților deschise la cele două crame vizitabile - Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare a Viti-viniculturii Murfatlar și Domeniul Vlădoi;

4. Eveniment dedicat eco-turismului și Rezervației Fântânița Murfatlar, descris succint la propunerile pentru dezvoltarea turistică a rezervației.

PRODUSE TURISTICE. ACȚIUNI IMEDIATE ȘI DE PERSPECTIVĂ

Analiza elementelor locale care, grupate, pot genera produse turistice specifice orașului și zonei Murfatlar, mizând pe specificul și avantajele competitive locale a dus la următoarele propuneri de produse turistice:

Murfatlar - milenii de vitivinicultură

- a) Elemente de patrimoniu natural și cultural tangibil și intangibil: Podgoria Murfatlar, Podgoria "Domeniul Vlădoi", Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare pentru Viticultură și Vinificație Murfatlar, mici cultivatori; dealurile de cretă; legenda și istoria cultivării viței de vie.
Elemente de viitor: evenimentul „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”; traseul vinului D.O.C. Murfatlar, dezvoltat etapizat; muzeul public al viei și vinului Murfatlar; turnuri de belvedere pe dealurile de cretă.
- b) Infrastructură și servicii de bază: cramele vizitabile din orașul Murfatlar, Stațiunea de Cercetare-Dezvoltare pentru Viticultură și Vinificație Murfatlar; Complexul turistic Fântânița, alte unități de cazare, restaurante și unități de alimentație publică locale.
Elemente de viitor: Punctul Turistic Murfatlar - dezvoltat și modernizat; oferta micilor producători - standuri la poarta casei, la poarta plantației de viță de vie; infrastructură privată de primire turiști; concept și realizare stand mobil vinuri; centrul/centre Wine SPA Murfatlar; marcaje și elemente de promovarea orașului Murfatlar ca portal al viti-viniculturii Murfatlar; ghidaj pe traseul vinului D.O.C. Murfatlar sau pe trasee alese de comun acord cu grupurile de turiști; expunerea și vânzarea de vinuri locale, suveniruri adecvate acestui produs, eventual realizate de meșteșugari dobrogeni.

Murfatlar - natură sălbatică

- a) Elemente de patrimoniu natural și cultural tangibil și intangibil: Rezervația Fântânița Murfatlar; Lacul de cretă - povestea Lacului de cretă; dealurile de cretă. *Elemente de viitor:* Organizarea de concursuri, evenimente, zile ale porților deschise etc.
- b) Infrastructură și servicii de bază: unități cazare și alimentație publică, drumuri de acces, marcaje. *Elemente de viitor:* trasee și alei de plimbare, locuri de joacă, turnuri de belvedere; marcaje și panouri informative; drumeții ghidate - ghid al CNIPT Murfatlar; Parc aventura Fântânița; centre de wellness și sănătate.

Murfatlar - multiculturalism dobrogean

- a) Elemente de patrimoniu natural și cultural tangibil și intangibil: centrul vechi al orașului; monumente istorice protejate; Monumentul Eroilor; Ansamblul Canalul Dunăre-Marea Neagră și Monumentul de la Straja; legende și istorisiri locale; elemente de patrimoniu vinicol și gastronomic local; artă populară, folclor, evenimente culturale etc. *Elemente de viitor:* Casa de Cultură Murfatlar extinsă și activități culturale diversificate; parc tematic dedicat patrimoniului natural și cultural din orașul Murfatlar; Muzeul/expoziția permanentă asupra istoriei și realizărilor locale; elemente de valorificare a Complexului Rupestru Murfatlar, dezvoltate etapizat; evenimente dedicate turismului cultural.

Мерки за реализиране на ПРИОРИТЕТ 1:

- Превръщане на читалищата в съвременни многофункционални културни центрове и насърчаване на интереса към тях.
- Изготвяне и реализиране на проекти в областта на културно-историческото наследство на общината с български и чуждестранни партньори на национално, регионално и местни ниво за размяна на идеи, опит и положителни практики, както и с маркетингови, и рекламни цели.
- Поддържане, опазване и възстановяване на културно-историческите и археологическите паметници в общината, организиране на археологически разкопки.
- Опазване, възстановяване и поддържане на чиста околна среда.

Мерки за реализиране на ПРИОРИТЕТ 2:

- Анализ и преразглеждане на политиката в областта на местните данъци и такси с цел привличането на инвеститори за реализиране на значимите за общината инфраструктурни проекти.
- Идентифициране и реализиране на ефективни публично-частни партньорства (ПЧП) в областта на социалната и техническата инфраструктура в общината.
- Подобряване на информационната и комуникационната инфраструктура във всички населени места в общината.
- Превръщане на община Генерал Тошево в модерна Е-Община, която предоставя съвременни услуги на бизнеса и гражданите съобразени с европейските практики и изисквания в областта.
- Насърчаване създаване на мрежи и клъстери в областта на туризма.
- Мерки в посока насърчаване на младите хора, които са напуснали общината, за да подобрят своето образователно и квалификационно равнище, да се върнат в общината и да допринесат за нейния социален и икономически просперитет.
- Модернизиране на образователната система на общинско ниво в съответствие с нуждите на местната икономика и бизнес, в т.ч, за развитието на туристическия сектор.
- Активни местни политики за осигуряване на гъвкавост и сигурност на местния трудов пазар.
- Редовен мониторинг на качеството на бизнес средата с цел предприемане на навременни адекватни превантивни и коригиращи мерки.
- Насърчаване организирането на редовни местни събития като фестивали, фолклорни прояви, представяне на местни традиции, кухня, занаяти и др.
- Насърчаване прилагането на иновативни политики и практики за развитие на културно-историческите и природните ресурси в общината.
- Рехабилитация, реконструкция и изграждане на нови пътища/ подходи/пътеки до културно-историческите обекти, поддържане и обслужване на културно-историческите обекти.
- Редовен мониторинг и анализ на състоянието на културно-историческото наследство и природните ресурси в общината с цел предприемане на навременни адекватни превантивни и коригиращи мерки.

Мерки за реализиране на ПРИОРИТЕТ 3:

- Изграждане и развитие на съвременен туристически информационен център, който да предоставя информация за туристическите обекти и форми на туризъм в общината, за местните традиции, обичаи и публични събития, за ефективен маркетинг и реклама.
- Създаване, поддръжка и редовно актуализиране на самостоятелен туристически информационен портал или като подстраница на общинския портал.
- Изготвяне и разпространение на местни фолклорни календари с цел популяризиране на местните традиции и обичаи и привличане на туристи в региона.
- Създаване на туристически каталог и ефективното му разпространение в страната и чужбина.

- b) Infrastructura și servicii de baza: Complexul turistic Fântânița, alte unități de cazare, restaurante și unități de alimentație publică locale; drumuri de acces, alei de plimbare; marcaje accesuri, elemente de îndrumare a turiștilor prin panouri etc.

Elemente de viitor: Marcaje și panouri informative montate pe elemente de atractivitate din centrul vechi, clădirile monument, bisericile și Geamia, etc.; trasee de plimbare, trasee de cicloturism; infrastructură privată de primire turiști.

ABORDARE STRATEGICĂ A DEZVOLTĂRII TURISMULUI ÎN ORAȘUL MURFATLAR

1. Grupurile țintă pentru activitățile turistice

În funcție de formele de turism practicabile în orașul Murfatlar, și anume turism viti-vinicol, turism cultural, turism de cunoaștere, turism în natură, sau de tip gastronomic, tipologiile de turiști sunt:

1. Turiștii interesați de valorile culturale și de patrimoniu, aflați în călătorie pentru a explora din punct de vedere cultural o anumită destinație. Sunt curioși, interacționează cu localnicii și se documentează în prealabil.
2. Turiștii aventurieri, centrați pe experiențe în natură, cunoaștere și adrenalină. Călătoresc atât individual, cât și în grup, parcurg trasee în natură pe jos sau cu bicicleta. Sunt interesați de locuri inedite și petrecerea activă a timpului liber.

Alte grupuri: viitori turiști, nehotărâți asupra destinației de vacanță, turiști aflați în concediu pe litoral sau turiști aflați în trecere prin Murfatlar, comunitatea locală.

2. Viziune de dezvoltare turistică a orașului Murfatlar

Până în anul 2030, Orașul Murfatlar va deveni o destinație turistică dobrogeană de nișă, complementară turismului litoral, cu identitate turistică proeminentă, bazată pe produse turistice de cunoaștere, create în baza resurselor naturale și culturale complexe existente în arealul orașului. Produsele turistice, dezvoltate după principiile turismului contemporan, internațional, vor constitui avantajele competitive ale localității, oferind turiștilor și vizitatorilor experiențe inedite, coerente și capabile de a satisface exigențe din ce în ce mai înalte, cu protejarea și punerea în valoare a patrimoniului.

Turismul în orașul Murfatlar se va dezvolta într-o manieră durabilă, cu protejarea și punerea în valoare a patrimoniului natural, construit și a valorilor culturale materiale și imateriale. Va deveni o activitate economică semnificativă pentru bugetul local, o sursă alternativă sigură și constantă de venituri pentru populație și va crea locuri de muncă pentru populația tânără din oraș.

Comunitatea locală va fi încurajată să ia parte la această transformare și să se implice în nenumărate modalități în activitățile și soluțiile propuse prin această strategie, de la acțiuni de voluntariat în ecologizarea spațiilor verzi, montarea panourilor informative, participarea la realizarea traseelor de cicloturism, până la transformarea în ghizi turistici locali și la a găzdui evenimente de tip brunch în propriile gospodării.

Pentru realizarea acestei viziuni asupra orașului Murfatlar turistic, se propune concentrarea eforturilor pe următoarea intervenție de dezvoltare cu trei obiective prioritare, din care un obiectiv dedicat implementării planului strategic:

- I. Dezvoltarea produselor turistice
- II. Implementarea strategiei de marketing turistic
- III. Crearea cadrului de implementare a planului strategic de dezvoltare a turismului

3. Intervenția strategică de dezvoltare turistică a orașului Murfatlar

De asemenea, aceste direcții de dezvoltare țin cont de o etapizare pe două perioade pentru implementarea planului strategic al cărui orizont de timp pentru realizare este anul 2030.

Legendă: MV Murfatlar - milenii de viti-vinicultură, MN Murfatlar - natură sălbatică, MM Murfatlar - multiculturalism dobrogean

- Реализиране на ефективен маркетинг и реклама на туристическите обекти и видове туризъм в общината в национални, регионални и местни печатни и електронни медии.
- Изграждане на ефективни партньорства със съседни общини с цел ефективна реклама на регионален интегриран туристически продукт.
- Мерки за насърчаване конкуренцията и внедряването на иновации в туристическия сектор.
- Регулярен мониторинг върху качеството и ефективността на предлаганите туристически продукти и услуги с цел предприемане на навременни действия за отстраняване на проблемните области.

Мерки за реализиране на ПРИОРИТЕТ 4:

- Анализ на съществуващите публично-частни партньорства /ПЧП/, идентифициране на потенциални нови ниши за сътрудничество и предприемане на активни действия за реализиране на ефективни ПЧП за развитие на туристическия потенциал на общината.
- Използване на възможностите за европейските фондове и оперативните програми в областта на трансграничното и регионално сътрудничество.
- Ефективно участие в съществуващи асоциации и сдружения в областта на туризма на международно, национално и регионално ниво.
- Привличане на всички заинтересовани страни в процеса на формулиране, провеждане, наблюдение и оценка на местна политика за насърчаване развитието на туризма в община Генерал Тошево.
- Община Генерал Тошево да кандидатства и да стане член на Асоциацията на българските черноморски общини със седалище град Варна.
- Редовен мониторинг на изградените сътрудничества и ПЧП с цел предприемане на необходими промени.

VII. Концепция за развитието на регионални туристически продукти и дейности

Концепцията е ориентирана към развитието на туризма в Община Генерал Тошево, но в контекста на изграждането на един бъдещ туристически клъстер с община Балчик във връзка с изпълнението на стратегия за ВОМР по проект МИГ Балчик - Генерал Тошево, а в перспектива и със съседните български и румънски общини.

Алтернативният туризъм по своята същност представлява обединяване на туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажирания човешкия ресурс. Такива са: селски, екологичен, приключенски, бавен туризъм и др., тематичен - свързан с културно-историческото наследство, туризъм свързан с езотеричното, религията, виното, традиционната кухня, етнографията и традиционната музика и занаяти.

Развитието на този туристически продукт е свързано с максималното използване на природно-културните ресурси, с които разполага региона. Пълноценното използване на ресурсите за туризъм изисква развитие на алтернативни форми, базирани на природните и културно-историческите забележителности, които се намират на територията на община Генерал Тошево и съседните български и румънски общини. Тяхното развитие е необходимо да се концентрира както във времето, така и в пространството. В средносрочен план, развитието на туризма се свързва с разнообразяване на туристическия продукт, чрез развитие на алтернативни форми, които допълват основните туристически дестинации в областта.

Преориентацията в световен мащаб от „икономика на услугите“ към „икономика на преживяванията“ извежда на преден план туристическите атракции, анимацията и предлагането на регионални и национални туристически специфики. Постава се акцент на автентичното, на типично националното начало по цялата верига на туристическото предлагане. Нарастващата тенденция в областта на туризма и свободното време е, че все по-голям брой хора са склонни да търсят повече преживявания, в които активно да вземат участие. Тези хора вече не са удовлетворени от това само да разглеждат дестинацията и желаят по някакъв начин да бъдат въввлечени в туристическите атракции.

Direcții strategice	Acțiuni și proiecte de implementare
<p>I.1. Asigurarea accesibilității rutiere, pietonale, ecologice și digitale, a amenajărilor conexe primirii turiștilor la resursele naturale și culturale care formează produsele turistice</p>	<p>I.1.a. Analiza stării accesurilor rutiere și pietonale la resursele turistice, din care prioritare sunt facilitățile care integrează elementele definitorii ale circuitelor / traseelor. Prioritizarea intervențiilor la aceste trasee/circuite în baza disponibilității resurselor locale sau atrase. Acțiunea se poate implementa în cooperare cu asociații de cicloturism, drumeție, liceul local. I.1.b. Amenajarea minimală a accesurilor rutiere și pietonale, în baza priorităților stabilite la acțiunea I.1.a. La nivel de produse turistice, prioritate va primi MV. I.1.c. Amenajarea elementelor de confort pe trasee / circuite / la resursele turistice, conform priorităților stabilite în cadrul acțiunii I.1.a. MN: Rezervația Pădurea Fântânița - locuri de odihnă, locuri de picnic, rampe, coșuri de gunoi, toalete ecologice; dealurile de cretă: locuri de odihnă, locuri de joacă, rampe; rasteluri biciclete; coșuri de gunoi; Lacul de cretă: locuri de odihnă cu umbrare, sistem de împrejmuire și siguranță. MM: Complexul rupestru - amenajare platformă cu rampe, rasteluri biciclete, coșuri gunoi, toalete ecologice; Ansamblul Canal și Monument Straja - verificare și stabilire traseu de parcurgere pietonal, cu biciclete, etc.</p>
<p>I.2. Asigurarea ghidajului și îndrumării turiștilor și vizitatorilor pe rutele care formează produsele turistice</p>	<p>I.2.1. În baza priorităților stabilite în cadrul acțiunii I.1.a., traseele, aleile de plimbare, drumurile de acces sau zone dedicate turiștilor vor fi marcate. Acțiunea se recomandă să se implementeze în cooperare, după caz, cu custodele rezervației RPN Romsilva, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța, Administrația Canalelor Navigabile, proprietari privați de terenuri adiacente traseelor. MV: panouri, hărți, indicatoare legate de industria și traseul viti-vinicol, realizarea de materiale de promovare tipărite și сувенири. MN: Rezervația Pădurea Fântânița - hărți, indicatoare, marcare traseu și izvor Fântânița, expunere Regulament Arie Protejată, ghidaj în pădure; Lacul de cretă - panouri informative asupra caracteristicilor lacului; dealurile de cretă - panouri de infromare, hartă. MM: Complexul rupestru - signalistică pentru ghidare, realizarea de materiale de promovare tipărite și сувенири; centrul vechi - trasee ghidate, panouri explicative - legenda lacului; Ansamblul Canal și Monument Straja - marcare traseu cicloturism.</p>
<p>I.3. Reabilitarea, amenajarea, echiparea resurselor turistice naturale și culturale pentru o experiență de cunoaștere ingenioasă și memorabilă</p>	<p>I.3.a. Investiții publice: MV: Muzeul public al viei și vinului de Murfatlar; stand mobil vinuri. MN: Rezervația Pădurea Fântânița - panouri despre speciile protejate, panouri hands-on, panouri educative în locurile cu concentrare mare de specii protejate, foisoare / turnuri de observare a animalelor; Lacul de Cretă - panou de prezentare a istoriei de formare a lacului / legendă; dealurile de cretă - doua turnuri de belvedere. MM: Complexul rupestru - sistem de luat vederi interior și de proiecție pe platforma adiacentă. După caz, se poate colabora cu RPN Romsilva, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța, Muzeul de Artă Populară Constanța, cramele din zona D.O.C. Murfatlar, comunitatea locală deținătoare de obiecte de artă populară locală, ustensile și echipamente pentru vinificație artizanală, etc. I.3.b. Investiții private: MV: rețea de magazine de tip „Crama Murfatlar”. MN: centre de închiriere de biciclete. MM: Complexul rupestru - sistem de panouri informative și educative.</p>
<p>I.5. Animarea produselor turistice. I.5.1. Colaborări public -privat: MV: Evenimentul „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”, evenimente de tip brunch, zilele porților deschise la cramele vizitabile. MN: Rezervația Pădurea Fântânița - concursuri de orientare turistică, concursuri pe teme botanice, ornitologice, drumeții ghidate, zile deschise dedicate anumitor specii rare; eveniment dedicate ecoturismului, evenimente specifice turismului de aventură. MM: Complexul rupestru -expoziții, proiecții, concerte în aer liber, spectacole, reuniuni științifice etc.</p>	

Специалните събития, особено фестивалите и панаири, предоставят възможност на туристите да участват активно в тях. Това участие може да бъде изразено под много форми, включително дегустация на местни продукти и участието в игри и дейности, съобразени с темата на събитието.

Приносът на продукта за икономическото развитие на района

За постигане на икономическа ефективност е необходимо предлагане на атрактивен туристически продукт. Туристическите услуги обикновено нямат материален характер - нощувка, екскурзия, развлечения, но предлагането се свързва чрез определена атмосфера и нематериални услуги. По тази причина трябва да се обърне внимание на предлагането на два взаимосвързани елемента - качеството на туристическите ресурси на дестинацията и материалната база и кадрите в туризма, които произвеждат и предлагат услуги в областта на храненето, настаняването, обслужване.

Туристът пътува главно заради ресурсите и забележителностите, които регионът, общините, предлагат - културно - историческо наследство, природни забележителности, фестивали, и др. Той не пътува, за да нощува в хотел или, за да се храни в ресторант. Основните икономически ефекти от туризма идват именно по линията на тези обекти и предлагането от тях качество трябва да задоволява търсенето от страна на посетителите.

Икономическото значение на реализираните туристически дестинации ще се прояви в няколко направления:

- увеличаване на приходите от външни посетители;
- увеличаване на ролята на услугите в местната икономика;
- подобряване заетостта на местното население;
- подобрява се техническата и социална инфраструктура на общините.

Туризмът ще създаде допълнителна трудова заетост за местното население, което пряко или косвено е ангажирано в обслужването на туристи, което от своя страна ще доведе до увеличаване доходите и дори до повишаване цената на земята и недвижимите имоти.

Сезонно и териториално разпределение на туризма

Факторите, които определят сезонното разпределение на туристическия поток към туристическия продукт са:

- свързани с природните дадености;
- свързани с туристическото търсене;
- свързани с туристическото предлагане

Най-пряко зависи от сезонността от природните дадености. Особено важно значение в това отношение има климатът района. Той до голяма степен определя продължителността на туристическия сезон.

Поради териториалното разпределение на региона, повечето видове туризъм ще изискват съобразяване с климатичните условия, като през зимата туристическия поток ще е по-слаб. Не толкова силно изразена е зависимостта от климата за други видове туризъм като културно-познавателния, религиозния, тематичен. Туристическият сезон при тях е с по-голяма продължителност, но благоприятните климатични фактори (слънчево греене и умерени температури) оказват своето въздействие, което води до известен спад в броя на туристите през зимния период.

От факторите, свързани с туристическото търсене, най-значими са свободното време, отпуските и ваканциите, социално-икономическите и психологически фактори и др. Свободното време се определя от работната натовареност на туристите. Основния туристически поток ще бъде концентриран през уикенда.

Забележителностите на територията на общините могат да бъдат обхванати в рамките на два или три дни, още повече, че голяма част от културните прояви (фестивали, празници и др.) не се разпростират в по-голям времеви период.

Отпуските и ученическите ваканции от своя страна също определят по-големия наплив на туристи през конкретни месеци на годината. В най-голяма зависимост от това са семейния тип туристи, които са основна целева група на туристическия продукт.

- II.1. Promovarea turistică a orașului Murfatlar
- II.1.a. Dezvoltarea brandului turistic al orașului Murfatlar. Manual de identitate vizuală turistică.
- II.1.b. Dezvoltarea website-ului aferent proiectului „Dezvoltarea potențialului turistic, protejarea și promovarea moștenirii comune”, cod ROBG-453
- II.1.c. Social Media: conturi de Facebook, Instagram și Youtube
- II.1.d. Bannere online. II.1.e. GPS și sisteme de navigație - Google Maps
- II.1.f. Aplicații Smartphone. II.1.g. Filmul *Descoperă Murfatlarul Turistic*
- II.1.h. Participare la târguri cu profil turistic, gastronomic, eonologic, etc.
- II.1.i. Public relations
- II.2. Promovarea distinctă a produselor turistice
- II.2.a. Evenimente cu focus pe produsele turistice
- II.2.b. Utilizarea interesului crescut față de fotografie, ca artă și practică, în promovare.
- II.2.c. Materiale tipărite: broșuri, afișe
- II.3. Comunicare internă
- II.3.a. Comunicare internă la nivelul Primăriei Murfatlar în scopul creării departamentului de turism și a echipei de lucru - întâlniri, dezbateri.
- II.3.b. Comunicare internă administrată de departamentul de turism - newsletter, memo, avizare, etc.
- II.3.c. Stabilirea unei comunicări interne în dublu sens.
- II.3.d. Promovarea identității turistice a orașului Murfatlar la nivel intern, promovarea planului strategic și implicarea colectivului primăriei în implementarea și promovarea lui.
- III.1. Asigurarea unui cadru instituțional competent pentru implementarea planului strategic - în cadrul autorității publice locale
- III.1.a. Transformarea CNIPT într-un departament de turism, prin extinderea echipei și atragerea a minim doi experți externi - un expert în turism și un expert în marketing
- III.2.b. Monitorizarea și evaluarea performanțe și impact
- III.2.c. Creșterea capacității instituționale a grupului de lucru prin informare și instruire periodic în domeniul turismului, a marketingului turistic, etc.
- III.2.d. Dezvoltarea de parteneriate cu furnizori publici și privați, pentru extinderea și diversificarea actului turistic și cultural local
- III.2.a. Definierea și aprobarea conceptului de stimulare a investițiilor în turism. Acest concept poate include:
- stabilirea facilităților în privința taxelor și impozitelor locale, progresive, corespunzând gradului de ocupare a zonelor de dezvoltare turistică;
 - stabilirea condițiilor de concesiune de imobile; regulamentul de urbanism în zonele respective; etc.
 - stabilirea regulilor în care se acordă facilitățile - coduri CAEN prioritare, etapa de dezvoltare a firmei, zona de implantare, etc.
- Conceptul va fi prezentat sub forma unui regulament de acordare a facilităților în vederea dezvoltării turismului și poate fi elaborat împreună/în parteneriat cu CCINA Constanța sau PIMM Constanța.
- III.2.b. Înființarea unui fond de microcreditare.
- III.2.c. Dezvoltarea de programe de informare și educație antreprenorială în domeniul turismului și al industriei ospitalității.
- III.3. Crearea grupului de lucru “Murfatlarul turistic”
- III.3.a. Crearea grupului de lucru „Murfatlarul turistic”, format din departamentul de turism, CNIPT, operatori locali în turism - crame, autoritatea publică locală, Casa de Cultură, experți, Muzeul de Istorie Națională și Arheologie Constanța (MINAC), Muzeul de Artă Populară Constanța, custozi, etc.
- III.3.b. Crearea sub-grupului de lucru „Murfatlar - milenii de viti-vinicultură”
- III.3.c. Monitorizarea și evaluarea performanțe și impact
- III.3.d. Creșterea capacității instituționale prin informare și instruire.

Акценти за развитието на туризма в региона

Преориентацията от „икономика на услугите” към „икономика на преживяванията” извежда на преден план туристическите атракции, анимацията и предлагането на национални, и все повече на регионални туристически специфики. Стратегическите действия на всички заинтересовани страни за развитието на туризма в региона трябва да бъдат насочени към **автентичното, типичното за региона**. Препоръчително е да се акцентира върху диверсификацията на туристическите продукти и предлагането на тематични туристически продукти в областта на културното наследство, съвременната култура, защитени природни територии, балнео и спа туризъм, исторически, спортен, религиозен туризъм и други. Следва да се акцентира върху такива форми на туризъм, които имат най-голям потенциал за развитие и внедряване на иновации, а именно:

1. **Културен туризъм** - регионът разполага с огромно богатство от археологически, архитектурни, етнологички и религиозни обекти, исторически забележителности и културни институции - музеи, галерии, читалища, организиране на културни събития;
2. **Фестивален и събитиен туризъм** - Събитията, фестивалите и различните атракции са част от културния, фолклорния, религиозния и други форми на туризъм. Освен представи за историята, културата, легендите и занаятите, те създават и спомени. Съвременните туристи пътуват все по-кратко, избират все по-изгодни оферти, но срещу парите си търсят познания, автентичност и изживявания. Фестивалите и събитията се нуждаят и от анимация и интерактивност и елемент на уникалност, която привлича посетителите към дадено място. Целта е да се въведат туристите в атмосферата на времето.
3. **Творчески туризъм** - такива форми на туризъм, при които туристите усещат, разбират и опознават културата и автентичността на региона или запознават местните хора със своята собствена култура - творчески ателиета, уъркшопове по занаяти и др.
4. **Екотуризм** - Основният фактор, който предопределя избора на дестинация за екотуризм, е атрактивната природа - богато биоразнообразие, уникални природни забележителности. Екотуризмът обичайно се съчетава с други форми на туризъм, например орнитоложки, конен туризъм, фотосафари, винен туризъм и други.
5. **Селски и аграрен туризъм** - регионът разполага със запазени автентични традиции, селски бит и култура, които биха представлявали сериозен интерес за потребителите на туристически услуги, като: традиционно гостоприемно население, богатата местна кухня с местни/екологични продукти, съхранен фолклор, обичаи и занаяти, настанителна база, като къщи за гости.
6. **„Бавен“ (слоу) туризъм**-т.нар. „бавен“ (слоу) туризъм ще подпомогне популяризирането на туристическите обекти и земеделските продукти в региона и ще допринесе за удължаване на сезона и за привличане на повече гости извън активните месеци за пътувания. Неговата концепция е свързана със съхранението на традициите и културата с акцент местната храна и обичаи.

Алтернативният тип туризъм се превръща в атракция и заема все по-голяма част от цялостното туристическо търсене и потребление в страната. Търсейки едно наситено с емоции преживяване сред неурбанизирана и запазена от човешка намеса природна среда, тези туристи очакват много от продукта. Общините могат да се възползват от тази тенденция в туристическото търсене, като предложат широка гама от взаимодопълващи се пакети. Според БААТ (Българска асоциация за алтернативен туризъм) хората, които практикуват този вид туризъм, са по-платежоспособни, те искат да почувстват домашен уют, искат да научат много повече за културата и природата на дадения регион.

За популяризиране интегрирания туристически пакет на вътрешния пазар е необходимо позициониране на туристическия район върху картата на страната като атрактивен за практикуване на алтернативен туризъм.

III.4. Implicarea comunității locale

III.4.a. Sensibilizarea comunității locale față de crearea destinației *Murfatlarul turistic*, alături de produsele turistice aferente. Comunicare externă cu reprezentanți ai comunității locale, prin organizarea de întâlniri periodice de prezentare a statusului măsurilor în implementare, implicarea comunității în acțiunile de promovare turistică și în evenimentele legate de moștenirea culturală a Orașului Murfatlar

III.4.b. Implicarea comunității locale în realizarea de noi resurse turistice: Muzeul orașului Murfatlar, Muzeul public al viei și vinului Murfatlar, Traseul vinului D.O.C. Murfatlar, etc.

III.5. Informarea și educarea părților interesate și a opiniei publice asupra conceptului de durabilitate în turism

III.5.a. Informare pasivă prin metode convenționale - aviziere, afișe, panouri.

III.5.b. Acțiuni educaționale prin joc, concursuri, etc. pentru copii până la ciclul gimnazial, ca principal vector de schimbare într-o familie / gospodărie.

III.5.c. Cooperare cu organizații non-guvernamentale pentru acțiuni și proiecte la nivel local.

III.5.d. Educarea comunității locale în spiritul unui oraș turistic, a principiilor de primire a turiștilor, de ospitalitate.

III.5.e. Educarea mediului de afaceri și a comunității locale asupra conceptului de proximitate, de promovare a valorificării resurselor locale și a producătorilor și prestatorilor locali, de stimulare a creșterii valorii adăugate a produselor și serviciilor locale.

Acțiunile propuse vor fi implementate gradual, în perioada 2020 - 2030 aferentă planului strategic, astfel încât de la o etapă la alta, efectele sinergice ale investițiilor să producă schimbarea vizată la nivelul celor trei produse turistice recomandate orașului Murfatlar.

Indicatori de măsurare a rezultatelor implementării planului de promovare

Prezentul plan de promovare urmărește promovarea unitară și complementară a orașului Murfatlar, urmărind în acest mod sensibilizarea potențialilor turiști și a publicului larg asupra interdependenței potențatoare dintre turismul viti-vinicol și resursele naturale și culturale locale și, în același timp, valorificarea mai eficientă a celor două componente prin integrarea lor.

Principalele rezultate ale implementării planului de promovare sunt:

- Un context instituțional pentru implementarea planului strategic de dezvoltare a turismului în orașul Murfatlar - departament de turism, grup de lucru *Murfatlarul turistic*;
- Orașul Murfatlar identificat cu o destinație urbană de tip Wanderlust, dobrogeană, multiculturală, complexă.
- Acțiuni de promovare și marketing a orașului și a celor trei produse turistice, având ca grupuri țintă turiștii și vizitatorii potențiali;
- Cotă de piață creată și sporită cu o medie de 25% în fiecare an, după primii trei ani de la finalizarea proiectului „Dezvoltarea potențialului turistic, protejarea și promovarea moștenirii comune”;
- Percepția investitorilor modificată în ce privește determinarea autorității publice locale și a comunității locale de sprijinire și implicare în dezvoltarea turismului;
- Implementarea planului strategic de dezvoltare a turismului facilitată.

Dezvoltarea turismului durabil în orașul Murfatlar vizează în principal trei planuri:

1. **Economic:** prin creșterea gradului de valorificare a resurselor locale și implicarea autorităților locale și a operatorilor privați, extinderea bazei de impozitare locală;
2. **Ecologic:** prin asigurarea utilizării raționale și durabile a tuturor resurselor;
3. **Social:** prin sporirea numărului de locuri de muncă, menținerea unor meserii tradiționale sau calificare în domeniul turismului și scăderea ratei șomajului.

Pe lângă consecințele economice, turismul are o profundă semnificație socio-umană. El acționează, prin natura sa, atât asupra turiștilor în mod direct, cât și asupra comunității locale, asupra calității mediului, a utilizării timpului liber și asupra legăturilor dintre comunități.



General Toshevo Municipality
City General Toshevo, Dobrich district
Postal Code-9500
5 Vasil Aprilov Str.
Tel.: +359 5731 2020
Fax: +359 5731 2505
Email: mail@toshevo.org
<https://generaltoshevo.bg/>



Tourism development strategy
Стратегия за развитие на туризма
Strategia de dezvoltare a turismului

Development of tourism potential, protection and promotion of the common heritage
General Toshevo Municipality
February 2021

The content of this material does not necessarily represent the official position of the European Union.

www.interregrobg.eu