



НАЦИОНАЛЕН ЦЕНТЪР ЗА ТЕРИТОРИАЛНО РАЗВИТИЕ – ЕАД

София, 1000, ул. "Алабин" 16-20, тел. 02/ 980 0308, факс 02/ 980 0312,
URL: www.ncrdhp.bg, e-mail: office@ncrdhp.bg

Проект: "Изготвяне на Концепция за туристическо
райониране на България"

Приложение 5

Анализ на териториалния обхват на естествено възникнали териториални туристически образувания

София, юли 2014 г.

Съдържание

ЕСТЕСТВЕНО ВЪЗНИКНАЛИ ТЕРИТОРИАЛНИ ОБРАЗОВАНИЯ НА ТУРИЗМА В БЪЛГАРИЯ - ОБЩ ПРЕГЛЕД	3
<i>ТЕРИТОРИАЛЕН ОБХВАТ НА РЕГИОНАЛНИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ АСОЦИАЦИИ/СДРУЖЕНИЯ (ПО НАЦИОНАЛНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕГИСТЪР)</i>	3
<i>ТЕРИТОРИАЛЕН ОБХВАТ НА СДРУЖЕНИЯТА ОТ ОБЩИНИ ПО ПОВОД ПРОЕКТИ ПО СХЕМАТА НА ОПРР „РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНАЛНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ И МАРКЕТИНГ НА ДЕСТИНАЦИИТЕ“</i>	6
<i>ОБХВАТ НА ПРОСТРАНСТВЕНИТЕ ОБРАЗОВАНИЯ - ТУРИСТИЧЕСКИ ЛОКАЛИЗАЦИИ И ТУРИСТИЧЕСКИ АГЛОМЕРАЦИИ ПО „НАЦИОНАЛНА КОНЦЕПЦИЯ ЗА ПРОСТРАНСТВЕНО РАЗВИТИЕ 2013-2025“</i>	9
<i>Туристически локализации</i>	9
<i>Туристически клъстери</i>	10
<i>Територии с концентрация на културни напластявания</i>	11
ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ:	12

ФИГУРИ В ТЕКСТА

Фиг. 1 ТЕРИТОРИАЛЕН ОБХВАТ НА РЕГИОНАЛНИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ОРГАНИЗАЦИИ В БЪЛГАРИЯ	4
Фиг. 2 ТЕРИТОРИАЛЕН ОБХВАТ НА ОДОБРЕНИТЕ ПРОЕКТИ ПО ОПРР (2012 г. и 2013 г.) И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ЗА ГРАНИЦИ НА МАРКЕТИНГОВИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОНИ.....	8
Фиг. 3 Курортно-туристически райони и локализации, ЕТУП на НРБ, 1981 г.	9
Фиг. 4 Оценка на културното напластяване извън границите на населените места (НКПР).....	11

Естествено възникнали териториални образувания на туризма в България - общ преглед

При отсъствието на прието и официализирано туристическо райониране в България са се формирали спонтанно, отдолу териториални туристически образувания, които са отчетени при разработване на Концепцията за райониране. Такива са регионалните туристически сдружения, по смисъла на Закона за туризма преди и след 2013 г., както и групите от общини за изпълнение на проекти за развитие на регионални туристически продукти и маркетинг на дестинациите по ОП Регионално развитие 2007-2013. Отчетен е и обхватът на формиращите се туристически образувания от агломерационен тип, регистрирани в Националната концепция за пространствено развитие от 2013 г. В Концепцията за туристическо райониране е проявена толерантност спрямо посочените териториални туристически образувания, изразяваща се в стремеж да се запази териториалната им цялостност. Но тази толерантност засяга само случаите, които не противоречат на изявените и общоприети принципи и критерии на туристическо райониране.

Изходната хипотезата при проучването е, че трите вида териториални образувания ще имат множество пространствени припокривания и пресичания, без да имат пълни териториални съвпадения с тестваните граници на туристическите райони (определени от ДАТ, 2008 и МИЕ, 2013). Във всички случаи, стремежът е да се запази целостта на териториалната им принадлежност към даден туристически район. Задачата е да се намери „помирителен вариант“, в който и трите посочени териториални общности имат приемливо защитени интереси. Това означава решение, в което са направени взаимни компромиси. Компромисите са функция от значимостта и жизнеността на съответното образувание (туристическо сдружение, проектно сдружение на общини, туристическа локализация и/или агломерация). Отправна точка в оценката са съответните функции на тези образувания:

- *Туристическо сдружение* – „да развива туризма“ (по смисъла на Закона за туризма);
- *Проектно сдружение на общини* – да реализира конкретен проект за регионален туристически продукт и неговото маркетингване (това е все още нестабилна общност, но с потенциал да прерасне в ядро в бъдещ туристически район или микрорайон);
- *Туристическа локализация/агломерация* – сложна урбанистична структура с водеща функция „туризъм“ (това е най-обективно сложената пространствена единица с неразрушима цялост)

Горните три функционално-пространствени общности трябва да се „поберат и помирят“ в граници на по-уедрени единици - туристически райони, за да се създадат пространствено-организационни условия за „формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама“.

Териториален обхват на регионалните туристически асоциации/сдружения (по Националния туристически регистър).

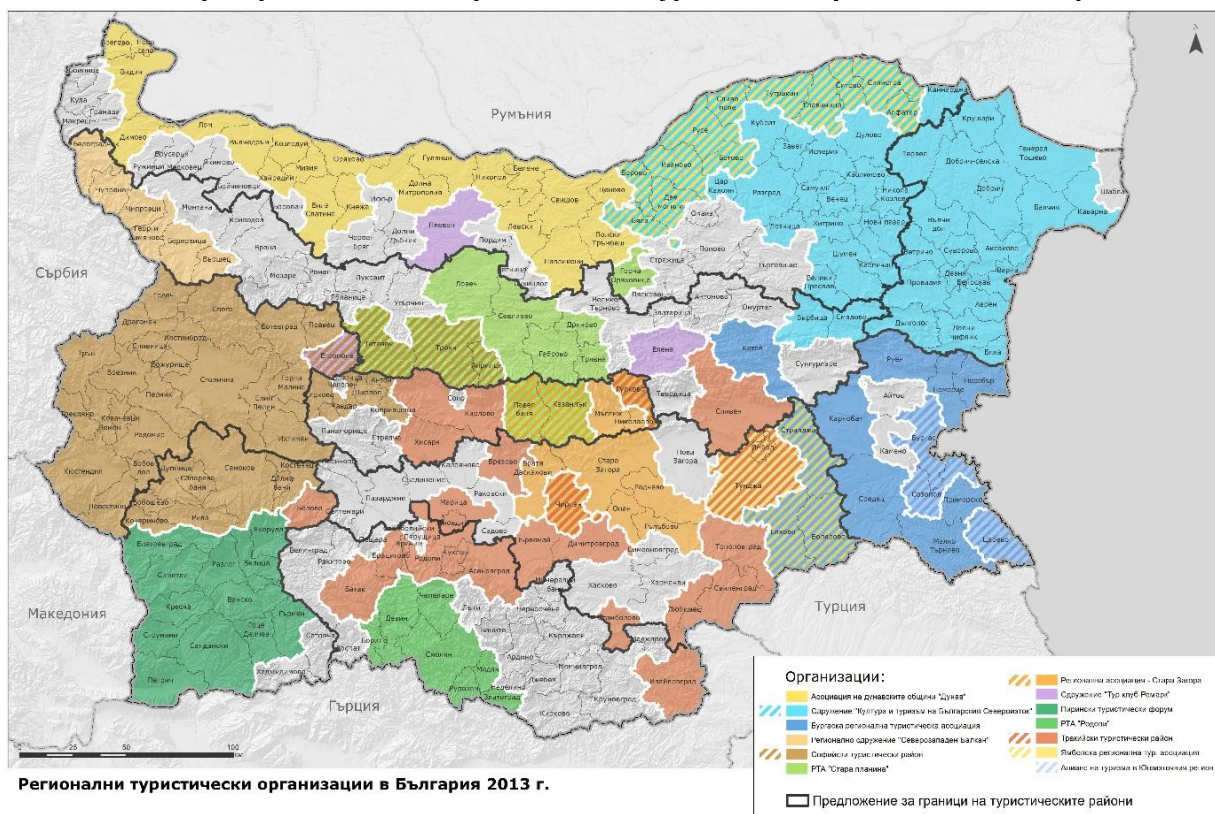
При анализа на регионалните туристически образувания се изхожда от дефинициите за "Регионално туристическо сдружение", които се съдържат в допълнителните разпоредби на двата варианта на Закона за туризма – настоящият, в сила от 26.03.2013 г. и предхождащият го вариант. Според стария вариант на закона регионалното туристическо сдружение е „юридическо лице с нестопанска цел, което се създава на територията на една или повече съседни области и обединява местни туристически сдружения и други лица, имащи отношение към развитието на туризма“. По най-съществения признак – териториалния, няма съществена промяна в разбирането за регионално туристическо сдружение и според актуалния Закон за туризма, в който този тип сдружение е определено като „сдружение, което се

създава за развитие на туризма на територията на две и повече съседни общини и обединява местни туристически сдружения, както и други организации, желаещи да допринесат за развитието на туризма на съответната територия”.

След приемането на новия Закон за туризма е иницииран процес на пререгистрация на туристическите организации в Националния туристически регистър (НТР), поради което има съществена разлика между броя на организациите, присъстващи в него към март 2013 г. и към март 2014 г. Към момента броят на вписаните в регистъра е твърде малък, като вероятно броят им ще расте и ще се приближи до вписаните в него преди наложената пререгистрация. По тази причина анализът на териториалния обхват на регионалните туристически сдружения е осъществен на базата на поизчерпателния списък от март 2013 г., като е направено сравнение и със списъка от март 2014 г. Допълнителен аргумент за приложения подход е фактът, че наличните в НТР регионални сдружения към март 2013 г. са със сравнително дълга история и са познати като структури на националния, а в някои случаи и на международния туристически пазар.

Към март 2013 г., в Националния туристически регистър са вписани 13 регионални туристически сдружения. При формирането им не е следван общ модел, което се отразява на разнообразието на членовете им – общини, местни туристически сдружения, други неправителствени организации, отделни фирми. Въпреки разпоредбите на Закона за туризма, сдруженията не са класифицирани, поради което идентифицирането на обхвата им е условно. Към регионалните туристически сдружения са отнесени тези, които имат значителен дял „териториални“ членове (общини или местни туристически сдружения). По същата причина от списъка на регионалните образувания са изключени туристическите камари, в частност, Варненската туристическа камара и Бургаската туристическа камара, които обединяват предимно бизнес структури и физически лица. Териториалният обхват на регионалните сдружения е определен въз основа на публикувани на техните сайтове списъци на членовете им или въз основа на други източници (Фиг. 1)

Фиг. 1 Териториален обхват на регионалните туристически организации в България



Към март 2014 г. в НТР видът на туристическите сдружения е изрично определен, като тези, които са отнесени към регионалните сдружения, са само 6 на брой – Бургаска регионална туристическа камара, Бургаска регионална туристическа асоциация, Варненска туристическа камара, Тракийски туристически район, сдружение „Култура и туризъм на Българския Североизток“ и сдружение „Тур Клуб Ремарк“. В случая с туристическите камари във Варна и Бургас, независимо от териториалния произход на техните членове, те трудно могат да отговорят на дефиницията за регионално сдружение, посочена по-горе и съответно отново са изключени от анализа. При останалите 4 регионални организации не са констатирани промени в териториалния обхват, включително и за Тракийския туристически район, който в едногодишния период не е регистрирал нови общини като членове на организацията.

Най-общата оценка е, че при съществуващата ситуация териториалният обхват на регионалните асоциации не може да бъде надеждна цялостна основа за идентифициране на туристически райони, но може да се използва при анализа и решаването на някои от спорните казуси (ареали) на принципа по възможност да не се разделят съществуващи регионални сдружения.

В подкрепа на горния извод може да се направят следните коментари:

Съществуват много ограничен брой асоциации, които са *компактни и без дублиране на членството* с други регионални асоциации. Това са по-специално Пиринският туристически форум и Регионална туристическа асоциация „Родопи“.

До известна степен, към групата на „компактните“ асоциации може да се отнесат Регионална туристическа асоциация „Стара планина“, Регионално сдружение за развитие на туризма „Северозападен Балкан“, Регионална асоциация по туризъм Стара Загора, Софийският туристически район и Асоциация на дунавските общини, но някои от общините в тях са включени в други сдружения (от „Северозападен Балкан“ – Белоградчик е член и на асоциацията на дунавските общини, а Вършец – на „Турклуб Ремарк“; от РТА „Стара планина“ – Тетевен, Троян и Априлци са членове на „Турклуб Ремарк“, а Казанлък и Павел баня – РАТ Стара Загора; от РАТ Стара Загора – Казанлък и Павел баня са членове на РТА „Стара планина“, а Чирпан – на Тракийския туристически район; от Софийски туристически район – Етрополе – на „Турклуб Ремарк“; от Асоциация на дунавските общини – Белоградчик е в „Северозападен Балкан“, а общините от област Русе и Силистра – в Сдружение „Култура и туризъм на Българския Североизток“). Силно дискуссионна е възможността за цялостен район, включващ северните и южните части на Средна Стара планина поради ограничените транспортни връзки, а и поради различията в основните ресурси. Що се отнася до Софийския туристически район, неговият териториален обхват е неясен - по някои данни от медиите той обхваща областите Столична, Софийска, Пернишка и Кюстендилска, а по други – най-малко общините Кюстендил, Перник, Трън, Столична, Етрополе.

Налице са случаи на *значително териториално застъпване* между различни асоциации, в съчетание с *териториална фрагментация*. Например, Алианс на туризма в Югоизточния район включва 3 общини, 2 от които са членове на Бургаската регионална туристическа асоциация (Созопол и Царево). От друга страна, в БРТА не участват централните общини на района (Бургас, Айтос и Камено), но членове са трудно асоциируеми с района общини като Стралджа, Болярово, Елхово (първоначално членове на Ямболската туристическа асоциация) и Котел. Интересен е случаят с Котел, където при обсъждане на схемата на туристическо райониране на ДАТ е изразено категорично мнение за присъединяване към Черноморския район с аргумент, че общината разчита силно на посетители, стационарни в морските курорти. Подобна е ситуацията и с Тракийския туристически район, но разликата е, че той е на практика в процес на формиране (респ. очаква се присъединяване на нови членове). На този етап районът не е компактен и се застъпва с Ямболската регионална туристическа асоциация (Ямбол и Тунджа) и с РАТ Стара Загора (Чирпан). Към момента не са се присъединили ключови общини като Стара Загора

или Казанлък, но са включени твърде отдалечени от ядрото и различаващи се от гледна точка на особеностите им общини като Сливен, Гурково, Белово, Батак, Ивайловград. Интересен е случаят със Сливен, където при обсъждане на схемата на туристическото райониране са изявени желанието за присъединяване към три различни района – Старопланински, Черноморски и Тракия.

Някои от регионалните сдружения са силно фрагментирани, въпреки сравнително продължителното им съществуване и не могат да служат като основа за цялостен район или подрайон. Такъв е случаят с „Турклуб Ремарк“, който включва несъседни и дори много отдалечени общини (напр. Вършец, Плевен, Елена), а наред с това, повечето от общините са членове на други асоциации (Вършец – на „Северозападен Балкан“, Етрополе – на Софийски туристически район, Тетевен, Троян и Априлци – на РТА „Стара планина“

Трябва да се има пред вид и динамиката на регионалните сдружения, включваща процеси на формиране на нови асоциации, териториално разширяване (нови членове) и свиване (отпадане на членове), което показва тяхната неустойчивост.

Не на последно място, информацията за членовете (съответно териториалния обхват), както и за дейността на някои от сдруженията е крайно непълна, неясна или противоречива. Показателни примери в това отношение са Алианс на туризма в Югоизточния регион, Софийският туристически район, Сдружение "Култура и туризъм на Българския Североизток". Красноречив е фактът, че 5 от регионалните туристически сдружения въобще нямат сайт, а две нямат работещ сайт.

В заключение по темата „регионални сдружения“, те могат да се използват при анализа и изясняване на принадлежността на отделни общини към очертаните туристически райони, но не могат да служат като надеждна основа за определяне на границите на туристическите райони. Препоръчително е (но не е задължително) да се запази териториалната им цялост и по възможност да бъдат включени изцяло в някой от бъдещите туристически райони.

Териториален обхват на сдруженията от общини по повод проекти по схемата на ОПРР „Развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите“

По Оперативна програма „Регионално развитие“ (ОПРР), приоритетна ос 3: „Устойчиво развитие на туризма“, операция 3.2: „Развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите“¹, през 2012 г. и 2013 г. са одобрени за финансиране голям брой проекти за развитие на регионалния туристически продукт и неговото популяризиране. Те са с двугодишен срок за изпълнение, което предполага, че в този период на пазара ще се предлагат разработените по проектите регионални туристически пакети, а маркетинговите дейности, вкл. използването на рекламните материали, ще продължат поне още няколко години.

Изисквания на ОПРР към проектите за развитие на регионални продукти и маркетинг на дестинациите. Насоките за кандидатстване по разглежданата схема на ОПРР (Насоки за .., 2010) поставят редица изисквания по отношение на кандидатите:

- Водеща по проектите е една от общините в страната, задължително в партньорство с най-малко две общини, като всяка от общините трябва да има обща териториална граница с поне една от останалите общини в

¹ Схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ: BG161PO001/3.2-02/2011 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите“, Бюджетна линия: BG161PO001/3.2-02/2011

партньорството. Допустими партньори са и местни, регионални и национални туристически сдружения²;

- Територията на общините в партньорството трябва да има сходни характеристики, които позволяват формиране на общ регионален туристически продукт;
- Проектните предложения следва да се основават на маркетингово проучване и анализ на потенциала и търсенето на регионалния туристически продукт, и на разработена и публично обсъдена Концепция за развитие на регионалния туристически продукт;
- Общините в партньорство трябва да докажат устойчивост на направените интервенции, като в период до една година след приключване на дейностите по проекта се ангажират с изпълнение на рекламни дейности, участие в туристически борси, изложения и панаири и изследване на въздействието на маркетинговите и рекламни дейности.

В изпълнение на горните изисквания, одобрените проекти (някои вече завършени) са разработени при коопериране на усилията на администрациите на няколко съседни общини (за влизането в партньорствата има решения на Общинските съвети), представени са аргументи за обособяване на туристическа дестинация със съответния обхват, разработени са концепции за регионалния туристически продукт и неговия маркетинг. Преобладаващата част от предвидените дейности са свързани с разработване на общ туристически продукт под формата на туристически пакети и маршрути и с изпълнение на комуникационна кампания с рекламни материали в интернет, участия в туристически изложения и борси. Изработените рекламни материали ще се използват поне няколко години след приключване на проектите, което означава, че за 4-5 години в резултат на очаквания ефект от кампаниите на пазара ще бъде създадена трайна представа за дестинациите.

По тази причина в бъдещата схема на туристическото райониране изглежда нелогично разделянето на доброволно създадените териториални обединения на общини във връзка с вече стартиралите проекти за регионален маркетинг. Напротив – те могат да послужат като ядра, около които да се присъединят и останалите общини, които не са включени в разглежданата схема за безвъзмездна помощ.

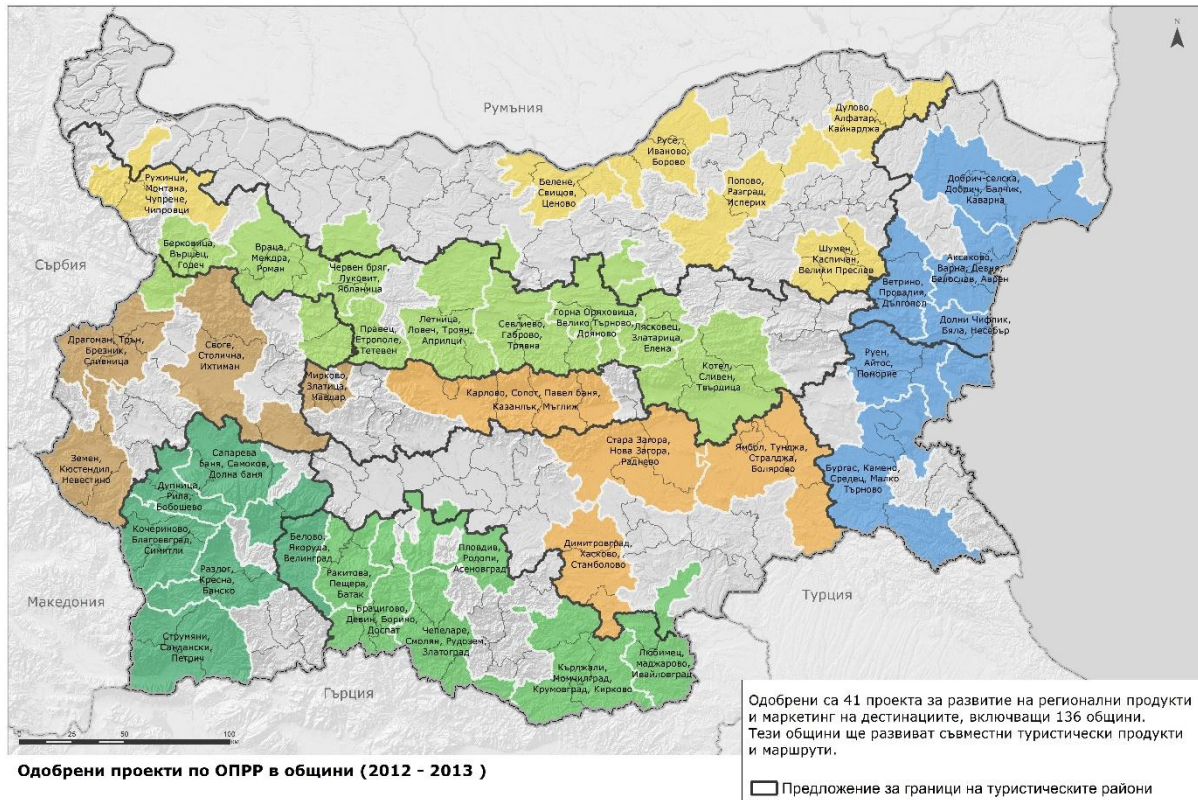
Анализ на проектните предложения. В първата фаза на набиране на проектни предложения по Схемата за подкрепа на развитието на регионалния туристически продукт и маркетинга на дестинациите през март 2012 г. са подадени 49 проекта, като 6 от тях са постъпили след уточнения срок и не са разглеждани. От редовно подадените проекти 15 са отхвърлени и 28 са получили одобрение за финансиране. Във втората фаза през септември 2013 г. са подадени 25 проекта, от които 20 са сред участвалите неуспешно на предишната фаза (на практика всички отхвърлени, без един – община Пазарджик с партньори Септември и Лесичево). Одобрени за финансиране са 18 нови проекта, като поради изчерпване на бюджета на схемата, 2 проекта с висока оценка са официално обявени за резерви. Сумарно по двете схеми са договорени 41 проекта, които са включени в настоящото проучване, и 2 са резерви, които не са разглеждани. Териториалният обхват на формализираните партньорства е представен на Фиг. 2.

В посочените 41 проекта участват общо 136 общини, което представлява 52% от общините в страната. Териториалните обединения по проектите включват средно по 3,3 общини, при официално изискване за минимум от 3 общини в партньорство. В действителност само в два случая се констатира обединение на 5 общини – първият е с водеща община Казанлък и партньори – общините Павел баня, Сопот, Карлово и Мъглиж, а вторият – с водеща община Варна и партньори – общините Аврен, Аксаково, Белослав и Девня. Териториалният обхват на одобрените проекти е

² По смисъла на чл. 11, ал. 2, т. 1 от Закона за туризма, актуален към момента на кандидатстване, регистрирани в Националния туристически регистър, и техни клонове.

представен на Фиг. 2. Уместността на някои проекти е спорна - както от гледна точка на реалния потенциал на включените общини (например Кайнарджа – Алфатар - Дулово), така и на тяхното групиране (в някои случаи механично, за да се отговори на изискванията, например Разлог-Банско-Кресна), но в крайна сметка, това е виждането на заинтересованите „отдолу“. Поне отчасти, това се дължи и на твърде „механичния“ подход при изготвянето на насоките за съответните схеми.

Фиг. 2 Териториален обхват на одобрените проекти по ОПРР (2012 г. и 2013 г.) и предложение за граници на маркетинговите туристически райони



Съпоставени с предложените туристическите райони, повечето от проектните териториални общности се побират без пресичане на границите им (Фиг. 2). Изключение правят само 3 групи общини:

- От проектната група от четири общини (Монтана, Ружинци, Чупрене и Чипровци) само една община не попада в Старопланинския район, а в Дунавския;
- От проектната група от три общини (Белово, Якоруда, Велинград), Белово и Якоруда са в Рило-Пиринския район, а Велинград – в Родопския;
- От проектната група от три общини (Любимец, Маджарово и Ивайловград), Маджарово и Ивайловград са в Родопския район, а Любимец – в район Тракия;

Подобно на регионалните туристически сдружения, критерий за задължително запазване на заварена териториална цялост би следвало да бъде нейната жизненост, значение и роля. За съжаление, в момента е рано да се прецени доколко устойчиви и значими ще бъдат резултатите от стартиралите проекти. Предвид малкия брой на разделени групи (описани по-горе), по-удачно би било индивидуално консултиране и постигане на консенсус със заинтересованите.

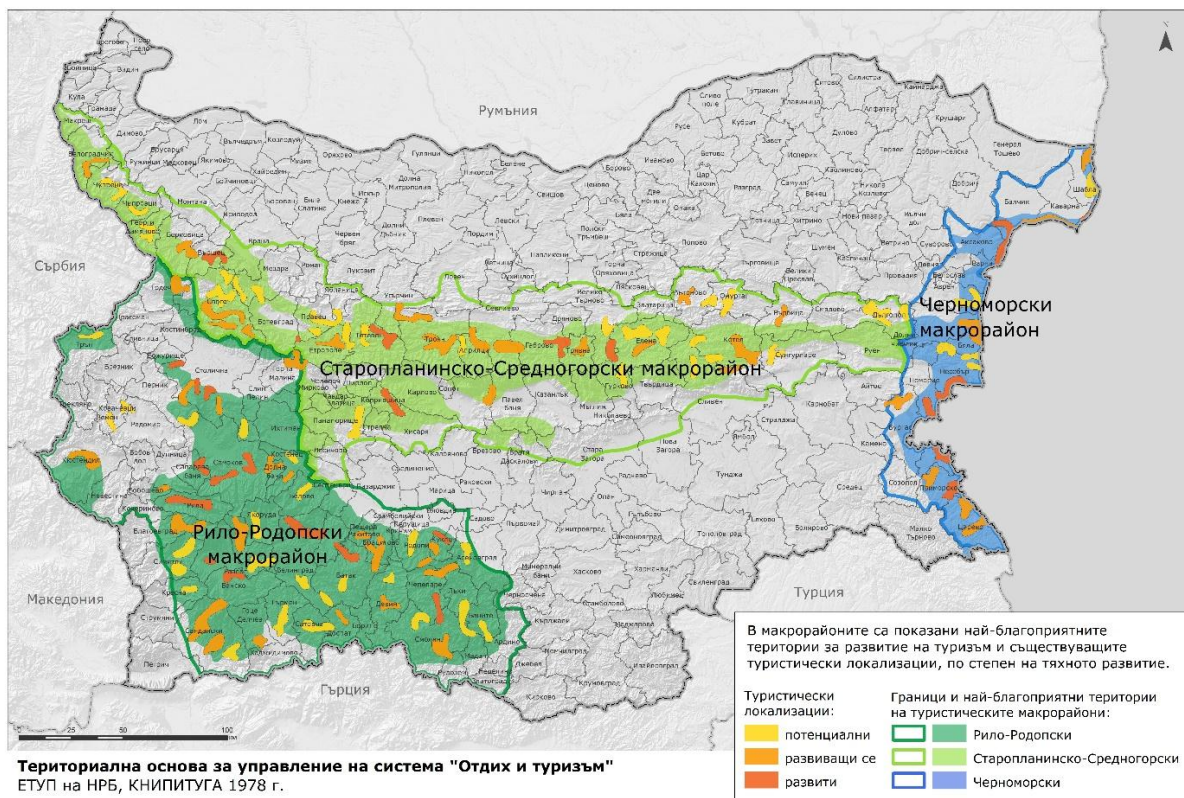
Обхват на пространствените образувания - туристически локализации и туристически агломерации по „Национална концепция за пространствено развитие 2013-2025“

Туристически локализации

Развитата туристическа функция е съвременен урбанизационен фактор, който влияе осезателно върху структурата и облика както на селищата, така и на взаимодействията между тях. С натрупването на влиянията, туристическата функция води до формиране и на специфични агломерационни образувания от туристически тип (туристически локализации). Туристическата функция е сред мощните съвременни фактори, влияещи и върху развитието на агломерациите на големите градове Варна и Бургас. При тях, промишлената функция е причината за развитие на агломерационното образувание в дълбочина (на запад в хинтерланда), докато туристическата функция – за развитието му успоредно на морския бряг, на север и на юг от града-център.

Процесът на формиране на туристически агломерационни образувания (туристически локализации) е непрекъснат с големи времеви и пространствени натрупвания. Една от първите им „инвентаризации“ е още от началото на 80-те години на миналия век (Фиг. 3). В приложената илюстрация, туристическите локализации са типологизирани по значение (национално, регионално и локално) и по фаза на развитие (развити, развиващи се и неразвити). Тогава са идентифицирани над 80 локализации от всички типове.

Фиг. 3 Курортно-туристически райони и локализации, ЕТУП на НРБ, 1981 г.



В съвременните си прояви, могат да се посочат следните активни и развиващи се агломерационни образувания от туристически тип (туристически локализации):

Морски:

- Несебър – Равда – Слънчев бряг – Свети Влас;
- Балчик – Албена – Кранево;

- Каварна - Тополи;
- Варна – Златни пясъци;
- Бургас – Поморие;
- Приморско – Китен – ММЦ;
- Созопол – Каваците;
- Царево;

Планински и балнео-курорти:

- Разлог – Банско – Баня – Добринище;
- Самоков – Боровец – Бели Искър;
- Смолян – Пампорово – Чепеларе;
- Велинград;
- Хисаря;
- Сандански и други локализации с по-малки потенциали за развитие.

Само в посочените локализации са концентрирани 76% от реализираните нощувки и почти толкова от приходите от нощувки през последните години. За морските локализации този дял е 68%, а за планинските – 8%.

Освен посочените, съществуват и други малки градове с курортни функции в Стара планина, Родопите, Странджа, Средна гора, около традиционни курорти с минерални води. Те притежават потенциал за бъдещо развитие на агломерационни връзки на основата на туристическо предлагане с интегриране на природни и културни ценности, уникални ландшафти с висока естетическа стойност, минерални води, подходящ микроклимат с доказани лечебни свойства. Това е все още неразвит потенциал за алтернативни форми на устойчив туризъм и рекреация, и за формиране на туристически агломерационни образувания.

Туристическите агломерационни образувания следва да са обект на устройствено планиране в целия им обхват, за да може правилно да се насочват инвестиционните намерения в сферата на туризма и да се опазва околната среда от прекалена и хаотична туристическа урбанизация.

Ролята на коментираните туристически локализации за туристическото райониране е безспорна, при това, безконфликтна. Териториалните мащаби на изявените локализации са от друг, много по-малък порядък спрямо тези на туристическите райони. Това е предпоставка за безконфликтно вписване на тяхната цялост в туристическите райони, и то в техните активни туристически територии - ядрата на районите.

Туристически клъстери

Според Националната концепция за пространствено развитие (2012) много често културното наследство се разглежда като генератор на туристическа инфраструктура, която от своя страна провокира процеси и дейности в населените места. Затова освен интегрирания подход при управлението на културното наследство, трябва да се изследват и възможните клъстери, в които участват разнообразните културни ценности. В тази сфера могат да се обособят:

- ✓ *Клъстер „Море“*- “Черноморски туристически клъстер” с обхват области: Добрич, Варна и Бургас. Целесъобразно е да се развият и предлагат интегрирани продукти на морски, екологичен, културен и селски туризъм;
- ✓ *Клъстер „Ски туризъм“* – включващ изявените ски дестинации – Банско, Смолян, Чепеларе и Боровец. Този клъстер ще се разшири и със зона „Витоша“;
- ✓ *Клъстер „Трите реки“* – р. Тунджа в северната част („Долината на тракийските царе“), долината на р. Марица (Пловдив, с. Старосел и Кози грамади, Пазарджик, Асеновград) и р. Арда в южната част – Перперикон, Татул;

- ✓ Клъстер „Балнеология и СПА“ Центрове като Кюстендил, Велинград, Вършец, Девин, Павел баня, гр. Баня, община Баните (област Смолян), Горна баня и Банкя, Нареченски бани, Бургаски, Сливенски, Старозагорски и Хасковски минерални бани формират плътна мрежа от центрове с недоразвит потенциал.

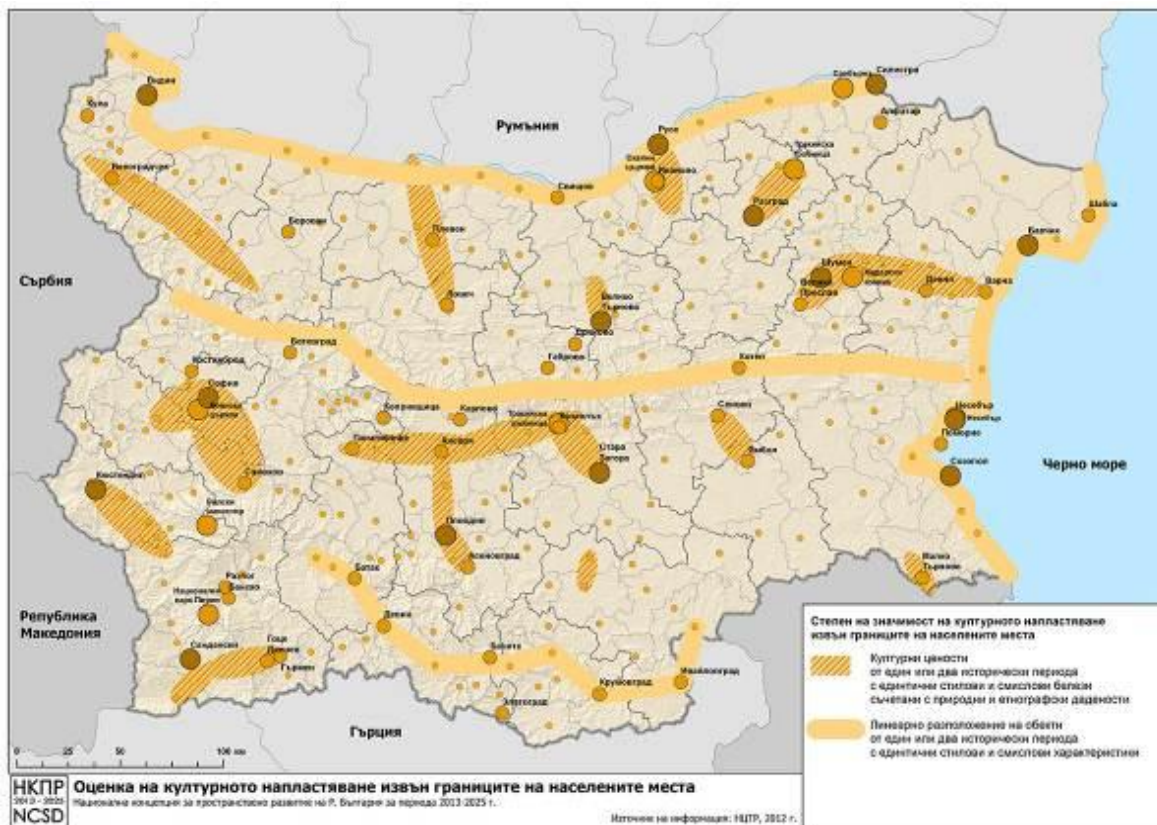
За разлика от туристическите локализации, имащи ясни пространствени граници, клъстерите са проява на функционални взаимодействия и не е необходимо да им се търси прецизно дефинирана територия. В този смисъл, туристическите клъстери не се включват сред факторите за еднозначно делимитиране на туристическите райони.

Територии с концентрация на културни напластявания

Националната концепция за пространствено развитие (2012) посочва ареалите с концентрация на природни и културни ценности от национална и световна значимост, към които приоритетно трябва да се насочат проекти, финансиране и партньорства (Фиг. 4).

Това са териториите около Бургаския залив, заедно с акваторията и подземната археология (от Несебър до Созопол), района на Старите български столици, заедно със скалните манастири Иваново, гробницата Свещари и др., района на тракийските владетели, заедно с долината на розите, културните ценности на Пловдив, от могилите край Казанлък до Старосел на юг, района около София със Софийската Света гора на юг до Рилски манастир. Представената схема илюстрира локализациите на всички обекти на световното културно наследство в страната, както и номинираните през последните години. Това е мрежа от специфични пространства с важна роля при делимитиране на туристическите райони. За разлика от разгледаните по-горе териториални образувания с ясно дефинирани граници, тези са с условни граници. Затова те ще имат само „съветващи“ функции в районирането. Същевременно, очевидната концентрация на природни и културни ценности показва, че те могат да бъдат в основата на подялбата на районите на под-районни единици.

Фиг. 4 Оценка на културното напластяване извън границите на населените места (НКПР)



Използвани източници:

1. Закон за туризма. Обн., ДВ, бр. 30 от 26.03.2013 г.
2. Насоки за кандидатстване по схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ, чрез открита процедура за конкурентен подбор на проекти с определен срок за подаване на проектни предложения. МРРБ, Главна дирекция „Програмиране на регионалното развитие“, 2010.
3. Национален туристически регистър <http://www.mi.government.bg/bg/themes/spisak-na-vpisanite-v-nacionalniya-turisticheski-registar-turisticheski-sdrujeniya-640-397.html>
4. Национална концепция за пространствено развитие 2013-2025.
5. Стратегия за бранд „България“. Разработване на стратегия за бранд „България“, продуктови и регионални брандове и интегриран бранд мениджмънт, „Обединение за бранд „България“. ОПРР, Схема за безвъзмездна финансова помощ BG 161PO001/3.3-01/2008 „Подкрепа за ефективен национален маркетинг на туристическия продукт и подобряване на информационното обслужване“ по договор № BG161PO001/3.3-01/2008/001-08 за проект „Разработване на стратегия за бранд България и въвеждане на практика на интегриран и последователен бранд мениджмънт“, МИЕТ, 2013.
6. Схема за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ: BG161PO001/3.2-02/2011 „Подкрепа за развитие на регионалния туристически продукт и маркетинг на дестинациите“, Бюджетна линия: BG161PO001/3.2-02/2011
7. Туристическо райониране на Република България. ДАТ, май 2008 <http://www.tourism.government.bg>