

СТРАТЕГИЯ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ

НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

2021-2027

ГРАД КАСПИЧАН

2021 г.

ИКОНОМИЧЕСКИ УНИВЕРСИТЕТ-ВАРНА
КОЛЕЖ ПО ТУРИЗЪМ-ВАРНА
www.ct-varna.com

ПЛАН-СЪДЪРЖАНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

ВЪВЕДЕНИЕ

I. АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН
II. ВИЗИЯ, ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН
III. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА КАСПИЧАН КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ
IV. ПРОГРАМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН
V. МОНИТОРИНГ И КОНТРОЛ ПО ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

ВЪВЕДЕНИЕ

I. АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. Ситуационен анализ
   1.1. Географско разположение и достъпност
   1.2. Природни ресурси
   1.3. Антропогенни ресурси /културно-историческо наследство/
   1.4. Социална дейност /култура, събития/
   1.5. Демографски характеристики
   1.6. Туристическа супер- и инфраструктура и услуги
   1.7. Комуникационна дейност
   1.8. Институции и организации, свързани с развитието на туризма
   1.9. Изпълнение на Стратегията за развитие на туризма 2014-2020 г.
2. Анализ на резултати от проучване за целите на разработване на стратегията за развитие на устойчив туризъм в община Каспичан -
3. SWOT-анализ
4. Изводи от анализа на състоянието и възможностите за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

II. ВИЗИЯ, ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. Визия, стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан
2. Специфични цели за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан -
3. Мерки за изпълнение на специфичните цели за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

III. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА КАСПИЧАН КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

1. Целеви туристически пазари на туристическа дестинация Каспичан
2. Туристически продукти

3. Комуникационна стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация
4. Партньорства за изпълнение на маркетинговата стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация

IV. ПРОГРАМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. План с дейности по мерките за изпълнение на специфичните цели /отговорници, финансиране, времеви период/
2. План с индикатори за измерване постижението на специфичните цели

V. МОНИТОРИНГ И КОНТРОЛ ПО ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. План за мониторинг и контрол на изпълнението на стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан
2. Информация и публичност на изпълнението на програмата за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегията е разработена от Община Каспичан съвместно с Колеж по туризъм – Варна при Икономически университет - Варна

ВЪВЕДЕНИЕ

Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан е разработена за периода 2021 - 2027 г. Тя е ключов средносрочен, стратегически документ за развитие на туризъм, който да бъде фактор за икономически растеж, повишаване качеството на живот и опазването на околната среда и културното наследство в общината. Стратегията е продължение на Стратегията за развитие на туризма в община Каспичан 2014-2020 г. и представя насоките за развитие на сектора за следващите 7 години. Пространственият обхват е цялата територия на общината - землищата на град Каспичан с квартал Калугерица, град Плиска и селата Каспичан, Могила, Косово, Марково, Кюлевча, Златна нива и Върбяне.

Стратегията е разработена на базата на принципите за устойчиво развитие и е съобразена с новите икономически, социални, политически и технологични реалности. Тя е ориентирана към повишаване и утвърждаване атрактивността на община Каспичан като туристическа дестинация. Същевременно е насочена към постигане на принос за балансирано развитие на района в икономически, социален и екологичен аспект.

Стратегията 2021-2027 определя отново политиката на Община Каспичан за развитие на туризма и очертава неговите основни цели, приоритети, видове и форми. Те са формулирани чрез постигане на следните основни задачи:

1. Анализ на възможностите за развитие на туризма чрез изследване на съществуващи документи и източници на данни, и проучвания на заинтересованите страни - бизнес, експерти, общинска администрация, местни жители, настоящи и потенциални туристи;
2. Оценка и обобщение на възможностите за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан;
3. Разработване на маркетингова стратегия за развитие на община Каспичан като атрактивна туристическа дестинация;
4. Разработване на план за действие с конкретни дейности, срокове и отговорни изпълнители и план за мониторинг и контрол върху изпълнението на стратегията.

Използваните методи са:

1. Вторично проучване - национални, областни и общински стратегии, планове и програми, документи и информационни материали от приключили и настоящи проекти, от културни, спортни и други институции, от Община Каспичан, статистически данни
2. Първично проучване - проучване чрез анкети, интервюта и групови дискусии с експерти и представители на бизнеса и администрацията, туристи и потенциални посетители
3. SWOT-анализ - анализ на силните и слабите страни, възможностите и заплахите за изпълнение на Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан 2021-2027 г.
4. Количествена и качествена оценка на потенциала за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан 2021-2027 г.

Стратегията е разработена в съответствие с Плана за интегрирано развитие на Община Каспичан 2021-2027 и Стратегия за развитие на област Шумен 2014-2020 г., Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма 2014- 2030 /Актуализирана версия/, Концепцията за туристическо райониране и Маркетинговите стратегии за развитие на туристическите райони в България, Закон за туризма, Закон за защитените територии, Закон за опазване на околната среда, Закон за културното наследство и други. При изготвянето на стратегията са отчетени също нормативните документи на Община Каспичан, научна литература, информационни материали и публикации за широката общественост в областите история, екология, туризъм, дигитални технологии и други.

СПИСЪК С ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ И ТЕРМИНИ

Съкращение / термин	Значение
Генерация Z	Това са младите хора, родени в периода 1995-2012г., наричани още Интернет генерация
Едютеймънт	Education & Entertainment – обучение или образование съчетано с забавление
ИКТ	Информационни и комуникационни технологии
ЗХР	Заведения за хранене и развлечения
НИАР	Национален историко-археологически резерват
СУРТ	Стратегия за устойчиво развитие на туризма
ТИЦ	Туристически информационен център
Туристическа суперструктура	Към туристическата суперструктура се отнасят сградите, обзавеждането и оборудването на средствата за подслон, местата за настаняване, заведенията за хранене и развлечение, посредническите фирми и търговските обекти. Чрез нея се фиксира капацитета, усвояването на капацитета и усвояването на туристическата територия.
AR	Added Reality – Добавена / Разширена реалност – наслагване на дигитално изображение към реална картина или образ
QR	Quice Response Code – баркод, представен чрез графично изображение, който съдържа инфорация, която може да бъде прочетена чрез сканиращо устройство, вкл. мобилно устройство
SWOT	Strentchs, Weaknesses, Opportunities, Treaths – Силни страни, слаби страни, Възможности, Заплахи - Инструмент за стратегически анализ
Touch screen	Монитор с възможност за управление чрез докосването му
VR	Virtual Reality – Виртуална реалност – симулирана реалност в дигитална среда
View Points	„Места за гледка“ – места, където може да се наблюдава определен пейзаж, обект, животни и други, често оборудвани с далекоглед и информационна табела
Visit Kaspichan Municipality	Посети община Каспичан

I.АНАЛИЗ НА СЪСТОЯНИЕТО И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. Ситуационен анализ

Ситуационният анализ обхваща анализ на материални и нематериални, човешки и финансови ресурси и активи, природо-географски, демографски, икономически и институционални характеристики, постигнати резултати от изпълнението на предходната стратегия и състоянието на туризма в община Каспичан. Целите на анализа са:

- да бъде характеризирана съвременната социално-икономическа и екологична ситуация в общината, в т.ч. използван и неизползван потенциал за развитие на туризма;
- да се определят ключовите, настоящи и потенциални, ресурси, активи и характеристики за развитието на туризма.

Анализираните ресурси и активи обхващат природни ресурси и дадености, културно-историческо наследство, социални ценности, традиции, събития и ангажирани лица в местната икономика, управление и социална сфера. За целите на анализа се прави оценка на географска и транспортна достъпност, климат, икономическа ситуация (БВП, заетост, структура и др.), демографска картина, инфраструктура, административен и институционален капацитет на община Каспичан.

1.1. **Географско разположение и достъпност**

Община Каспичан е разположена в централната част на Североизточна България и е включена в териториалните граници на област Шумен. Територията на общината е 274,402 кв.км. и заема 8% от територията на област Шумен и 1.9 % от територията на Североизточен район (СИР, NUTS 2). Общинският център отстои на 69 км от град Варна, 120 км от Русе и Силистра, 23 км от гр. Шумен и 193 км от град Бургас.

В средната част на района се откроява Провадийско – Роякското плато /431м./. Северните склонове на платото при селата Мадара и Кюлевча представляват внушителни почти отвесни скални венци. Надморската височина на общинският център е 120 м.

Община Каспичан има благоприятно географско положение, което е изключително значимо от стратегическа и стопанска гледна точка. Това се дължи на факта, че Каспичан представлява важен транспортен възел между Североизточна и Западна България, както и между Северна и Южна България. През територията на общината преминават едни от основните транспортни артерии и инфраструктурни системи от регионално и национално значение. Една от тях е магистрала “Хемус” Варна - София, която свърза общината с град Варна и летище “Варна”, с град Велико Търново и град София. Каспичан е пресечна точка на главните пътища, с национално значение, 1-7 Силистра-Шумен-Ямбол с връзка 1-6 София – Бургас и 1-9 Варна – Бургас, 1-2 Русе - Варна и Другата транспортна артерия, значима за цялата страна е ж.п. линия Варна-София. Железопътната гара Каспичан е един от най-важните комуникативни и транспортни възли в Североизточна България. През нея минава и първата железопътна линия в България - Варна - Русе. Горепосочените факти доказват, че Каспичан е свързан и със значимите транспортни центрове като автогара “Варна”, пристанище “Варна-Запад” и пристанищата в Русе и Силистра.

На запад община Каспичан граничи с община Шумен, на север с община Нови пазар, на изток с Община Провадия и Община Ветрино. Урбанистичната структура на общината се състои от 9 населени места: административния център гр. Каспичан с кв.Калугерица гр. Плиска, с. Върбяне, с. Златна нива, с. Каспичан, с.Косово, с. Кюлевча, с. Марково и с. Могила.

Изводи:

Географското разположение и свързаната с него транспортна инфраструктура и достъпност е отличителна характеристика на община Каспичан, с висока икономическа и социална стойност. Тя е значим фактор за привличане на потоци от хора, стоки и инвестиции. От една страна общината има отлично разположение спрямо важни урбанистични центрове и утвърдени туристически дестинации като Варна, Русе и Шумен в Североизточния район, и Бургас в Югозападна България. От друга страна транспортната достъпност до тях и други населени места като Силистра, Добрич и Ямбол е лесна, удобна и представена чрез две възможности - железопътен и автомобилен транспорт. По този начин община Каспичан има висок потенциал,все още неизползван достатъчно, за привличане на туристи и гости в района.

1.2. Природни ресурси

Община Каспичан попада в умереноконтиненталната климатична област, с относително студена зима и горещо лято.

В района на общината, съгласно Закона за защитените територии /ЗЗТ/ и информация от публичния регистър на защитените територии и зони към ИАОС се намират 2 защитени местности и 4 защитени зони:

- **Защитена местност "Каньона"** за опазване на растителен вид нарязанолистен тъжник /Spiraea crenata L./

Защитена местност „Каньона"се намира в землището на с.Каспичан, с обща площ 175.8 дка. Местообитанието на този растителен вид са сухи, варовити, чакълести и каменисти места. Единствената популация досега у нас се състои от няколко групи храсти, които заемат ограничената площ от около 2.5 дка. Разположена е край р. Каменица, на 2 км от гара Каспичан.В защитената местност се намира карстов район с множество извори, водопади и горски масиви, който също е част от Провадийското плато. В скалите, които в древността са приютявали хора, днес има гнезда на орли.

- З**ащитена местност „Мадарски скални венци" с** площ: 319.13 хектара и местоположение:
  1. Област: Шумен, Община: Каспичан, Населено място: с. Кюлевча
  2. Област: Шумен, Община: Шумен, Населено място: с. Мадара

  Целите на обявяване на Мадарските скали за защитена местност са:
  - Опазване на карстови скални венци, местообитания на изявени петрофилни и защитени животински видове -лешников и горски сънливец, белогръд таралеж, подвоноси и гладконоси прилепи, гарван, белоопашат мишелов, скален орел;
  - Опазване на защитени животински видове: малък лешояд, бухал, черен и белогръд бързолет, скална лястовица, ливаден дърдавец, шипоопашата и шипобедрена костенурка, стенен гущер, дъждовник и др.
  - Опазване на находища на редки и защитени растителни видове – гризебахова кутявка, румелийско подрумиче, източен равнец, ленолистен целолист, източен микс, кавказка копривка, туфест игловръх и др.

Скалите, които са част от Провадийското плато, с течение на времето са придобили причудливи форми, радващи с красотата и предизвикващи въображението да създава невероятни асоциации.

Защитени зони на територията на общината са - една по Директивата за птиците: **Защитена зона "Провадийско-роякско плато"** за опазване на дивите птици (BG0002038) и две по Директивата за хабитатите: Защитена зона **"Провадийско-роякско плато"** за опазване на природните местообитания (BG0000104) и **Защитена зона "Каменица"** за опазване на природните местообитания (BG0000138).

- **Защитена зона "Провадийско-роякско плато"** за опазване на дивите птици и за опазване на природните местообитания

  Целите на опазване чрез тази защитена зона са:

  - Запазване на площта на природните местообитания и местообитанията на видове и техните популации, предмет на опазване в рамките на защитената зона;

  - Запазване на естественото състояние на природните местообитания и местообитанията на видове, предмет на опазване в рамките на защитената зона, включително и на естествения за тези местообитания видов състав, характерни видове и условия на средата;

  - Възстановяване при необходимост на площта и естественото състояние на приоритетни природни местообитания и местообитания на видове, както и на популации на видовете, предмет на опазване в рамките на защитената зона.

Екопътеките, които се намират на територията на Община Каспичан са:

- Пътека "Кирека" от бившия пионерски лагер в квартал Калугерица, покрай манастира "Свети Кирик" и скална гробница, по скалния венец и до крепостта над "Мадарския конник";
- Пътека "Мадара";
- Пътеката "Куланска пътека" от село Кюлевча до скалния венец над него;
- Пътека "Шарлъка" край село Могила и водопад Шарлъка.

Редица природни забележителности като скалните образувания "Самотницата" и „Подводницата", пещерите „Тъмната дупка", „Дядодимовата пещера", „Куртевата пещера", „Сухия водопад" привличат вниманието на любители на пешеходния туризъм.

Каменните находища в община Каспичан - "оджаци" са интересен ресурс, който не се използва днес от занаятчии и майстори каменоделци.

В община Каспичан и в района на Мадарското плато съществуват няколко места, които могат да се отличат като енергийни, с лечебно въздействие върху духа и тялото.

Изводи:

В община Каспичан съществуват природни ресурси, които се отличават със сравнително средно равнище на разнообразие, екологична, естетична и рекреационна стойност. Но, те са съхранени, своеобразни, все още недостатъчно познати и пораждащи желание да бъдат изследвани и разгледани. Потенциалът на места, които могат да бъдат енергийни и зареждащи, не е използван достатъчно. Природните ресурси в община Каспичан не са основна притегателна характеристика за туристи ако не се използват в съчетание с културно-наследство, хоби дейности, развлекателни занимания и други.

1.3. Антропогенни ресурси /културно-историческо наследство/

- *Материално културно-историческо наследство*

На територията на общината съществуват и нерегистрирани до момента археологически обекти, притежаващи статут на недвижими културни ценности, съгласно чл. 146, ал. 3 от ЗКН. До момента на тяхната идентификация, превантивната им защита се осигурява от хипотезата на чл. 160, ал. 2 от ЗКН.

Важни ресурси от културно-историческото наследство са обекти от няколко периода - неолит, тракийски период, Римска империя, Средновековие, Възраждането и развитието на България след Освобождението.

Артефакти от неолита са намерени в пещерите в скалния масив над село Кюлевча, край което има следи и от тракийски селища.

Под местността Калето в района на село Каспичан, в скалите се намират останки от тракийско селище и храм, заедно с изсечени в скалата погребални ниши с рамка за капак. В района има следи от още три тракийски селища и е една тракийска крепост, както и останки от римски път.

Най-значителният обект от културно-историческото наследство, датиращ от ранното средновековие, в община Каспичан е Национален историко-археологически резерват "Плиска". С Постановление на МС No 161 от 05.08.1958 г. за историко-археологически резервати са обявени:

- "територията на Вътрешния град на Плиска, включена в каменната крепостна стена";
- „районът, около Мадарското плато".

НИАР „Плиска" съхранява останките от Първата българска столица. Разположена на 23 хил. дка, Плиска се явява един от най-големите средновековни градове в Европа, създадена от първия български владетел кан Аспарух. С Плиска са свързани имената на редица, сред които кан Тервел, кан Крум, кан Омуртаг и Борис I Михаил. Крепостта е разделена на външен и вътрешен град. Цялата територия на Плиска е оградена със землено укрепление, под форма на неправилен трапец, което е съставено от землен вал, ров и берма. Земленото укрепление датира в първата половина на VIII в. Приблизително в центъра на Външния град е разположена каменна крепост, очертаваща границите на Вътрешния град.В първата половина на IX век в Плиска се издига представителен дворец, жилищен дворец, езически храмове /сред които посветен на бог Тангра/ и множество стопански постройки. Владетелската резиденция на кана е водоснабдена последством сложна мрежа от водопроводи от глинени и оловни тръби, включваща система за подово отопление към банята.

На 1.5 км от Източната порта се намира Голямата базилика –,един от най-големите християнски храмове, датиран от края IX в. През 886 г.– великият владетел на България Княз Борис I приема в Плиска учениците на Кирил и Методий и така се поставя началото на Плисковско-Преславската книжовна школа . Безспорно това е най-внушителният архитектурен комплекс във Външния град, чието построяване и функциониране се свързва с приемането на християнството като държавна религия. Голямата базилика и манастира са част от целия архитектурен ансамбъл, който е ограден с каменна стена. Централно място заема базилика с внушителни размери (99/29,5 м). На север от базиликата е издигнат архиепископски дворец със зидария от квадри, споени с хоросан. Между Голямата базилика и източната порта на Вътрешния град е открит единствения каменен път в Плиска, настлан с големи грубо обработени блокове. Базиликата се счита, че е една от най-големите базилики в средновековна Югоизточна Европа и се отличава с богата украса от мозайки, мраморни колони и капители.

Останките от старата българска столица край село Абоба /днешна Плиска/ са открити и изследвани за първи път от чешкия изследовател Карел Шкорпил. Повечето от намерените интересни артефакти са изложени в Историческия музей към комплекса, където посетителите могат да научат факти за бита на местното население и неговата материалната и духовна култура в периода VII- XI ~~X~~ век.

Символът на НИАР "Плиска" е Розетата от Плиска, прабългарски ранносредновековен бронзов артефакт, намерен в столицата Плиска. Розетата представлява бронзов медальон с диаметър 38 mm. Тя има формата на седемлъчева звезда, като върху всеки лъч са изсечени по два прабългарски рунически знака. В средата на горната ѝ част има ухо за окачване на връв, а на обратната ѝ страна е изсечен знакът IYI. Съгласно В. Бешевлиев, знаците и лъчите на розетата са свързани с познатите в древността седем дни в седмицата, седем планети, седемте сияйни богове, а розетата е служила за гадаене. Неговата хипотеза е най-общоприетата към момента.

Национален историко-археологически резерват Плиска е една от най-интересните исторически забележителности на България и е включен в списъка със стоте Национални туристически обекта на страната НИАР „Плиска„ е част от Национална културно-историческа дестинация - „Столиците и градовете на българските царе и патриарси". В културно- историческата дестинация са включени паметници от следните градове и резервати: Велико Търново, Русе, Шумен, Плиска, Мадара, Велики Преслав, Силистра, Провадия, Варна.

Средновековната крепост в Плиска е и част от Културните коридори, преминаващи през територията на Североизточен район и по конкретно Виа Понтика.

На територията на Общината се намира част от живописното Мадарско плато и от Националния историко-археологически резерват „Мадара". "Мадара" е обявен за Национален резерват с постановление No161 от 5.08.1958 г. Там се намира уникалният скален релеф „Мадарският конник", изсечен през VIII в. от н.е. в скалата на 23 м. над земята, който е единствен по рода си скален релеф в Европа от ранното Средновековие. Мадарският конник е включен през 1979 г. в Списъка на световното културно и природно наследство на ЮНЕСКО. През 2008 г. той е обявен за Глобален символ на България.

Значими обекти от културно-историческото наследство в община Каспичан са свързани с християнството. Такива са църкви, параклиси, монашески килии и гробници в пещерите, повече от 150 в скалния венец на Мадарските скали. Едни от най-интересните са:

- Християнски некропол край квартал "Калугерица";
- Скална гробница от 9-10 век в местността „Кирека", издълбана в скалния масив на Мадарското плато;
- Манастирски комплекс на 1 км от квартал "Калугерица", за който се предполага, че бил резиденцията на княз Борис след оттеглянето му.

От периода на Възраждането се открояват църквите и храмовете:

- Еднокорабна и едноапсидна църква - Храм "Св. Вмчк Димитър Солунски", каменен градеж от 1856 в село Марково;
- Еднокорабна и едноапсидна църква, паметник на културата, "Св.Атанасий" от 1858 г.; в село Косово.
- Църква "Св.Пророк Илия" в село Кюлевча от 1857 г.;
- Църквата "Св.Николай Летни", паметник на културата, в село Каспичан, построена през 1868 г.

Нематериално културно наследство:

- Традиции, обичаи - месене на хляб, честване на Св.Харалампий, покровител и защитник на хората от чума /заколване на черна кокошка на центъра на селото до каменен стълб на кръстопът /, Еньовден в с. Кюлевча
- Преданието за историческата битка на кан Крум с византийския император Никифор I Геник през 811 г., чиято армия е била разгромена. По заповед на кана от отсечената глава на императора е направена чаша за вино.
- Легендата за змея, който живеел в пещера в скалния масив над с.Кюлевча и откраднал мома от хорото за Гергьовден, което се виело на поляната в подножието на скалите. Змеят зазидал момичето в скалите и хората вярвали, че характерната растителност над навеса са косите й, а потичащата точно в нощта срещу Гергьовден вода в две изкуствени вдлъбнати в скалата са сълзите й. И до днес се счита, че тази вода има лечебни свойства.

Каспичан се свързва с началото на жп транспорта в България и съответно в герба на града има изобразен локомотив. Историята на Каспичан започва от жп гарата, която е построена да обслужва първата жп линия Русе – Каспичан-Варна.

Изводи:

Културно-историческото наследство в община Каспичан се отличава със средна степен на разнообразие, включва интересни обекти, част от които не са достатъчно изследвани и валоризирани за целите на туристически посещения. Но, тези ресурси могат да бъдат включени в познавателни маршрути, обиколки на района, туристически продукти като допълнение към ключовия обект НИАР "Плиска". По този начин се създава възможност да разнообразяване на престоя и откриване на недостатъчно познати места и паметници.

НИАР "Плиска" е културно-историческото наследство в община Каспичан с изключително висока културна, историческа, археологична, хуманистична стойност в национален и европейски аспект. Той е важен фактор за запазване и утвърждаване на българската и християнска идентичност.

Плиска е символ на създаването на България и утвърждаването ѝ като държава в Европа, на приемането на християнството и началото на българската култура; архитектурно-културно наследство чрез което се представя историята на България, на Балканите и Югоизточния район на Европа.

Комплексът е в непосредствена близост до архитектурно-исторически резерват "Мадарски конник" и е в исторически, културно и географски обусловена, тясна връзка с Велики Преслав. НИАР "Плиска" е ключовото културно-историческото наследство, с потенциал и стойност на най-привлекателния туристически ресурс в община Каспичан. Неизползвани са възможностите за превръщане на НИАР "Плиска" в център за култура, образование, рекреация и свободно време.

Розетата, независимо от различните хипотези за нейното предназначение, е отличителен и оригинален символ преди всичко за Плиска, но може да се използва от община Каспичан като основа за логото на туристическата дестинация.

Потенциал за развитие има историческото наследство, свързано с изграждането на първата жп линия в България и началото на жп транспорта.

1.4. Социална дейност /култура, събития/

Социалната дейност в община Каспичан се характеризира с активна читалищна дейност и традиционни събития, свързани с културно-историческо наследство, местни традиции и съвременни тенденции.

- *Читалищна дейност*

На територията на община Каспичан има читалища ~~им 8 читалища~~ във всички населени места - гр. Каспичан, гр.Плиска, квартал Калугерица, село Кюлевча, село Каспичан, село Марково, село Златна нива , село Върбяне и село Косово. Читалищата развиват художествена самодейност - групи за фолклор и театър, кръжоци по рисуване, библиотечна дейност и участват в организирането и провеждането на ключовите за общината събития. Тези своеобразни центрове за култура и образование поддържат традиционното отбелязване на празници като Коледа, Тодоровден, Лазаровден, Гергьовден, Еньовден, Димитровден, Ден на християнското семейство и др.Някои от станалите вече традиционни и много посещавани събития, се организират от няколко читалища, съвместно с община Каспичан и с други партньорски институции, извън пределите на общината: като например: **Масовата кръщавка на деца в Голямата базилика – гр. Плиска**, която се организира всяка година на 1.05. от община Каспичан, Кметството на град Плиска, НИАР „Плиска" НЧ „Пробуда 1928" гр. Каспичан и Варненска и Великопреславска Митрополия

- *Събития - фестивали, пленери, изложения*

- Национален събор “Дни на предците” - НИАР “Плиска” - в периода - май-август;
- Регионален събор, посветен на св.Цар Борис I Михаил в гр. Плиска
- Регионален събор “Кирека пее и танцува” - местност Кирека;
- Фестивал на “Суджука и младото вино” - ноември, Деня на християнското семейство, с. Кюлевча;
- Родови срещи между жители от с.Кюлевча и село Кулевча, Украйна /в с.Кюлевча по време на Събора на “Плодородието и изобилието”
- Национален фестивал “Майстори на шеговития разказ ЗЕВЗЕК” в гр. Каспичан;
- Етапи от национални и световни първенства по ракетомоделизъм в с.Златна нива;
- Регионален пленер по живопис в с.Кюлевча, с участници предимно от Североизточна България, в резултат на който е създадена и художествена сбирка “Стоян Венев”.
- Регионален събор на плодородието (Дар от природата) в с.Върбяне.

Изводи:

Читалищата в община Каспичан осъществяват активна работа, те имат роля и значение преди всичко за съхранение на местната идентичност, подкрепа за социален живот и задържане на семейства с деца в общината. Читалищната дейност има важно значение за организиране и провеждане събития свързани с християнски и други празници, които могат да разнообразят престоя на туристите, дошли с друга цел или да се привличат гости, които желаят да се включат в самите ритуали, празнични приготовления и забавления /например от читалища в населени места от Североизточна България/.

Събитията в община Каспичан са по-скоро с местно или регионално значение, въпреки, че сред тях има национални и международни. Съборите и фестивалите са интересни и с потенциал да привличат публика и участници, но все още не са достатъчно популярни и емблематични за общината. Имиджът на някои от събитията не е свързан достатъчно с местното културно наследство /НИАР “Плиска”/ и/или с местната идентичност /Мадарски скален масив, началото на християнството в България/.

1.5. Демографски характеристики

Демографската тенденция, типична за малки населени места, показва плавно намаляване на броя жителите през последните 10 години, с около 7,51 % спрямо 2013г.

В община Каспичан от 7230 общ брой жители 49 % живеят в двата града - Каспичан и Плиска, а останалите 51 % са в селата /при 73 % градско население средно в страната/.

Най – голям относителен дял във възрастовата структура на населението заемат лицата в активна трудова възраст между 30 и 59 години – 39,76%. Възрастните на 60 и повече години са 29,39% от населението, а децата и младежите до 29 години – 30,84%.

Естественият прираст за периода 2013-2019 г. като средногодишна смъртност /147 души на година/ надвишава средногодишния брой новородени деца - 74. В резултат на заселване населението на общината се е увеличило със 129 човека, но с оглед на изселване, населението е намаляло с 182 човека средногодишно в периода 2013 - 2019 г.

Изводи:

Демографията на община Каспичан се отличава със застаряване на населението и намаление на броя на жителите в резултат на отрицателен естествен и

механичен прираст. Тази демографска тенденция има негативно влияние върху предприемаческата инициативност, запазване и продължаване на местните традиции, вкл. свързани с провеждането на някои от събитията.

1.6. Икономика

Делът на стопанските сектори в местната икономика, според формирания нетен приход от продажби е както следва: Промишленост - 80,4 %, Търговия и услуги - 12,3 %, Селско и горско стопанство - 7,3%.

Броят на предприятията се увеличава в периода 2013 - 2020 г. с 10 %. Селското стопанство е традиционен отрасъл за община Каспичан. То се специализира в производството на зърнено - житни култури, зеленчуци, отглеждане на едър и дребен рогат добитък. Общината разполага със сравнително добри ресурси за развитие на земеделието - плодородни почви, благоприятни климатични условия за отглеждане на разнообразни видове култури. Делът на фирмите в селскостопанския сектор е най-големият - 24 % спрямо общия брой предприятия, но все пак осигурява само 11 % от общата заетост.

Ключови работодатели и компании

Над 87 % от предприятията в общината са микро предприятия с персонал от 1 до 9 лица. На територията на общината има само 1 фирма, в категорията средно предприятие и 2 в категорията голямо предприятие.

Основните промишлени предприятия в община Каспичан са: “Рока България” АД - производство на санитарен фаянс с персонал над 250 лица; „Цинкови покрития” АД - завод за горещо поцинковане,“Керамат” АД - производство на тухли с персонал между 100 и 250 лица; “Ринг” ООД -производство на бетон и бетонови изделия.

В хранително - вкусовата промишленост работни места осигуряват “Айсис” ООД - консервна промишленост, “Крис ойл 97” ООД - производство на рафинирано олио; “Бакхус, 4” ООД - производство на вино; ЕТ“ Живко Грозев” - производство на хляб и хлебни изделия,„Ив Мес” ЕООД - производство на месни продукти.

Леката промишленост е застъпена в производството на: амбалаж от дърво - “Янан -Янкул” ЕООД ; Производство на опаковки и каширано велпапе – „Велпа” ООД; производство на алуминиеви и пластмасови капачки - “Херти“ АД с персонал над 250 лица; „Леков и синове” ЕООД- производство на алуминиева и PVC дограма; ЕТ” Пламен Станев” - производство на дървена дограма.

Изводи:

Икономиката на община Каспичан се отличава добри темпове на развитие. Преработващата промишленост има ключова роля за стабилността на икономиката на общината, въпреки преобладаващия брой микро и малки предприятия, които са едва 12 % от общия брой, но осигуряват 70 % от общата заетост. Трите важни работодатели от този сектор са утвърдени компании на националния и международния пазар. Все още обаче не са създадени клъстери и мрежа от компании и организации, които освен да допринасят за заетостта и доходите, да привличат допълнителни инвестиции, да стимулират иновационните процеси и да подпомагат за утвърждаване на имиджа на общината.

1.7. Туристическа супер- и инфраструктура и услуги

- **Туристическа суперструктура**

Главни елементи на туристическата суперструктура в община Каспичан са местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения.

През последните 8 години се увеличава броят на местата за настаняване в общината, както и легловия капацитет.

През 2013 г. официално регистрираните места за настаняване са 7 на брой, с обща леглова база от 141 легла.

По данни на публичния регистър на общината, през 2021 г., т.е. 8 години по-късно, официално регистрираните места за настаняване са 24 на брой, с общ капацитет на легловата база 319 легла. Нарастването на леглата в местата за настаняване спрямо 2013 г. е с 44,20%, а къщите за гости са се увеличили със 17 бр.

Таблица 1 "Реализирани нощувки и приходи от настаняване в община Каспичан за периода 2013 - 2020 г."

Години	Реализирани нощувки – бр.	Приходи от нощувки в бълг. лв.	Среден приход от една нощувка в бълг.лв.
2013	6448	189711	29,42
2014	5987	209834	35,04
2015	6599	253014	38,44
2016	7641	402555	52,68
2017	9000	522504	58,05
2018	8974	549486	61,23
2019	12 651	595002	47,03
2020	1332	9115	6,84

Както е видно от данните в таблица 1, средният приход от една нощувка в местата за настаняване на общината постъпателно расте от 2013 до 2018 г., през 2019 г. се наблюдава известен спад и през 2020 г., в условията на пандемична обстановка от Ковид - 19 е налице рязък спад на 6,84 лв., среден приход от една нощувка.

По данни на националния туристически регистър през 2021 г. официално регистрираните заведения за хранене и развлечения /ЗХР/ на територията на община Каспичан са 8 на брой, с 294 места. Това са предимно заведения за бързо обслужване, пет на брой, една кафе сладкарница и два ресторанта. Категориите, в които те са категоризирани са от една до три звезди.

- **Туристическа инфраструктура**

Туристическата инфраструктура включва следните елементи:

- елементи, които са част от общата инфраструктура (транспортна инфраструктура, водоснабдяване, канализация, електроснабдяване и др.), без които не може да се формира завършен туристически продукт, поради което те се използват и от туристическия бранш.

- елементи, обслужващи туристическото място и създаващи подходящи условия за престой в него.

- **Транспортна инфраструктура**

Община Каспичан има добри транспортни връзки със съседните общини и големите центрове в Североизточна България.

На територията на общината са изградени общо 100,74 км. пътна мрежа, от които:

- първи клас 10,5 км.,
- третокласна пътна мрежа 53,32 км.
- общински пътища 36,92 км.

Уличната мрежа е в задоволително състояние. В селата са асфалтирани основно главните улици, като останалите са с трошено каменна настилка тип «макадам». Състоянието на междуселищните пътища е сравнително добро. По-ограничено е развитието на общински пътни мрежи, което затруднява комуникацията между малките градове, и селата извън обхвата на първокласните пътища. Обществеият автобусен транспорт между селищата в общината не е добре организиран и автобусните линии са с много разреден график.

Електроснабдителна, водоснабдителна, канализационна, газопроводна, далекосъобщителна и други мрежи[1]:

По степен на благоустроеност, населените места имат сходни характеристики – всички са електрифицирани и водоснабдени. Във всички тях върви процес по подмяна на уличното осветление с енергоспестяващи осветителни тела.

Всички населени места в общината са електроснабдени. От изградените електропроводна и електроразпределителна мрежа 80% е въздушна и 20% - подземна.

Инсталираната мощност е с голям резерв и в момента подстанциите работят с около 20% от капацитета си.

На територията на община Каспичан се намира подстанция (п/ст) “Каспичан”. Подстанция „Каспичан“ е в експлоатация от 1963 г. и служи за преобразуване на електрическата енергия и разполага с два силови трансформатора 110/20 kV; 25 MVA.В населените места електропреносната мрежа е амортизирана и се нуждае от цялостна подмяна. При влошаване на климатичните условия често възникват аварии. Има резки спадове в напрежението на подаваната ел. енергия. Енергоизточниците са от електроенергия, твърди горива (дърва, въглища) и природен газ. Община Каспичан има значителен потенциал за по-широко използване на ВЕИ. Природните условия са подходящи за използване на слънчева енергия за производство на електроенергия, има възможности за разполагане на слънчеви и фотоволтаични инсталации.

- **Водоснабдителна и канализационна мрежа**

На територията на община Каспичан задоволяването на питейно-битовите нужди на населението и осигуряването на необходимия воден капацитет за промишлени и стопански нужди се осъществява основно от “ВиК” ООД – Шумен. Малка част от промишлените нужди се задоволяват посредством собствени водоизточници.

[1] План за интегрирано развитие на Община Каспичан за периода 2021 – 2027 год,

Състоянието на водоснабдителната мрежа е задоволително, което води до загуби на питейна вода.За периода 2013-2020 г. се отчита намаляване обема на подаваните водни количества към населените места в следствие на намаляване броя на населението и извършените инвестиции за подмяна на съществуващите водопроводи. Около 46% от подаваните водни количества са насочени към общинския център гр. Каспичан. Отчитат се големи загуби на водни количества, като от подадената вода, полезно използвани са едва 42%. Изградена канализация има само в град Каспичан, която не включва квартал Калугерица. Във всички останали селища се използват септични ями. Поливните системи са ликвидирани и към настоящия момент няма поливни площи на територията на Община Каспичан.

Изработен е технически проект “Реконструкция и изграждане на водопроводна и канализационна инфраструктура и пречиствателна станция на отпадни води в гр. Каспичан, вкл. кв. Калугерица и Прединвестиционни проучвания за ПСОВ град Плиска, но той все още не реализиран.

- **Елементи на инфраструктурата, обслужващи туристическото място и създаващи подходящи условия за престой в него**

На територията на община Каспичан има необходимост от благоустрояване и изграждане на нови площади, паркове, зелени площи, зони за отдих, паркинги и други обществени територии, които да създават благоприятна и естетична среда за престоя на приеманите в местата за настаняване туристи, а също и в посещаваните културно-исторически обекти.

Необходимо е да се направят повече инвестиции в спортни и развлекателни съоръжения и атракции, които да спомогнат за разнообразяване на свободното време на туристите, които пребивават в селищата на общината. Екопътеките се нуждаят от маркировки, подмяна на информационни табели и съоръжения за безопасност като парапети, заслони и други.

Изводи:

В община Каспичан се отбелязва тенденция на увеличаване на броя на къщите за гости и капацитета на легловата база. По този начин се създават по големи възможности за отсядане на повече туристи в общината, вкл. групи и организирани туристи. Съответно така може да се увеличи и броят на посетителите на природни и културни забележителности от тях, да се увеличи средният приход от един турист, респективно и да се повиши ефективността от развитието на туризма в селищата на общината.

Затруднените транспортни връзки между отделните селища ограничава достъпа на туристи и жители до туристически обекти и движението в общината. Проблемната инфраструктура по отношение на водопроводна и канализационна мрежа въздейства негативно върху привличането на инвестиции в местната икономика, особено в туризма. Липсата на подходящи елементи от инфраструктурата пряко свързани с туризма, намалява атрактивността на населените места и съответно не влияе положително върху удовлетвореността на туристи, местни жители, инвеститори, както и върху предприемаческата инициативност.

1.8. Комуникационна политика

Комуникационната политика в областта на туризма на община Каспичан включва няколко основни направления:

- Осъществяване на рекламна дейност, предимно чрез рекламни средства на хартиен носител – брошура за туризма в общината, рекламни дипляни и материали на отделните места за настаняване, културно –исторически обекти.
- Изготвен е цветен каталог, финансиран по европейски проект, съдържащ снимки и текст, представляващи исторически, културни, природни и други забележителности на територията на Община Каспичан.
- Община Каспичан е представена в туристическия сайт: guide-bulgaria.com с почти всички туристически обекти на територията на общината
- Предоставена е туристическа информация за община Каспичан и в официалния сайт на общината http://www.kaspichan.org., в подкатегория „туризъм“, чрез къщи за гости, хотели, забележителности.
- Създадена е във Facebook страница: „Туризмът в община Каспичан“, която обаче има нужда от оптимизиране и по-добро систематизиране на туристическата информация в нея;
- Почти всички места за настаняване, предимно къщи за гости и семейни хотели, имат уеб сайтове;
- Участия в онлайн-резервационни системи на местата за настаняване предимно Почивка.бг и по-ограничено в Booking.com, но могат да се направят регистрации и в други сайтове, като напр: www.rooms.bg,www.bgvakancia.com и др.
- Провеждане на традиционни културни и исторически събития, които се явяват ефикасни PR инструменти за развитие на туризма в общината;
- Разпространяване на туристическа информация чрез местни и регионални медии;
- Участие с щанд на община Каспичан в регионални и национални туристически борси;

- Създаден е рекламен слоган „България започва от тук !“,

Изводи:

Въпреки положените усилия за оптимизиране на комуникационната дейност и политика, могат да се посочат следните нерешени проблеми:

В община Каспичан липсват туристически информационен център, туристически уебсайт на общината, мобилни приложения за туристическа информация, видеоклипове, банери и не се използват широко социалните мрежи за туристическа реклама и туристическа информация.

Не се рекламира в специализирани сайтове за културно-исторически туризъм, селски туризъм, еко туризъм, събитиен туризъм и др.

Не е дигитализиран целият комуникационен процес относно туризма и не се използват достатъчно социалните мрежи за туристическа информация и реклама на общината.

Не се е наложило убедително туристическо лого и бранд на общината, базирани върху идентичността на дестинацията и разнообразието от преживявания, които тя предлага на туристите.

Необходимо е създаването на рекламни филми и клипове, посветени на културно-историческото населдство на община Каспичан с цел популяризиране и реклама.

1 .9. Институции и организации, свързани с развитието на туризма

Към общината функционира Консултативен съвет по въпросите на туризма към кмета, в съответствие с изискванията на закона за туризма. Съвета има 16 членен състав и в него са включени различни представители на туристическия бизнес – собственици на хотели, на къщи за гости, на културно исторически обекти, двама кмета, един кметски наместник, експерти и инспектори от общината, представител на неправителствена организация, имаща отношение към развитие на туризма. В този свой състав консултативният съвет спомага за синхронизиране на политиките и дейностите, които се прилагат на територията на цялата община по отношение на туризма.

Освен чрез Консултативния съвет по туризъм, ръководството на общината осъществява **ефективно взаимодействие с читалищата**, функциониращи на територията на общината. Много от организираните събития на читалищата по повод местни културни традиции започват да привличат и туристи, отседнали в къщи за гости и други посетители, извън територията на общината. Някои от станалите вече традиционни и много посещавани събития, се организират от няколко читалища, съвместно с община Каспичан и с други партньорски институции, извън пределите на общината

По данни на публичния регистър на общината, на нейна територия функционират **5 спортни клуба**, съответно по конен спорт, хандбал, ракетомоделизъм и два футболни клуба. За сега те не са включили свои събития и спортни занимания, които да са като елемент от регионалния туристически продукт. В този аспект, Консултативния съвет по туризъм и ръководствата на клубовете трябва да обмислят съвместно варианти за бъдещо сътрудничество и създаване на спортни туристически продукти, които да бъдат атрактивни за туристите, посещаващи общината. Спортните занимания мога да бъдат включени в офертите на къщите за гости, на туроператори, които привличат организирани туристи в общината.

Необходимо е да се използват и възможностите и на публичното – частно партньорство, с цел инвестиране в спортна база, която да се използва и за нуждите на туризма, както и за инвестиране в база за развлекателни услуги и атракциони, които също да се използват за нуждите на туризма, освен за местното население.

Изводи:

В голяма степен общинското ръководство успява да осъществи взаимодействие с институции и организации, които имат отношение към развитието на туризма в общината. Необходими са обаче още целенасочени усилия за по - ефективно взаимодействие с туристически агенции, общини и институции от целия Варненски туристически район, както и тези от цялата страна, с цел популяризиране на възможностите за практикуване на туризъм в селищата на община Каспичан,

Необходимо е да се търси взаимодействие и със специализирани учебни заведения по туризъм, с цел привличане на ученици и студенти за провеждане на учебни практики и стажове в туристическите обекти в общината.

1.9. Изпълнение на Стратегията за развитие на туризма 2014-2020 г.

В съответствие целите и програмата, заложени в стратегията за развитие на туризма 2014-2020 г., ръководството на общината е положило много усилия и целенасочени действия за изпълнението на стратегията и е обединило всички заинтересовани страни на територията на общината, за да развива все по – оптимално туризма в община Каспичан.

Краят на отчетния период за изпълнението на стратегията, 2020 г., бе белязан от разпространението на пандемията от COVID- 19, която се отрази крайно негативно на

туризма, както в световен мащаб, така и в локален план, респективно и на туризма в селищата на общината.

Като положителни резултати следва да отбележим следните:

Нарастват частните инвестиции в малкия семеен бизнес в туризма на общината и най-вече значително се увеличава броят на къщите за гости. Както вече бе отбелязано в анализа на туристическата инфраструктура през 2020 г. е налице нарастване на леглата в местата за настаняване спрямо 2013 г. с 44,20%, а къщите за гости са се увеличили със 17 бр. Постъпателно се увеличават приходите от нощувки в местата за настаняване като от 189 711 лв. през 2013 г. те нарастват на 595 002 лв. през 2019 г., т.е. с 31,88%. Нарастването на нощувките води и до увеличаване на приходите от туристически данък в общината.

През 2015 г. се открива културно- историческия комплекс "Дворът на кирилицата", който е дело на частен инвеститор, Карен Алексанян, но държавата и община Каспичан са инвестирали средства в доизграждането на пътната инфраструктура около комплекса. Комплексът се посещава ежегодно от хиляди посетители и в него се организират редица културни и патриотични масови събития. Кулминацията на проявите е ежегодно организираното събитие на 2 май "Успение на светец Борис I Михаил" и „Ден на покръстването на българите"

Консултативният съвет по въпросите на туризма към кмета на общината спомага за синхронизиране на политиките и дейностите, които се прилагат на територията на цялата община по отношение на туризма.

Подобрява се рекламната и комуникационна дейност в областта на туризма. През разглеждания отчетен период се разработват и прилагат рекламно-информационни средства представени в точка 1.8. Комуникационна политика.

Обогатен е значително културният събитиен календар на общината, като същевременно се увеличава и посещаемостта на събитията от туристи, посетители на региона. Ежегодно на територията на общината се организират средно по 50 бр. събития. Много от организираните събития на читалищата по повод местни културни традиции започват да привличат и туристи, отседнали в къщи за гости и други посетители, извън територията на общината.[2] Някои от станалите вече традиционни и много посещавани събития, се организират от няколко читалища, съвместно с община Каспичан и с други партньорски институции, извън пределите на общината.

Сред неизпълнените задачи по изпълнение на стратегията и програмата за развитие на туризма в община Каспичан за периода 2014-2020г. са: изграждането на туристически информационен център, създаване на информационен туристически уебсайт за общината с възможност за он-лайн резервации, създаването на туристически бранд на община Каспичан, създаването на местни туристически продукти и маршрути със съседни общини.

[2] Културен календар на дейностите на читалищата от община Каспичан за 2020г. /http://kaspichan.org/upload-files/culture/godishna_p2020.pdf/

2. Анализ на резултати от проучване за целите на разработване на стратегията за развитие на устойчив туризъм в община Каспичан

В периода 15 юни - 15 септември е проведено изследване за целите на разработване на стратегията за устойчиво развитие на туризма в две основни направления: 1) Туристическо търсене и пазарен потенциал и 2) Туристическо предлагане, ресурси и потенциал за развитие на туризма в община Каспичан. В тази връзка са осъществени четири проучвания:

1. **Проучване на туристи в община Каспичан** - гости в места за настаняване, посетители на туристически обекти, посетители на общината - Приложение 1
2. **Проучване на жители от град Варна** - Приложение 2
3. **Проучване на експерти в туризма от град Варна и град Шумен** - екскурзоводи, мениджъри на туристически агенции и туроператори, на ТИЦ и др. - Приложение 3
4. **Проучване на експерти от община Каспичан** - Варна - представители на туристическия сектор в община Каспичан - хотели и къщи за гости, на общинската администрация, на НПО, на фирми и организации, свързани с туризма, вкл. за опазване на околната среда, информационни и комуникационни технологии, банково обслужване, търговия и др., на музея в НИАР "Плиска", читалища и други - Приложение 4

Проучванията са реализирани чрез анкетна карта, която се попълва онлайн или в печатен вариант. Единствено проучването на експерти от община Каспичан е осъществено чрез два метода - фокус-групи и анкетно проучване.

1. **Проучване на туристи в община Каспичан** - гости в места за настаняване, посетители на туристически обекти, посетители на общината;

Предмет на проучването: потребителско поведение на туристите в община Каспичан

Цели на проучването:

- Събиране и анализ на информация, необходима за разработване на туристически продукти и услуги, комуникационна стратегия и брандинг на дестинацията;
- Събиране и анализ на информация, необходима за определяне на пазарни ниши и на потенциални пазарни сегменти.

Броят на респондентите в анкетното проучване е 54. Подробни резултати от проучването са в **Приложение 1.**

Основните изводи от проучването са:

1. Туристите в община Каспичан имат кратък престой - 1 ден или 2 дена с нощувка и посещават община Каспичан предимно през лятото
2. Туристите са семейни или живущи на семейни начала, на възраст от 36 до 45 г. с деца, на възраст от 26 до 35 г. предимно без деца или над 45 г..
3. Основната цел на посещение е културно-познавателна, привлечени от културно-историческо наследство и възможността за обогатяване на знанията си.
4. Туристите, които посочват рекреацията като цел са привлечени от тишината, спокойствието на малките населени места, запазената природа, възможността за бягство от динамичното и шумно ежедневие.
5. Туристите са удовлетворени от посещението си, особено от НИАР "Плиска" и НИАР "Мадара" и изразяват положително отношение към домакините в местата за настаняване и промените в общината през последните 5 години.
6. Посетителите не са удовлетворени от липсата на указателни табели и информация, от заведенията за хранене и транспортната достъпност от гледна точка на възможностите за паркиране.

2. **Проучване на жители от град Варна;**

Предмет на проучването: нагласи и познания на жители от община Варна за община Каспичан като туристическа дестинация

Цели на проучването:

- Събиране и анализ на информация, необходима за разработване на туристически продукти и услуги, комуникационна стратегия и брандинг на дестинацията
- Събиране и анализ на информация, необходима за определяне на пазарни ниши и на потенциални пазарни сегменти

Броят на респондентите в анкетното проучване е 25. Подробни резултати от проучването са в **Приложение 2.**

Основните изводи от проучването са:

1. Община Каспичан е позната сред жителите на Варна с Плиска и НИАР „Плиска“, с близостта до Мадарския конник, и други, исторически забележителности и производство на фаянс. Позната е и като дестинация, която се достига лесно и бързо и е важна жп гара. Образът не е напълно еднозначен, защото въпреки, че Плиска е важен негов елемент, както и районът на Мадарския конник, липсва свързващия компонент - Първото българско царство, създаването на България, първите владетели, Покръстването. Голямата базилика не е спомената, вкл. сред посетени места.
2. Жителите на Варна, които са посетили община Каспичан имат положителна оценка, но са критични към достъпността до информация и начина на нейното поднасяне.
3. Община Каспичан е предпочитана от семейни/обвързани хора и група приятели, включително приятелски семейства, както с деца над 18 г., така и все още без деца, предимно от хора с висше образование
4. Основните обекти и места, които са атрактивни за жителите на Варна са районът на Мадарския скален венец - симбиоза между природа, култура и история, НИАР “Плиска” и Дворът на кирилицата. По всяка вероятност село Кюлевча, село Могила и други не са посочени, защото една голяма част от респондентите са посещавали община Каспичан преди повече от 5 години, когато тези селища не са били достатъчно популярни с къщите за гости и семейните хотели.
5. Мотивите за посещение на община Каспичан са свързани преди всичко с културно-историческото наследство - обогатяване на знания, опознаване на исторически паметници и места, усещане на национална гордост. Същевременно друга важна група мотиви изразяват желанията за приятни преживявания предимно с приятели и семейство, релаксация сред съхранена природа и в спокойна среда, кратка почивка.
6. Скалният манастир, екопътеките, интересни маршрути и природни забележителности не са достатъчно известни. Въпреки, че сред мотивите за посещение е посочен “Спорт, физическа активност”, общината не се свързва с възможностите за пешеходен, екотуризъм и приключенски туризъм.
7. Въпреки високата оценка, община Каспичан се предпочита и възприема като част от обиколка на значими обекти от културно-историческото наследство в област Шумен.

3. Проучване на мненията на експерти от община Варна

В анкетното проучване взеха участие специалисти, които имат пряко отношение към създаване и реализиране на пътувания, в които са включени туристически обекти в Община Каспичан. Това са туроператори, организатори в туризма и екскурзоводи. Анкетата е попълнена и от организатори от туристическите информационни центрове (ТИЦ) във Варна и Шумен. Общият брой на валидно попълнените анкети е 41.

Целите на проучването са:

1. Анкетираните да дадат своята оценка за състоянието и потенциала на антропогенните и др. Видове туристическите ресурси в общината;
2. Анкетираните да дадат своята оценка за състоянието на супер-и инфраструктурата в общината;
3. Да се очертае профила на настоящите и потенциални туристи, които посещават туристически обекти в общината;
4. Анкетираните експерти да дадат своите предложения за обогатяването на туристическия продукт на общината и на тази основа да обогатяват предлагането на по -разнообразни туристически пътувания и привличане на повече български и чуждестранни туристи.

Подробните резултати от проучването са представени в **Приложение 3.**

Основните изводи и препоръки от проучването сред експерти в туризма от община Варна са в три конкретни направления: реклама и популяризиране на туристическия продукт, подобряване на инфра –и суперструктура, разработване на нови и иновативни туристически продукти.

1. **Реклама и популяризиране на туристическия продукт**
   - Организиране на концерти и тематични срещи, свързани с историята, традициите и специфичните особености на Община Каспичан за които туроператорите от гр. Варна да бъдат по-добре и своевременно информирани, за да се включват в програмите на пътуванията;
   - Качествена ефективна реклама на забележителностите на територията на общината под формата на билдбордове, карта на региона с местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечение, кратки видеоклипове на сайта на общината и др. (вкл. и на чужди езици);
   - Популяризиране на местни празници и събития като напр. фолклорния събор „Кирека пее и танцува“,организиран всяка година през м. юни в продължение на повече от 50 г. (Събори в Шуменски край)
   - Подаване на актуална и навременна информация от страна на общината към водещи туроператори от Северното Черноморие
2. **Подобряване на инфра- и суперструктурата**
   - Преустройване на някои от микро язовирите в общината за риболовен туризъм;
   - Поддържане и контрол на състоянието, чистотата и достъпността на туристическите ресурси на територията на общината;
   - Предлагане на по-голям асортимент от ястия от регионалната кухня в местните заведения за хранене и развлечения
3. **Разработване на нови и иновативни туристически продукти**
   - Използване на нововъведенията в туристическите обекти за създаване на нови туристически продукти, свързани с информационните и комуникационни технологии; (например използване на QR кодове за получаване на информация на различни езици, touch screen панели);
   - Създаване на атрактивни места за снимки (view point) по еко пътеките и природните феномени в общината;

- Организиране на уникален за страната празник или събитие по примера на някои български общини, и неговото популяризиране.

4. **Проучване на мненията на експерти от община Каспичан** - собственици на хотели и къщи за гости, представители на общинската администрация, на НПО, на фирми и организации, свързани с туризма, вкл. за опазване на околната среда - информационни и комуникационни технологии, банково обслужване, търговия и др., на музея в НИАР "Плиска", читалища и други. Проучването на тези експерти е проведено на два етапа - първо чрез фокус - групи и след това с онлайн анкета. Анкетата е изпратена на всички собственици и мениджъри на места за настаняване и заведения за хранене, директори на отдели и експерти в Община Каспичан, мениджъри и ръководители на културни институции, бизнес и неправителствени организации.

Целите на проучването са:

- да се установи оценката на експертите от община Каспичан за условията, състоянието и начина на развитие на туризма в общината;
- да се обобщят мненията и изведе визията на експертите за възможностите и насоките за развитие на туризма в общината.

Участниците в проучването са 24 експерти от общо потенциални 50 респонденти. Подробните резултати от проучването са представени в **Приложение 4.**

В резултат на осъщественото проучване могат да се направят следните изводи и препоръки за насоките за развитие на туризма в община Каспичан:

1) Развитие на специализирани видове туризъм - развитие на културно-познавателен, уикенд и еко-приключенски туризъм;

2) Разработване на брандингова стратегия за община Каспичан като дестинация - стратегия с фокус идентифициране на община Каспичан със създаването на България ,приемането на християнството в страната и създаването на кирилицата, поради наличието на обекти от културно-историческото наследство, които се намират на нейна територия.

3) Създаване на подходяща рамка за развитие на туризма - основна цел изграждане и активиране на местна мрежа на заинтересовани страни за развитие на туризма.

3.SWOT-анализ

SWOT-анализът е анализ на вътрешните фактори на община Каспичан - ресурси, характеристики, постижения, административен и социален капацитет и факторите от външната среда, които имат въздействия върху нейното развитие, вкл. като туристическа дестинация. Целта е да се определят силните и слабите страни на общината от една страна, и възможностите и заплахите за развитието ѝ като туристическа дестинация от друга страна. Вътрешните фактори - географско положение и климат, природни ресурси, културно-историческо наследство, социална дейност, туристическа супер и инфраструктура, институции и политика - се оценяват спрямо тяхната стойност и състояние, ролята им за развитие на туризма, потенциал за усъвършенстване и използване за различни видове туристически дейности. Външните фактори - правни, политически, икономически, социални, технологични и екологични, се оценяват от гледна точка на силата и начина /позитивно или негативно/ на тяхното

въздействие върху развитието на общината като туристическа дестинация, от устойчивостта на тяхното влияние в краткосрочен и дългосрочен аспект.

В резултат на SWOT-анализа се извеждат стратегически позиции на община Каспичан като туристическа дестинация спрямо възможностите и заплахите за нейното развитие. Тези позиции се определят от ресурсите, компетенциите и капацитета на общината и начина на тяхното използване спрямо влиянията на средата в краткосрочен и дългосрочен аспект.

3.1. Анализ на вътрешна среда

Вътрешните фактори на община Каспичан се оценяват по скала от 1 /най-ниска/ до 5 /най-висока/ на базата на изводите от ситуационния анализ и проучванията на експерти и туристи, виж таблица 2.

1. Разположението е оценено от гледна точка на близостта на община Каспичан до ключови пазари - директно или чрез транспортни терминали като летище, автогара и Морска гара във Варна, Русе, Шумен, Велико Търново, Бургас и др. Достъпността участва в оценката чрез удобството и необходимото време за пътуване до община Каспичан и възможните видове транспортни средства за тази цел.
2. Природните ресурси са оценени от гледна точка на тяхната екологична, рекреационна и естетическа стойност, атрактивност за любители на природата, на пешеходни преходи и откриватели на нови природни кътчета и феномени, степен на съхраненост и популярност.
3. Културно-историческото наследство е оценено според мащаба на неговата значимост /национален, регионален, международен/, степен на съхраненост, валоризация и популярност, на атрактивност за експерти, любители и любознателни туристи.
4. Атракциите се оценяват съобразно тяхната привлекателност, съхраненост и популярност.
5. Събитията са оценени според тяхната атрактивност, популярност, история и връзка с местни традиции, история, наследство и природа.
6. Икономиката се оценява съобразно устойчивост на развитие, стабилност, балансираност и дял на туристическия сектор, вкл. степен зависимост от туризма.
7. Туристическата суперструктура е оценена от гледна точка на капацитет, равнище на качество, възможност за целогодишна работа и различни туристически продукти.
8. Туристическата инфраструктура се оценява съгласно качество и капацитет, добавена стойност за привличане на туристи и за по-стойностно преживяване за тях по време на престоя им.
9. Комуникационната дейност е оценена от гледна точка на ефективността на маркетинговите комуникации на равнище дестинация и туристически бизнес - за привличане на туристи и свързани с обслужване на туристи на място.
10. Институциите са оценени съобразно степента им на ангажираност и принос за развитие на туризма, потенциала за участие в партньорски мрежи

Таблица 2 “Оценка на характеристики и ресурси на община Каспичан като туристическа дестинация”

Вътрешни фактори - оценки от 1 ниска до 5 висока	**Стойност / състояние**	**Роля за туризма**	**Потенциал за усъвършенстване и развитие на видове туризъм**
1.Разположение и достъпност /географска, транспортна/	5	5	4
2. Природни ресурси - екопътеки, скални образувания и пещери, защитени зони и местности, енергийни места	3	4	4
3. Културно-историческо наследство - НИАР “Плиска”, скални гробници и манастир, традиции	4	5	5
4. Атракции - паркове,	2	2	3
5. Събития - фестивали, празнични	3	3	4
6. Икономика - структура, темп на развитие, устойчивост	4	2	4
7. Туристическа супер структура - места за настаняване, ЗОХ	3	5	5
8. Туристическа инфраструктура	1	5	3
9. Комуникационна дейност - реклама, информация за туристи	2	4	5
10. Институции - Консултативен съвет	2	3	4

В резултат на анализа може да се направи заключение, виж фиг. 1, че ключовите силни страни с най-висока стойност и значима роля за туризма в община Каспичан са разположението и културно-историческото наследство. Туристическата суперструктура е с най-голям потенциал за усъвършенстване, а събитията и природните ресурси с добър потенциал за използване за специализирани видове туризъм. Въпреки, че местната икономика е сравнително силна характеристика, все още има неутрална роля за развитието на туризма. Най-слабите страни са туристическа инфраструктура, комуникационна дейност, атракциите и институциите.



Фиг.1 “Оценки от анализа на вътрешната среда”

3.2. **Анализ външна среда**

Анализът на външната среда се прави на базата на информация и резултати от прогнози за състоянието и тенденциите в макросредата в регионален, национален и европейски мащаб, в която се развива туризма в община Каспичан. За целите на разработване на настоящата стратегия са оценени по скала от 1 до 5 и обобщени основни външни фактори, които имат директно влияние върху развитието на община Каспичан - общо и като туристическа дестинация, виж таблица 3.

Фактори външна среда

- Икономически фактори:
  - икономически спад и инфлация вследствие на COVID-19,
  - изоставане на България от икономическо развитие в Европейския съюз,
  - развитие на споделената и кръгова икономика.

Пандемията с COVID-19 влияе негативно върху туристическия сектор, както чрез ограниченията за пътувания предимно на чуждестранни туристи, така и чрез намаляване привлекателността на туризма за инвестиции и предприемаческа дейност. България изостава от темповете на развитие на икономиката в ЕС основно поради все още ниската производителност на труда, зависимост от конвенционални енергийни източници, нисък дял на добавена стойност от високо технологични и иновационни производства и дейности. Това се отразява негативно върху привличането на инвестиции на национално и локално равнище и най-вече върху модернизиране на инфраструктура и подобряване качество на средата в малки населени места. Същевременно развитието на споделената икономика има положително въздействие върху туризма, особено в недостатъчно популярни дестинации, извън масово посещавани туристически места и по слабо известни маршрути.

- Политически фактори

- решения на европейско и национално ниво за ограничаване разпространението на COVID 19, насърчаване разработване на регионални и трансгранични туристически продукти, вкл. тематични коридори

- политика за устойчиво развитие на туризма, вкл. чрез преодоляване на проблеми от свръх-предлагане и масови туристически потоци,

- програми за подпомагане развитието на културна и креативна индустрия в ЕС, вкл. за използване на местно културно наследство

- Програми за подпомагане развитието на селските райони и диверсифициране на стопанската дейност на селскостопански производители.

Политиката на европейско и национално ниво има положително въздействие в дългосрочен аспект за развитието на туризма в населени места, които са малки, недостатъчно популярни, периферни за големи урбанизирани зони, със запазени традиции, природни ресурси и своеобразно културно наследство. Това от една страна се осъществява чрез проекти и програми за финансиране на меки фактори и мерки - човешки ресурси, туристически продукти и маршрути, мрежи и платформи на заинтересовани страни, съвременни маркетингови комуникации. От друга страна се стимулират и подпомагат иновационни процеси, социално и креативно предприемачество, дигитализация на бизнеса и управлението на дестинацията.

- Технологични фактори

- дигитализиране на цялата верига по създаване на стойността в туризма;

- приложение на интелигентни технологии за обслужване на туриста преди, повреме и след туристическо пътуване.

Дигитализацията на създаването, предлагането и продажбата на туристическия продукт, на маркетинговите комуникации създава възможности за иновации в бизнеса и дестинацията, достигане до нови и по-големи пазари, дизайн на по-високо стойностно преживяването на туристите, контрол върху качеството и възникване на нови партньорства. Ключовите информационни и комуникационни технологии за развитие на туризма са VR (Виртуална реалност) и AR (Добавена реалност), мобилни приложения и дигитални гидове / консултанти, платформи за споделяне на информация и големи база данни, канали и средства за информация в реално време.

- Социални фактори

  - демографски тенденции на застаряване на населението и късно сключване на бракове/раждане на деца,

  - ускорени миграционни процеси - от малки населени места към градове в краткосрочен аспект и от големи към малки, периферни населени места в дългосрочен аспект, от Близък Изток и Африка, Украйна към страни от ЕС,

  - промяна в стила на живот, вкл. свързан с поколенията милениум и генерация Z.

Застаряването на населението увеличава пазарния потенциал за културен и уелнес туризъм, вкл. тематични турове, пътувания с цел ретро преживявания, мотивирани от носталгията. Отлагането на брака и раждането на деца допринася за повишено търсене на уикенд почивки особено в близки дестинации с цел релакс и/или забавления, приключенски, изследователски и еко турове. Миграционните процеси засилват нуждата за бягство от стреса в големите градове. Най-съществено въздействие има промяната в стила на живот - съчетание на работа с почивка и удоволствие, стремеж към непрекъснато опознаване на себе си и усъвършенстване,

търсене на автентични и локално специфични продукти, предпочитания към по-кратки, но по-чести пътувания. Поколенията милениум и генерация Z, използващи интензивно съвременни информационни и комуникационни технологии (ИКТ) са нетърпеливи, желаещи бързо и лесно да намират информация и да я възприемат чрез игра и забавления. Същевременно те са ориентирани към опазване на околна среда и водене на здравословен начин на живот.

- Екологични фактори
  - глобална промяна на климата и свързана с това политика и нормативна рамка;
  - замърсяване на въздуха, почвите и водите и свързана с това нормативна рамка и икономически стимули.

Глобалните изменения на климата налагат промени в политиката и в правната рамка за развитие на икономиката и най-вече използването на конвенционални източници на енергия в производството и транспорта. Тези процеси имат пряко влияние върху повишаване цените на въздушния и автомобилния транспорт. Същевременно бизнесът има възможност да придобие икономически (намалени разходи, такси и данъци, ниски лихви и гарантирани кредити) и маркетингови предимства (знаци, сертификати, членство в асоциации) при инвестиране в технологии и прилагане на процедури за предотвратяване на замърсяване и енергийна ефективност, вкл. от алтернативни енергийни носители.

Таблица 3 "Оценки на фактори на външната среда"

Външен фактор - оценка от 1 ниско/негативно до 5 силно/позитивно	**Сила на въздействие**	**Начин на въздействие**	**Устойчивост на въздействието**
1. Икономика - икономическо развитие на България и привличане на инвестиции	4	2	4
2. Политически фактори - политика за развитие на туризма на ЕС и в България	3	4	4
3. Технологични фактори - интелигентни технологии	**5**	**5**	**5**
4. Социални фактори - демография, стил на живот,	**5**	**4**	**5**
5. Екологични фактори - глобална промяна на климата и замърсявания	4	2	5

В заключение на анализа, виж фиг. 2, се очертават две благоприятни тенденции за развитието на община Каспичан като туристическа дестинация - приложението на интелигентни технологии за обслужване на туристи преди, по време и след пътуване и ориентация на хората, особено на съвременните поколения ориентирани към здравословен начин на живот, с нарастващ стремеж към себепознание и самоусъвършенстване, търсене на автентични и нови преживявания, динамика на живота и желание за балансиране между работа, развлечения, полезни неща и удоволствия. Двете сравнително негативни тенденции са екологичните

промени и свързаните с тях изисквания към бизнеса и институциите за инфраструктурни и технологични промени, и икономическите процеси, които налагат инвестиции и развитие на дейности базирани на иновации, интелигентни решения и резултати от научни изследвания. Политиката за развитие на туризма има устойчиво и положително влияние, което обаче от една страна е сравнително по-слабо изразено поради дългосрочността на действие, а от друга страна изисква адекватни национални и регионални политически решения.



Фиг. 2. “Оценки от анализа на външната среда”

3.3.Изводи от SWOT-анализ

В резултат на анализа са изведени и обобщени силните и слаби страни, възможностите и заплахите за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация, виж таблица 4.

Силните страни са тези характеристики и ресурси, които са с най-висока стойност и/или висок потенциал за усъвършенстване и развитие на различни видове туризъм, и същевременно имат висока значимост за развитието туризма. Слабите страни са тези, които са с ниска стойност, но с важна роля за развитие на туризма.

Възможностите са тези фактори и тенденции, които имат положително и устойчиво въздействие върху развитието на община Каспичан като туристическа дестинация. Заплахите са тези, които имат силно, негативно и устойчиво въздействие.

Таблица 4 "Изводи от SWOT-анализ на община Каспичан като туристическа дестинация"

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
1. Разположение и достъпност - удобно, лесно, бързо за туристи от Североизточен район и туристи във Варна, удобно за пътуващи към Велико Търново, Варна и Бургас	1. Задоволително състояние на инфраструктура - пътна общинска мрежа извън и в населени места, водоснабдяване и канализация, пространства в населени места и туристически маршрути
2. Културно-историческо наследство - НИАР "Плиска" /уникален археологически комплекс и история на ранносредновековна България с велики личности/ и обекти от ранното средновековие, свързани с християнството	2. Отсъствие на интензивна, съвременна комуникационна дейност - активно присъствие в социални мрежи на равнище дестинация, липса на ТИЦ и информация на място за атракции, туристически обекти, вл. упътващи табели
3. Активно участие на читалищата в провеждане на събития и дейности, които са свързани с местна идентичност	3. Липса на съвременните дигитални технологии за обслужване на туристи и местни жители
4. Наличие на отличителни символи, които изразяват локалната идентичност- създаването на България и приемане на християнството в България, началото на българската книжовна школа, уникалната Розета	4. Отсъствие на действащи: публично - частно партньорство, мрежа от заинтересовани страни, клъстерни сдружения, вкл. на регионален принцип /с община Шумен, с.Мадара и общините Велики Преслав, Нови пазар и др./
5. Липса на свръх туристическо предлагане и свръх туристическо търсене	5. Слаба популярност на община Каспичан като туристическа дестинация и липса нейното идентифициране с културното наследство, липса на ясно изразен образ и бранд
6. Наличие на автентични антропогенни и природни ресурси, които не са превърнати в атракции специално създадени за туристите	6. Отсъствие на транспортна свързаност между населени места и туристически обекти
ВЪЗМОЖНОСТИ	**ЗАПЛАХИ**
1. Създаване и разработване на тематични и регионални туристически продукти за туристически район Варна Северно Черноморие и Северен централен туристически район с център Велико Търново / Русе	1. Забавяне изграждането на магистрала "Хемус" до град Търговище и Велико Търново
2. Привличане на пренасочени	2. Пренасочване на туристически потоци

туристически потоци от град Варна, к.к. Албена, Златни пясъци и други морски курорти	към съседни общини и превръщане на община Каспичан в транзитна дестинация
3. Привличане на индивидуални и малки групи от туристи от Варна, Русе, Велико Търново, Бургас за културно-познавателен, екотуризъм в съчетание със събитиен, уикенд и хоби туризъм, вкл. в условия на епидемична обстановка	3. Липса или забавяне на инвестиции в модернизиране на общинска транспортна мрежа, водопроводна и канализационна мрежа, вкл. и заради нестабилна политическа обстановка в страната
4. Разработване на туристически продукти чрез използване на социални мрежи и комбинация на съвременни ИКТ, креативна и събитийна дейност	4. Отсъствие или слабо използване на възможности за развитие на туризма чрез програми на ЕС - липса на човешки ресурси, слаба предприемаческа активност, несигурна политическа ситуация
5. Подобряване на средата за развитие на туризма чрез финансова подкрепа от програми на ЕС и създаване на клъстер / партньорска мрежа на общинско равнище	5. Конкуренция от специално създадени, съвременни, атракции за привличане на туристи

4. Изводи от анализа на състоянието и възможностите за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

В резултат на SWOT- анализа се формират 4 стратегически позиции, на базата на които се определят визията, целите и стратегическите насоки за устойчиво развитие на община Каспичан като туристическа дестинация.

Силни стратегически позиции:

1. ***Регионална свързаност*** - културно, териториално и транспортно обусловена, значима от гледна точка на устойчивото развитие на Черноморски туристически район и търсенето на близки дестинации, тематични турове, усещане на локална идентичност, търсене на корени за национална идентичност;

2. ***По-добра стартова позиция за устойчиво развитие на туризма*** - липса на свръх предлагане, масови туристически посещения, трафик и същевременно запазени природни ресурси, неоткрити, тайнствени места с енергия, при търсене на слабо посещавани места, избягване на големи групи от хора.

Слаби стратегически позиции:

1. ***Липса на качествена инфо- и инфраструктура*** и приложение на съвременни дигитални технологии, при нарастващо търсене на преживявания, които са моделирани и подкрепяни от интелигентни технологии, изоставане спрямо конкуренти;
2. **Липса на действаща партньорска мрежа** - бизнес, местни жители, Община и подкрепа от големи инвеститори и работодатели в общината, културни институции и бизнес от съседни общини – Шумен, Велики Преслав, Провадия и Нови пазар, чрез която да се предлага съвместен регионален туристически продукт и същевременно да се стимулира и подпомага туристическата дейност на всяка една от дестинациите в областта.

II. ВИЗИЯ, ЦЕЛИ И ПРИОРИТЕТИ НА УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. Визия, стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан
2. Специфични цели за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан.
3. Мерки за изпълнение на специфичните цели за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

1. Визия, стратегически цели и приоритети за развитие на устойчив туризъм в община Каспичан

Визията е генералната насока за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан и стратегическата ориентация на общината като туристическа дестинация. За реализирането на визията се определят стратегически цели - дългосрочни, комплексни и концептуални резултати, и приоритети /ключови принципи/ на действията за тяхното постигане.

Визията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан:

Община Каспичан да се развива като туристическа дестинация на базата на уникалното, автентично културно-историческо наследство, и съхранен дух и уют на малките селища в България, но чрез създаване и поддържане на връзки с настоящи и бъдещи поколения и на среда, която да отговаря на съвременните изисквания на туристи, жители, инвеститори и местни предприемачи.

Община Каспичан като туристическа дестинация да предлага преживявания чрез откривателства на собствената личност, българска идентичност и национални корени в европейското пространство, съчетано с бягство сред природа и спокойствие, зареждане с енергия и емоции от общуване с близки хора. Устойчивото развитие на туризма се осъществява чрез среща на туристите с българската култура, духовност и история от годините на тяхното зараждане до днес и със създателите на българската държава, съприкосновение със симбиозата между природа и културно-историческо наследство, в една екологична, умерено урбанизирана среда.

Стратегически цели

1. Изграждане на съвременна инфо- и инфраструктура за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан
2. Създаване на среда за комплексни и атрактивни туристически продукти
3. Създаване на отличителен имидж и разпознаваем образ на община Каспичан, и неговото популяризиране

Приоритети

- Дигитализация: за целите на туризма
- Достъпност: чрез екологични средства, интерактивна информация, обезопасеност и за различни социални групи
- Брандинг: на община Каспичан като туристическа дестинация, който да я идентифицира с уникалното й наследство
- Партньорство: туризъм с други сектори и институции от община Каспичан и съседни общини
- Креативност: при създаване и предлагане на туристически продукти и услуги

2. Специфични цели

Стратегическите цели се декомпозират на специфични цели, чието постигане се изразява в определени резултати, които чрез по-нататъшно конкретизиране подлежат на измерване, включително времево, виж таблица 5 в Приложение 5.

Стратегическа цел 1 "Изграждане на съвременна инфо- и инфраструктура за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан"

Цел 1.1. Усъвършенстване или разширяване на общинска пътна мрежа и прилежащи пространства, трасета до туристически места, пътни артерии до места за настаняване за всички групи - с или без транспортни средства;

Цел 1.2. Осигуряване на информационна свързаност между бизнес, публични институции, местни жители и туристи чрез приложение на интелигентни технологии;

Цел 1.3. Създаване на атрактивна среда в населени места - паркове, площади, споделени пространства, места за отдих, игри и забавления.

Цел 1.1. изисква да се ремонтират и направят нови пътища, велоалеи, пешеходни пътеки, паркинги или места за паркиране, маршрути и пътеки, вкл. с възможности за достъп на хора с ограничена мобилност. Постигането на тази цел ще осигури по-лесна, безопасна и приятна достъпност до обекти свързани с туризма, по-голяма мобилност на туристите и по-висока степен на защита на природна среда от гледна точка на чист въздух, намалени нива на шум, предпазване на растителни видове и др.

Цел 1.2. изисква създаване на голяма база данни с достъп от страна на туристи и заинтересовани страни, да се осигурят средства и комуникационна мрежа за достъп до информация в реално време. Постигането на целта ще даде възможност на туристите бързо, лесно, според конкретни изисквания и по един забавен начин да достигат до желаната информация и да получават търсените знания

Цел 1.3. означава да се изградят или ремонтират паркови и площадни пространства, да се направят подходящи пространства за игри на деца, за събития, за концерти, за спорт и други. Постигането на тази цел ще естетизира средата, ще я направи привлекателна за туристи по време на техния престой, ще ги привлече в различни населени места и ще им даде възможност да разнообразят своя престой.

Стратегическа цел 2 "Създаване на среда за комплексни и атрактивни продукти"

Цел 2.1. Изграждане и участие в партньорска мрежа

Цел 2.2. Разработване на тематични туристически продукти / маршрути /

Цел 2.3. Иницииране на креативни туристически продукти - събития, демонстрации, тематични.

Цел 2.1. означава да се създаде туристически / бизнес клъстер или консорциум или неформална мрежа от представители на туристическия бизнес, ключови инвеститори, и работодатели в общината, Община, културни институции, неправителствени организации, специализирани учебни заведения по туризъм, които да участват активно в изпълнение на стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан и най-вече да подкрепят постигането на стратегическа цел 1. Същевременно цел 2.1. означава да се създаде партньорска мрежа с институции и бизнес от цялата област за разработване и предлагане на регионални туристически продукти и партньорско участие в съвместна работа с останали сдружения или в рамките на туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие).

Цел 2.2 .означава да се разработи концепция за туристически маршрути съгласно маркетинговата стратегия, които да се осъществят с помощта на заинтересовани страни, финансиране по проекти или като част от постигане на цел 1.2.

Цел 2.3. означава да се предложат събития и забавления тип "едютеймънт", ориентирани към съвременната публика, на нетрадиционни места или чрез дигитални технологии като същевременно се използва културно-историческото наследство и традиционните събития в общината.

Стратегическа цел 3 "Създаване на отличителен имидж и разпознаваем образ на община Каспичан, и неговото популяризиране"
Цел 3.1. Брандинг на община Каспичан като туристическа дестинация
Цел 3.2. Популяризиране на бранда чрез съвременни комуникационни канали и средства
Цел 3.3. Комуникационна кампания съвместно с партньори / чрез партньорска мрежа

*Цел 3.1.*означава да се разработи концепция за марката на община Каспичан като туристическа дестинация - лого, слоган, идея, ценности, и да се определят целевите аудитории
Цел 3.2. означава да се използват социални медии, дигитален маркетинг, съвременен PR за достигане до целевите аудитории, за поддържане на образа и имиджа на Каспичан като туристическа дестинация
Цел 3.3. изисква да се осъществява комуникационна кампания за популяризиране на община Каспичан като туристическа дестинация съвместно с локален клъстер / консорциум и на туристически район в област Шумен съвместно с партньори от съседни общини

3. Мерки за постигане на специфични цели за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

Цел 1.1. Усъвършенстване или разширяване на общинска пътна мрежа и прилежащи пространства, трасета до туристически места, пътни артерии до места за настаняване за всички групи - с или без транспортни средства
Мярка 1.1.1. Подобряване на ключови пътни артерии
Мярка 1.1.2. Маркиране, екологизиране, обезопасяване и създаване на туристически маршрути и екопътеки в района на Мадарски скален венец и Кирека, на пешеходен маршрут от Каспичан до НИАР "Плиска" /по възможност част от общ маршрут в област Шумен/, вкл. с изграждане на view points
Мярка 1.1.3. Изграждане на велоалеи в община Каспичан и други населени места извън нея
Мярка 1.1.4. Създаване на стоянки за зареждане на електромобили
Мярка 1.1.5. Маркировка и указателни табели за НИАР "Плиска", ТИЦ, Голяма базилика, селата Кюлевча, Могила, Върбяне, за скален манастир.

Препоръчително е цел 1.1. да се постига съвместно с мерки, които са част от Плана за интегрирано развитие на община Каспичан 2021 - 2027 г.

- *Оптимизиране на графика на обществения автобусен транспорт между селищата на общината*
- *Реализиране на изготвения технически проект "реконструкция и изграждане на водопроводна и канализационна инфраструктура и пречиствателна станция на отпадни води в гр. Каспичан, вкл. кв. Калугерица и с. Кюлевча и прединвестиционни проучвания за ПСОВ, гр. Плиска*

Цел 1.2. Осигуряване на информационна свързаност между бизнес, публични институции, местни жители и туристи чрез приложение на интелигентни технологии
Мярка 1.2.1. Създаване на туристически информационен център /ТИЦ/
Мярка 1.2.2. Създаване на туристически информационен портал - дигитален вариант на ТИЦ - със съвременна презентация на дестинацията и с мобилно приложение за информация, туристическа навигация, актуални оферти
Мярка 1.2.3. Разширяване на мрежа от Wi Fi точки с безплатен достъп до Интернет

Цел 1.3. Създаване на атрактивна среда в населени места - паркове, площади, споделени пространства, места за отдих, игри и забавления

Мярка 1.3.1. Осигуряване на транспортни средства с ел.захранване под наем - електровелосипеди, електрически скутери и електромобили
Мярка 1.3.2. Изграждане на сцени и пространства за събития
Мярка 1.3.3. Създаване на нови паркови пространства включително тематични, посветени на история на България, жп транспорт, производство на фаянс .
Мярка 1.3.4. Създаване на кътове за игра и спорт, включително тематични, посветени на Първата българска столица и първите български владетели.

Цел 2.1. Изграждане и участие в партньорска мрежа
Мярка 2.1.1. Създаване на локален клъстер или консорциум "Туризъм, бизнес, община Каспичан"
Мярка 2.1.2. Иницииране на партньорска мрежа със сдружения и общински институции в Шумен, Велики Преслав, Нови пазар, Провадия и Ветрино
Мярка 2.1.3. Програма за сътрудничество в рамките на туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие), периодични обучения на представителите на малкия и среден туристически бизнес на тема „Грижа за клиента" от преподаватели и експерти в областта на туристическото обслужване.

Цел 2.2. Разработване на тематични туристически продукти – маршрути съгласно маркетинговата стратегия
Мярка 2.2.1. Разработване на концепция на тематичните маршрути.
Мярка 2.2.2. Обединяване на участниците в тематичните маршрути
Мярка 2.2.3. Разработване на мобилно приложение / включване в мобилно приложение за тематичните маршрути

Цел 2.3. Иницииране на креативни туристически продукти - събития, демонстрации, тематични
Мярка 2.3.1. Определяне на събитията, ключови за идентичността на туристическа дестинация община Каспичан
Мярка 2.3.2. Разработване на концепция за нови събития, съгласно маркетинговата стратегия
Мярка 2.3.3. Разработване на програма на събитията - нови и традиционни

Цел 3.1. Брандинг на община Каспичан като туристическа дестинация
Мярка 3.1.1. Дефиниране на ключова идентичност на община Каспичан като туристическа дестинация
Мярка 3.1.2 Разработване на концепция и дизайн на лого и слоган на община Каспичан като туристическа дестинация
Мярка 3.1.3. Създаване на история, свързана с идентичността на туристическа дестинация община Каспичан

Цел 3.2. Популяризиране на бранда чрез съвременни комуникационни канали и средства
Мярка 3.2.1. Разработване на комуникационна кампания - целеви аудитории, канали и средства, очаквани резултати и комуникационни ефекти, времева ориентация

Цел 3.3. **Комуникационна кампания съвместно с партньори**
Мярка 3.3.1. Програма за комуникационна кампания на локален клъстер/консорциум за период до 3 години - цели, канали и средства, ресурси, отговорници и изпълнители
Мярка 3.3.2. Програма за комуникационна кампания съвместно с партньори от общините Велики Преслав, Шумен, Нови пазар, Ветрино и Провадия
Мярка 3.3.3. План за участие в комуникационни кампании на туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие)

III. МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ ЗА РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА КАСПИЧАН КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

1. Целеви туристически пазари на туристическа дестинация Каспичан
2. Туристически продукти
3. Комуникационна стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация
4. Партньорства за изпълнение на маркетинговата стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация

1. Целеви туристически пазари на туристическа дестинация община Каспичан

Целевите туристически пазари се определят на базата на проучването на туристите в община Каспичан, жители на Варна и експертно мнение, както и изследвания за развитие на туризма в България и Европейския съюз, Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в България.

Целевите пазари са тези, които са ключови за развитието на туризма в община Каспичан, с потенциал за ръст и устойчивост на брой туристи и приходи от туристическа дейност и дават възможност на общината да изгражда и поддържа конкурентни предимства.

Целевите туристически пазари са определени чрез комбинирано приложение на двата подхода за сегментиране - потребителски характеристики и потребителско поведение. Основните критерии за дефинирането на пазарите са:

- демографски характеристики - възраст, местожителство и националност, семейно положение, образование;
- стил на живот - “изследователи”, “откриватели”, ориентирани към семейство, национални ценности и активен живот;
- мотиви за избор на дестинацията - знания, усъвършенстване, общуване, релаксация, енергийно зареждане, физическа активност;
- начин на пътуване - транспорт, престой, индивидуално или организирано в група.

Целеви туристически пазари:

1.1. Възраст над 45-50 години, семейни обвързани, с деца над 16 г., жители на Варна, Велико Търново, Русе, Силистра, Шумен, Ямбол, Бургас и др., индивидуални посетители /с група приятели, колеги, близки, вкл. от чужбина/, предимно с висше и средно специално образование, с културно-познавателна, изследователска и образователна цел, съчетание с уикенд / кратка почивка за 1 или 2 нощувки, пътуващи със собствен транспорт или с жп транспорт;

1.2. Възраст от 21 до 36 години, семейни/обвързани, без деца, жители на Варна, Добрич, Шумен, Търговище, и др. селища в Североизточна България, индивидуални посетители /с група от приятели, колеги, близки/, с цел релаксация, срещи с близки и роднини, забавления и посещения на забележителности, престой от 2 до 3 дена;

1.3. Организирани туристи, българи, обиколка на област Шумен или обиколка в Североизточна България, с културно-познавателна и развлекателна цел, от курортни комплекси “Албена”, “Златни пясъци”, “Слънчев ден”, “Св.св.Константин и Елена” и област Бургас;

1.4. Чужденци - индивидуални туристи /идващи предимно от град Варна и курортни комплекси/ или организирани от Северно Черноморие, с културно-познавателна цел и физическа активност, дневен престой или за 1 нощувка, тип “пътуващи с раница”, “откриватели”, “изследователи” ;

1.5. Възраст 25-45 г., семейни с деца до 12 г., жители на Варна, Русе, Велико Търново, София и други големи градове, културно-познавателна цел и/или

участие в събитие, престой 1 ден, индивидуални туристи, със собствен транспорт и жп транспорт.

1.6. Ученици от училища от цяла България.

2. Туристически продукти

Целеви пазар 1 "Възраст над 45-50 години, семейни обвързани, с деца над 16 г."

1. Индивидуални тематични маршрути /дигитален формат/ - Първо българско царство и владетели, ранно християнство и Възраждане, природа и човек, енергийни места и непроучено наследство, столиците на средновековна България: държавност, писменост, култура, постижения, екомаршрути - Район на село Могила скални тайни, легенди / съкровища", "Водопади и скални образувания" и др., еко- и веломаршрути в туристически район Варна Северно Черноморие
2. Събитийни оферти - изкуство и култура /концерти, възстановки, фотопленери, чествания/, традиции и фолклор, спорт и развлечения - участие в събитие, нощувки със закуска, тематична вечеря;
3. Тиймбилдинг оферти - турове с откривателска цел и/или предизвикателства за физическа издръжливост, нощувки със закуска, заключителна вечеря.

Целеви пазар 2 " Възраст над 45-50 години, семейни обвързани, с деца над 16 г."

1. Релакс оферти - нощувки със закуска, пикник, посещение на забележителност и атракции свързани с историята на България, и/или риболов, разходка по туристически маршрути / пътеки - от село Кюлевча и село Могила;
2. Събитийни оферти - изкуство и култура, традиции и фолклор, спорт и развлечения - участие в събитие, нощувки със закуска, тематична вечеря;
3. Празнични оферти - национален или личен празник.

Целеви пазар 3 "Организирани туристи, българи, обиколка на област Шумен или обиколка в Североизточна България"

1. Културни и религиозни коридори / тематични регионални маршрути - Ранно средновековие - България, Балканите, Европа; приемане на християнството; Средновековни градове и столици;
2. Историята на България - създаване, разцвет, упадък, Освобождение и Възраждане /вкл. история на жп транспорта/
3. Събитийни оферти - изкуство и култура /концерти, спектакли, демонстрации/

Целеви пазар 4 "Чужденци - индивидуални туристи /идващи предимно от град Варна и курортни комплекси/ или организирани от Северно Черноморие"

1. Индивидуални тематични маршрути /дигитален формат на чужд език/ - Ранно средновековие - градове и столици, приемане на християнството, български владетели; природа и човек, енергийни места и непроучено наследство, веломаршути - Северно Черноморие;
2. Събитийни оферти - изкуство и култура /концерти, възстановки, пленери/;
3. Оферти за екотуризъм, приключения и откривателства - екопътеки "Могилски скални тайни / съкровища", пешеходни маршрути, посещение на труднодостъпни и сравнително непознати места.

Целеви пазар 5 "Възраст 25-45 г., семейни с деца до 12 г."

1. Индивидуални тематични маршрути - "Опознай България - история и природа" - посещение на НИАР "Плиска" и Мадара с история за създаването на България и нейните първи владетели
2. Събитийни оферти - изкуство и култура /възстановки, чествания/, традиции и фолклор, спорт - хандбал състезания и тренировки

Целеви пазар 6 „Ученици от цяла България“ – тематични маршрути „Опознай България – история и природа“ и събитийни оферти

На всички целеви пазари - “Началото на жп транспорта в България” - история, музейна сбирка и посещение на жп гара, атракционен парк или кът с възможност за игра на децата и забавление /симулация на каране на влак, на движение на парен влак/ и “Хандбалът - история и бъдеще” - игрище, зала с кътове за история, снимки, видеа.

Събитията, които са подходящи да бъдат отличителни и като символ на община Каспичан, са Дни на предците и Дни на славянската писменост и българската култура, които обаче трябва да бъдат обогатени с дейности, които позволяват активното участие на публиката, особено децата и младите хора.

Нови събития, които могат да се организират и провеждат са “Ден на хандбала”, “Ден на жп транспорта / Ден на влака”, Фотопленери и концерти в Голямата базилика.

Нови дейности за туристите могат да бъдат организирани в град Плиска - откривателство за децата, демонстрации на дейности от бита на прабългарите и други; в село Кюлевча, Могила и Върбяне - каменоделство; в град Каспичан - демонстрации и работилници с материали за изработване на фаянс и декорация.

Фундамент за ключовата идентичност на община Каспичан като туристическа дестинация е необходимо да бъде първата стъпка към българската държавност и християнството в България, първата подкрепа за развитието на българската писменост и култура.

3. Комуникационна стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация

Комуникационни цели на стратегията:

1. Изграждане и утвърждаване на имиджа на община Каспичан като туристическа дестинация
2. Популяризиране на община Каспичан като туристическа дестинация
3. Привличане на туристи от целевите туристически пазари
4. Повишаване посещаемостта на обекти и събития в община Каспичан
5. Създаване на благоприятни впечатления и спомени от посещението на община Каспичан

1. Изграждане и утвърждаване на имиджа на община Каспичан като туристическа дестинация

1.1. PR кампания - обществени лидери (известни журналисти и блогъри, туристически експерти, чуждестранни пътешественици), туристически агенции, туроператори, експерти в туризма, журналисти в България - информационни турове, онлайн презентации, участие в телевизионни и радиопредавания, вкл. посветени на темата „Туризъм“, участие в туристически форуми и дискусии, срещи в училища и университети;

1.2. Провеждане на събития - Дни на предците и Дни на славянската писменост и българската култура - литературни награди, игри за децата, конкурс за слоган на събитието и стих, срещи, кръгли маси и дискусии,

концерт в Голямата базилика - целеви пазари, обществени лидери, посланици и аташета в България;

1.3. Участие в туристически борси - Ваканция Спа експо, Културен туризъм Велико Търново, Черноморски туристически форум във Варна

1.4. Разработване и използване на бранд на община Каспичан - в рекламно-информационни материали - печатен, дигитален формат, мобилни приложения, туристически портал, информационни и указателни табели, рекламни сувенири и подаръци, триизмерно тяло на бранда, електрически велосипеди и скутери, кътове за почивка и игра, билбордове и дигитални екрани

1.5. Разработване на рекламни видеоклипове и филми

1.6. Създаване на истории - тайни пътеки в района на Мадарски скален венец, проходи в НИАР "Плиска", обитатели на пещери, за девташлари и битката на хан Крум, за всеки от кановете, и тяхното пресъздаване чрез видеа, илюстрации, пътеписи.

2. Популяризиране на община Каспичан като туристическа дестинация

2.1. Туристически портал за община Каспичан като туристическа дестинация - информация за културно-историческо наследство, туристически маршрути, събития, актуални оферти, места за настаняване и ЗХР, интерактивна карта, събития и оферти, време и 360 панорамна обиколка в реално време, мобилно приложение тип Visit Kaspichan;

2.2. Кампании в социални медии - създаване на профили във Facebook, Twitter, Instagram за Каспичан като туристическа дестинация и споделяне на истории;

2.3. Участие в специализирани туристически уебсайтове и гидове /печатни и дигитални/, най-малко на 3 езика - английски, немски и руски - за България, за област Шумен, за пътешествия и резервации;

2.4. Поддържане на бюлетин и блог към туристически портал;

2.5. Изграждане на билбордове с лого и слоган на община Каспичан като туристическа дестинация - магистрала "Хемус", път до Русе, Карнобат и Добрич.

3. Привличане на туристи от целевите туристически пазари

3.1. Кампании в социални медии - споделяне на истории, снимки, видеа

3.2. Рекламни кампании в локални радиостанции /Варна, Шумен, Велико Търново, Русе/

3.3. Участие в блогове и групи в социалните мрежи - чрез информация за предстоящи събития, споделяне на истории, коментари и мнения по повод на историята на България и нейното културно-наследство

3.4. Директен маркетинг с представители на образование, култура, здравеопазване, общински и държавни институции във Варна, Русе, Велико Търново, Добрич, Търговище и др. - бюлетин, актуални събития и оферти, споделяне на събития

3.5. Организиране на ежегодни /онлайн/ конкурси за най-добри снимки, видеа, истории на туристи в община Каспичан

4. Повишаване посещаемостта на обекти и събития в община Каспичан

4.1. Туристически информационен и културен център - информация за дестинацията, за събития и културна програма на читалищата, за организиране на туристически обиколки и гид за тематични маршрути, информация за областта и Варна Северен черноморски район, разписания на влакове и автобуси, наемане на електрически велосипеди и скутери;

4.2. Разработване на мобилно приложение с дигитална карта със забележителности, места за настаняване и заведения за хранене и развлечение, тематични маршрути, места за наемане на велосипеди и скутери - Visit Kaspichan Municipality, с опция за покупка на картата срещу отстъпки в музеи, ЗХР и други места;

4.3. Карта на община Каспичан като туристическа дестинация - печатен вариант на дигиталната карта и в голям формат поставена на централно място в Каспичан,кв.Калугерица, Плиска, Кюлевча, Могила, Златна нива ,Върбяне и кръстопът на изход/вход на Каспичан;

4.4. Дигитален информационен екран с опция за реклама на бизнеса и информация за дестинацията - време, актуални оферти, събития и други в град Каспичан и град Плиска.

,

5. Създаване на благоприятни впечатления и спомени от община Каспичан

5.1. Туристически информационен и културен център - предложения за участие в игри, конкурси, лотарии със снимки и видеа, пътеписи и др., карти за събиране на точки при посещение и награди, включване в група на общината в социалните медии и изпращане на нюзлетъри с актуална информация, продажба на сувенири с лого на дестинацията;

5.2. Мобилно приложение за дестинацията - за удобно и бързо намиране на информация, за лесна ориентация, за съвети и препоръки към туристите;

5.3. Социални медии - съобщения, които да напомнят за община Каспичан, да изразяват благодарност за всички, които са били гости на дестинацията, да се изпращат шеговити истории и любопитни факти;

5.4. Интерактивна информация - киоски с touch screen монитори, дигитални екрани, QR кодове, образователни игри за деца и младежи - Каспичан, Плиска..

4. Партньорства за изпълнение на маркетинговата стратегия за развитие на община Каспичан като туристическа дестинация

4.1. Партньорство на равнище община Каспичан - клъстер “Туризъм, бизнес, община Каспичан” - партньорство за съвместно финансиране и поддържане на туристически портал, дигитални екрани и киоски, събития и музейни експонати, с възможност за реклама на ключови партньори, реклама чрез партньори - уебсайтове, участия в борси и изложения;

4.2. Партньорство на равнище област Шумен - реклама и информация за туристически маршрути и културно-историческо наследство в областта, профили в социални мрежи на регионално сдружение и на регионален музей Шумен, уебсайт на НИАР “Плиска” и НИАР “Мадара”, поддържане на YouTube канал, участие в туристически борси и изложения;

4.3. Партньорство на равнище туристически район Варна Северно Черноморие - създаване и предлагане на регионални туристически продукти чрез ТИЦ във Варна, Каспичан, Шумен, Силистра, Добрич и чрез туристически портали на всички дестинации, съвместно участие в туристически изложения и туристически портали, разработване на рекламно-информационни средства - мобилни приложения, видеа, поддържане на YouTube канал.

IV. ПРОГРАМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. План с дейности по мерките за изпълнение на специфичните цели /отговорници, финансиране, времеви период/
2. План с индикатори за измерване постижението на специфичните цели

1. План с дейности по мерките за изпълнение на специфичните цели и на маркетинговата стратегия /отговорници, финансиране, времеви период/

Планът с дейности по мерките за изпълнение се разработва с цел да се определят конкретните задачи, чието осъществяване осигурява постигане на специфичните цели и реализиране на маркетинговата стратегия. Задачите са действия, които се дефинират така, че да водят до измерими резултати. Времевият обхват на плана е 2021-2027 г. Изпълнението на всяка задача е с определен срок в рамките на посочения период до 2027 г. За нейното осъществяване се определя отговорник и източник на финансиране. Планът с дейностите е представен в таблица 6, Приложение 6.

2. План с индикатори за измерване постижението на специфичните цели

Съгласно посочената по-горе същност на задачите, които водят до измерими резултати, се определят индикатори за измерването им. Индикаторите са инструмент за проверка постигането на специфичните цели и съответно за мониторинг и контрол върху изпълнението на стратегията. За всеки индикатор е определена мерната единица и прогнозна стойност, виж таблица 7.

Таблица 7 "Индикатори за измерване постижението на специфичните цели"

Цели и мерки	Индикатори	Мерна единица	План
Специфична цел 1.1.			
1.1.1. Подобряване на ключови пътни артерии	1. Разработен и утвърден план за асфалтиране 2. Дължина на асфалтирани артерии	брой км	2 6
1.1.2. Маркиране, екологизиране, обезопасяване и създаване на туристически маршрути и екопътеки в района на Мадарски скален венец и Кирека, на пешеходен маршрут от Каспичан до НИАР "Плиска" /по възможност част от общ маршрут в област Шумен и Варна/	1. План и кадастрална схема на маршрутите 2. Дължина на маршрутите 3. Маркировки 4. Средства за обезопасяване, почивка и защита на средата 5. Информационни средства 6. View points	брой км брой брой брой брой	1 20 50 10 4 3
1.1.3. Изграждане на велоалеи и веломаршрути в община Каспичан и други съседни населени места	1. План и кадастрална схема на велоалеите 2. Дължина на велоалеите 3. Дължина на веломаршрутите	брой км км	1 10 15
1.1.4 Изграждане на стоянки за зареждане на електромобили	1. Карта на стоянките 2. Стоянки за зареждане на електромобили	брой брой	1 4

1.1.5. Маркировка и указателни табели за НИАР "Плиска", ТИЦ, Голяма базилика, селата Кюлевча, Могила, Върбяне, за скален манастир	1. Маркировки 2. Указателни табели	брой брой	20 10
Специфична цел 1.2.			
1.2.1. Създаване на туристически информационен център /ТИЦ/	1.Проект за ТИЦ 2. ТИЦ с организационна структура и статут	брой брой	1 1
1.2.2. Създаване на туристически информационен портал - дигитален вариант на ТИЦ	1. Проект на портал 2. Разработен портал 3. Организационна структура за поддръжка	брой брой брой	1 1 1
1.2.3. Разширяване на мрежа от WiFi точки с безплатен достъп до Интернет	1. Карта с WiFi точки 2. WiFi точки	брой брой	2 12
Специфична цел 1.3.			
1.3.1.Осигуряване на транспортни средства с ел.захранване под наем - електровелосипеди, електрически скутери и електромобили (при създаване на необходимата организационна структура)	1. Карта на стоянки / места 2. Електровелосипеди 3. Електрически скутери 4. Електромобили	брой брой брой брой	2 10 10 2
1.3.2. Изграждане на сцени и пространства за събития	1. Карта на сцени и пространства за събития 2. Сцени 3. Пространства	брой брой брой	1 2 2
1.3.3. Създаване на паркови пространства в град Плиска, град Каспичан, и други, включително тематични, посветени на история на България, жп транспорт, производство на фаянс	1. Карта на паркови пространства 2. Паркови пространства	брой брой	1 4
1.3.4.Създаване на кътове за игра и спорт, включително тематични, посветени на Първата българска столица и първите български владетели, жп транспорт и фаянс	1. Карта на кътовете 2. Кътове за игра 3. Кътове за спорт	брой брой брой	1 4 5
Специфична цел 2.1.			
2.1.1.Създаване на локален клъстер или консорциум "Туризъм, бизнес, община Каспичан"	1. Регистриран клъстер 2. Стратегия и план на клъстера 3. Проект изпълняван от клъстера	Брой Брой Брой	1 1 2

2.1.2.Инициране на партньорска мрежа със сдружения и общински институции в Шумен, Велики Преслав, Нови пазар, Провадия и Ветрино	1. Работни срещи за инициране на партньорска мрежа 2. Постигнато споразумение за партньорство между клъстер / община Каспичан с сдружения и общински институции 3. План-програма за дейността на партньорската мрежа	Брой Брой Брой	3 2 2
2.1.3.Програма за сътрудничество в рамките на туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие), периодични обучения на малкия и среден туристически бизнес	1. Работни срещи със сдружения и организация за туристическия район 2. План-програма за сътрудничество 3. Обучения	Брой Брой Брой	6 5 2
Специфична цел 2.2.			
2.2.1.Разработване на концепция на тематични маршрути / продукти, съгласно маркетинговата стратегия	1. Разработени маршрути 2. Вариант на карта на маршрутите	Брой Брой	5 4
2.2.2. Обединяване на участниците в тематичните маршрути / продукти	1. Работни срещи с участници в маршрутите 2. Споразумения между участници в маршрутите	Брой Брой	5 5
2.2.3. Разработване на мобилно приложение / включване в мобилно приложение за тематичните маршрути	1. Дигитализирани маршрути	Брой	5
Специфична цел 2.3.			
2.3.1.Определяне на събитията, ключови за идентичността на туристическа дестинация община Каспичан	1. Работни срещи за определяне на ключовите събития 2. Програми на ключовите събития	Брой Брой	2 4
2.3.2.Разработване на концепция за нови събития и дейности, съгласно маркетинговата стратегия	1. Програми на нови събития 2. Реализирани нови събития	Брой Брой	2 2
2.3.3.Разработване на календар на събитията - нови и традиционни	1. Разработен годишен календар на събитията - дигитален и печатен вариант	Брой	6
Специфична цел 3.1.			
3.1.1.Дефиниране на ключова идентичност на община Каспичан като туристическа дестинация	1. Постигнато споразумение за ключова идентичност на община Каспичан като туристическа дестинация	Брой	1

3.1.2.Разработване на концепция и дизайн на лого и слоган на община Каспичан като туристическа дестинация	1. Избрана агенция за разработване на концепцията и дизайн на лого и слоган (бранд) 2. Разработена концепция, лого и слоган	Брой Брой	1 1
3.1.3. Създаване на история, свързана с идентичността на туристическа дестинация Каспичан	1. Разработени истории	Брой	2
Специфична цел 3.2.			
3.2.1.Разработване на комуникационна кампания - целеви аудитории, канали и средства, очаквани резултати и комуникационни ефекти, времева ориентация	1. Разработена комуникационна кампания съгласно маркетинговата (комуникационна) стратегия 2. Отчет за изпълнение на комуникационна кампания и постигнати резултати	Брой Брой	6 6
Специфична цел 3.3.			
3.3.1.Програма за комуникационна кампания на локален клъстер/консорциум за период до 3 години	1. Разработена програма за комуникационна кампания на локален клъстер	Брой	2
3.3.2. Програма за комуникационна кампания съвместно с партньори от Велики Преслав, Шумен, Нови пазар, Ветрино и Провадия	1. Разработена програма за комуникационна кампания с партньори с план за комуникационни канали, участие в събития и съвместни събития и комуникации	Брой	6
3.3.3. План за участие в комуникационни кампании на туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие)	1. Разработен план за участие в събития и комуникационни дейности за туристически район Варна Северно Черноморие (Варненско Черноморие)	Брой	6

V. МОНИТОРИНГ И КОНТРОЛ ПО ИЗПЪЛНЕНИЕТО НА СТРАТЕГИЯТА ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1**. План за мониторинг и контрол на изпълнението на стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан**

Мониторингът представлява процес на систематично събиране и анализиране на информация, свързана с изпълнението на Стратегията за устойчиво развитие на туризма / СУРТ/ в община Каспичан /2021-2027г./ и Програмата към нея за целите на контрола върху тяхното изпълнение. От съществено значение е да се гарантира, че информацията е събрана по един организиран и планиран начин и през редовни интервали. Една от основните цели на мониторинга е да се проследи използването на отпуснатите финансови средства и да се прецени дали е бил постигнат напредък в посока към очакваните резултати. Напредъкът трябва да се измерва спрямо заложените цели и индикатори за измерване на тяхното изпълнение. Необходимо е, освен това, напредъкът да се отчита и спрямо ситуацията в началния момент на изпълнение на стратегията и програмата. Това изисква събиране на бази данни, отнасящи се за периода преди да започне изпълнението на стратегията или програмата.

Процесът на организация на изпълнението, осъществяване на мониторинг, контрол и последваща оценка на Програмата за устойчиво развитие на туризма се организира от кмета на община Каспичан или от упълномощено от него друго длъжностно лице или екип. Стратегията за устойчивото развитие на туризма и програмата към нея, се обсъжда и приема от Общинския съвет по предложение на кмета на общината. Годишните доклади за наблюдение на напредъка в изпълнението на Програмата също се одобряват от Общинския съвет по предложение на кмета. Мониторингът осигурява синхрон и взаимно подпомагане при реализирането на набелязаните дейности и приоритети. Дейностите и средствата за мониторинг, контрол и оценка на изпълнението на Стратегията за устойчиво развитие на туризма и програмата в община Каспичан през периода 2021 – 2027 г. са **ежегодни доклади за хода на изпълнение на Стратегията и Програмата и окончателен доклад в края на периода 2021-2027 г.**

Докладите се обсъждат на Консултативен съвет по въпросите на туризма и се внасят за обсъждане на сесия на Общинския съвет, като въз основа на тях се вземат решения за оценка на извършеното, актуализация на Програмата и конкретизация на плана за действие през следващите години. Кметът определя със заповед длъжностно лице или екип, отговорни за мониторинга по изпълнението на стратегията и програмата към нея.

Годишният доклад трябва да съдържа осъществените мерки и постигнати резултати по отношение на трите стратегически цели и техните специфични цели.

Окончателният доклад също се обсъжда на Консултативен съвет и внася на сесия на Общинския съвет. След неговото обсъждане и даване на оценка за изпълнението и постигнатите резултати се изготвя констативен протокол / доклад, който да се използва за разработване на стратегията за следващия програмен период.

По стратегическа цел 1. и специфични цели 1.1., 1.2. и 1.3. мониторингът и контролът по изпълнение на тази част от програмата се осъществява съвместно с Комисията за териториално и селищно устройство, регионално развитие и транспорт в

общината. Комисията участва активно в изготвянето на тази част от годишния доклад за изпълнение на СУРТ и програмата към нея.

По стратегическа цел 2 и специфични цели 2.1., 2.2. и 2.3., мониторингът и контролът по изпълнение на тази част от програмата се осъществява съвместно с Комисията за образование, култура, здравеопазване, младежта, спорта и социалните въпроси на общината. Комисията участва активно в изготвянето на тази част от годишния доклад за изпълнение на СУРТ и програмата към нея.

По стратегическа цел 3 и специфични цели 3.1., .3.2. и 3.3., мониторингът и контролът по изпълнение на тази част от програмата, т. се осъществява съвместно с Дирекция „Специализирана администрация" и инспектор "Туризъм, търговия, младежки дейности и детски политики" към дирекцията. Дирекцията и инспекторът участват активно в изготвянето на тази част от годишния доклад за изпълнение на СУРТ и програмата към нея.

Назначеното длъжностно лице или екип изготвя цялостния ежегоден доклад в трите стратегически направления за изпълнението на СУРТ и програмата към нея и го внася за обсъждане в Консултативния съвет по въпросите на туризма. След обсъждането в Консултативния съвет и направените допълнения, ежегодния отчет се внася за обсъждане на заседание на Общинския съвет на община Каспичан.

2. Информация и публичност за изпълнение на програмата за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан

Ежегодният отчет и окончателният доклад се публикува на уебсайта на Община Каспичан. На всеки 6 месеца е препоръчително да се правят срещи на Консултативния съвет по туризъм, на който да се прави кратък отчет за хода на изпълнение на стратегията.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Стратегията за устойчивото развитие на туризма в община Каспичан се базира на двете положителни и силни стратегически позиции: регионална свързаност и по-добра стартова позиция за устойчиво развитие на туризма поради съхранена природа и атмосфера, липса на свръх туристическо предлагане и търсене. Същевременно тя е ориентирана към преодоляване на заплахите и слабите страни, характерни за двете неблагоприятни стратегически позиции: липса на качествена инфо- и инфраструктура и липса на действаща партньорска мрежа.

Визията за устойчивото развитие на туризма в община Каспичан е да се развива като туристическа дестинация на базата на уникалното, автентично културно-историческо наследство, и съхранен дух и уют на малките селища в България, но чрез създаване и поддържане на връзки с настоящи и бъдещи поколения и на среда, която да отговаря на съвременните изисквания на туристи, жители, инвеститори и местни предприемачи. като туристическа дестинация.

Стратегическите цели за реализиране на визията са:

1. Изграждане на съвременна инфо- и инфраструктура за устойчиво развитие на туризма в община Каспичан
2. Създаване на среда за комплексни и атрактивни туристически продукти
3. Създаване на отличителен имидж и разпознаваем образ на община Каспичан, и неговото популяризиране.

Основните видове туризъм, които е необходимо да се развиват са културно-познавателен, уикенд с цел релаксация и енергийно зареждане, еко- и приключенски.

Целевите туристически пазари за развитието на туризма в община Каспичан са:

1. Български туристи на възраст над 45 и 50 г., семейн/обвързани, с деца над 16 г.
2. Български туристи на възраст между 25 и 45 г., с деца до 12 г.
3. Чуждестранни туристи, индивидуални от Варна и курортни комплекси по Северно Черноморие
4. Ученици от цяла България
5. Представители на български общности извън пределите на страната.

Основните туристически продукти са:

- Тематични маршрут;
- Пешеходни, познавателни, приключенски и екомаршрут;
- Културно-познавателни и развлекателни събития и забавления.

Устойчивото развитие на туризма в община Каспичан е възможно при изпълнение на мерки, заложени в програмата към стратегията и в плана за интегрирано развитие на общината, ориентирани към усъвършенстване и модернизиране на инфо- и инфраструктурата, приложението на дигитални технологии и утвърждаване на стабилна партньорска мрежа на локално и регионално равнище.

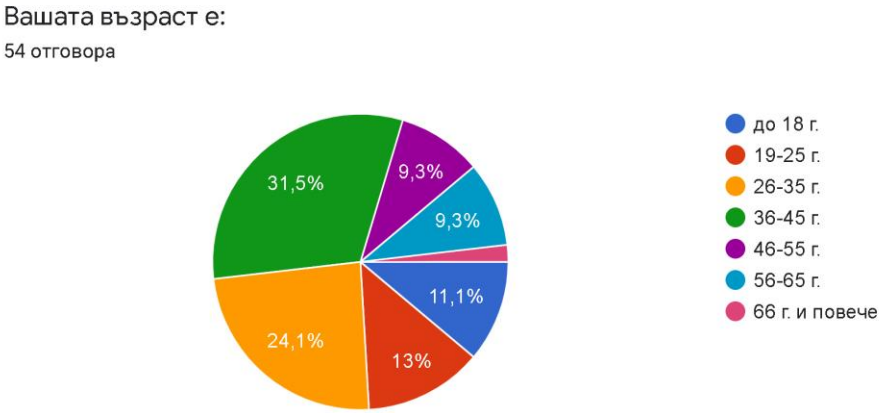
ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Резултати от Проучване на туристи в община Каспичан - гости в места за настаняване, посетители на туристически обекти, посетители на общината

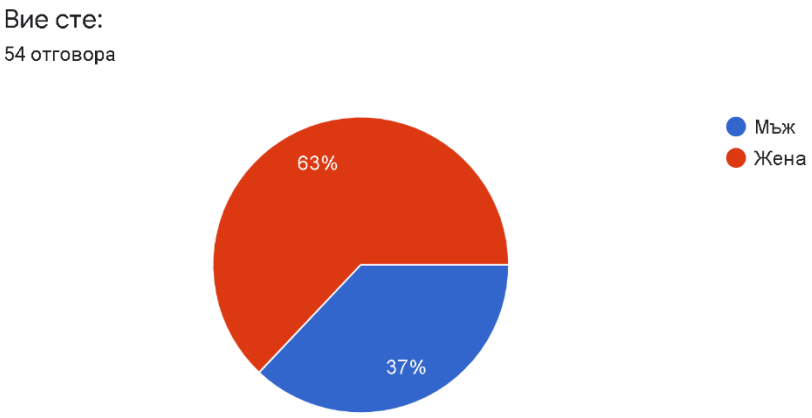
1. **Профил на туристите**
   - Националност - всички анкетирани са българи
   - Местоживеене

Над 30 % са жители във Варна, но няма други преобладаващи дялове.Сред градовете, които са посочени от повече от двама анкетирани са: София, Пловдив, Шумен, Търговище, Велико Търново и Русе.

- Възраст
  Преобладаващият дял туристи - 31.5 % са на възраст между 36-45 г. , следвани от възраст между 26 и 35 г. - 24,1 %, възраст между 19 и 25 г. - 13 %. Хората на възраст над 46 г. са приблизително 20 %. Сред респондентите има деца и юноши на възраст до 18 г. - 11 %.



- Пол
  Преобладаващият дял респонденти са жени - 63 %.



- Семейно положение

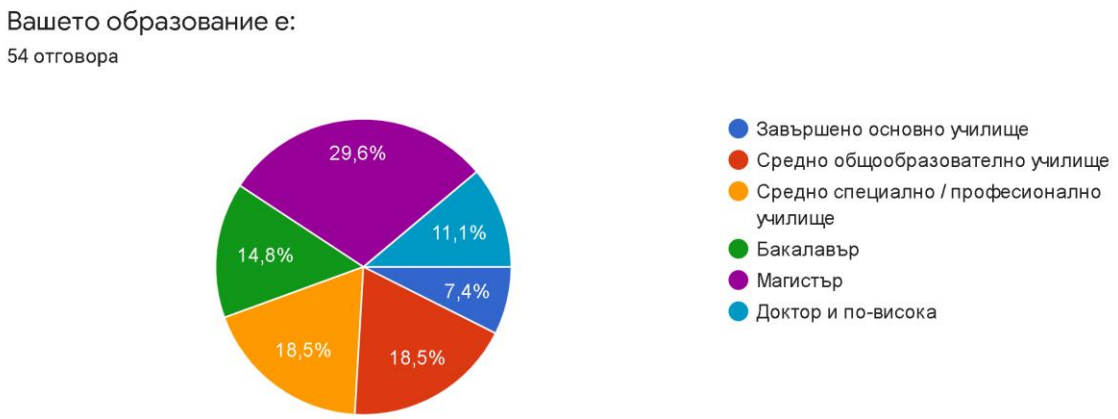
Приблизително половината от респондентите са семейни с деца 42,6 %, обвързани, живущи на семейни начала - 25 % и необвързани 22, 2 %





- Образование

Приблизително 55 % от респондентите са с висше образование като преобладаващият дял са тези с ОКС “магистър” - 29,6 %, с ОКС “бакалавър” - 18,6 % и с ОНС “доктор” - 11,1 %. Респондентите със средно специално и средно общообразователно училище са с по равен дял - 18,5 %.



- Професия

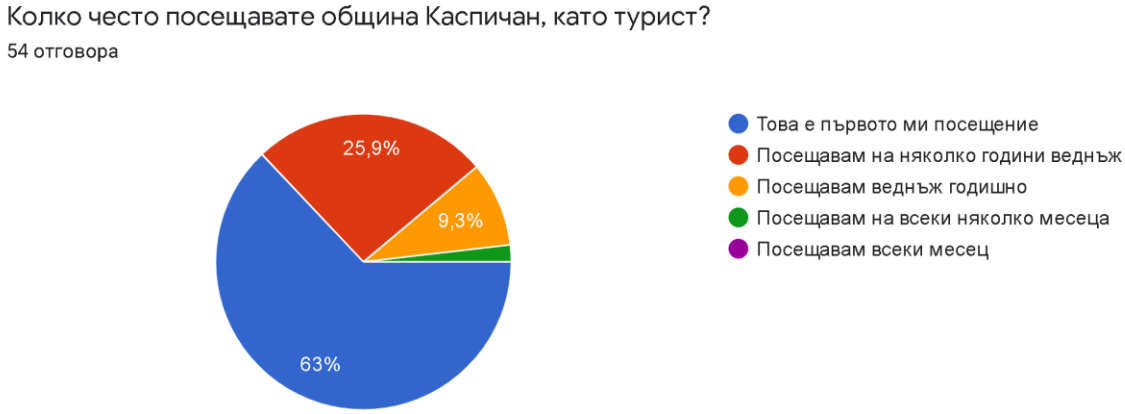
Преобладаващите дялове респонденти според професията са:

- 22,2 % учащи
- 18,% заемащи ръководна длъжност / мениджъри
- 13 % специалисти в сферата на образованието, културата, здравеопазването
- 11 % административни служители
-

2. Поведение на туристите

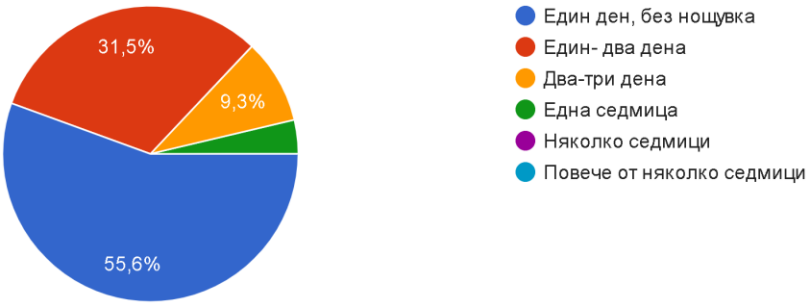
- Честота, продължителност и период на посещение на община Каспичан

Над 60 % от туристите посещават община Каспичан за първи път или през няколко години



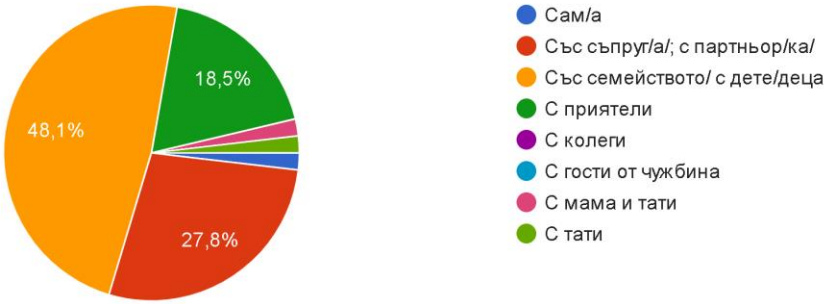
Повече от половината туристи са посетители за един ден, 32 % за два дена с една нощувка и под 10 % за 2-3 дена. Приблизително 90 % от анкетираните са посетили дестинацията през лятото и 6 % през пролетта.

Средно колко дълъг е вашия престой в община Каспичан ?
54 отговора



- Придружаващи лица по време на посещението
  Преобладаващият дял респондентите - 48,1 % посещават община Каспичан със семейството, с децата, следвани от тези, които са със съпруг/а/ или партньор/ка - 27,8 % и 18,5 % с приятели.

С кого най-често посещавате община Каспичан
54 отговора

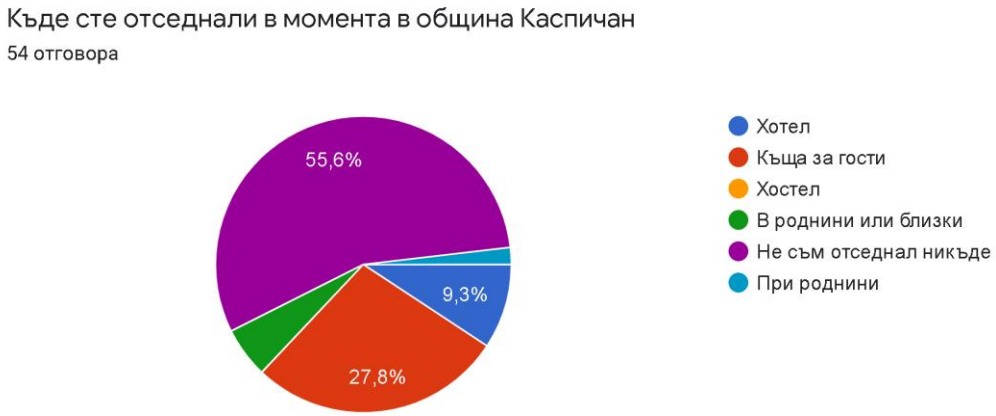


- Източници на информация за посещението

Откъде най-често набавяте информация за туристическия продукт на община Каспичан?
54 отговора



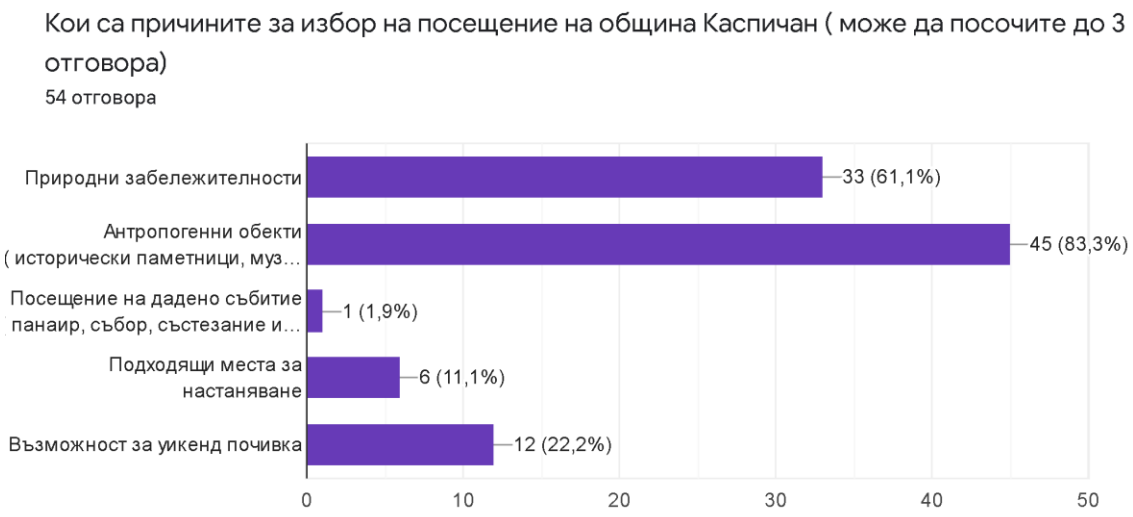
- Предпочитани места за настаняване



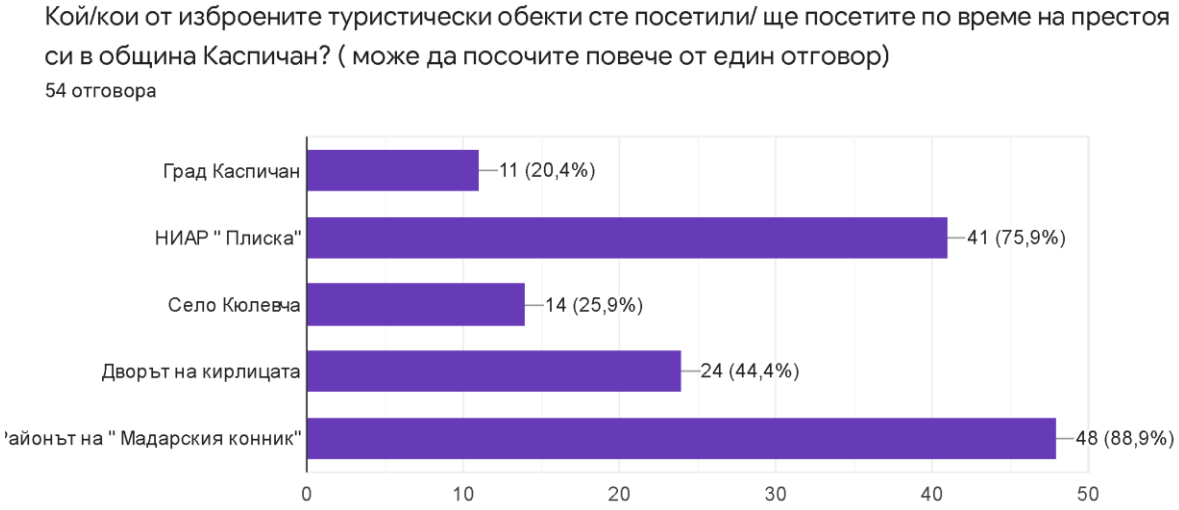
- Цел и мотив на посещението

Основната цел на посещението е културно-познавателна - 75,9 % и рекреация - 16,7 %. Съответно най-важната причина за посещението са антропогенните обекти. Мотив за избор на община Каспичан са и природни забележителности и уикенд почивка.





- Посетени обекти
  Най-посещаваното място е районът на Мадарския конник, следван от НИАР “Плиска”. Сред посещаваните места и обекти са Дворът на кирилицата и село Кюлевча

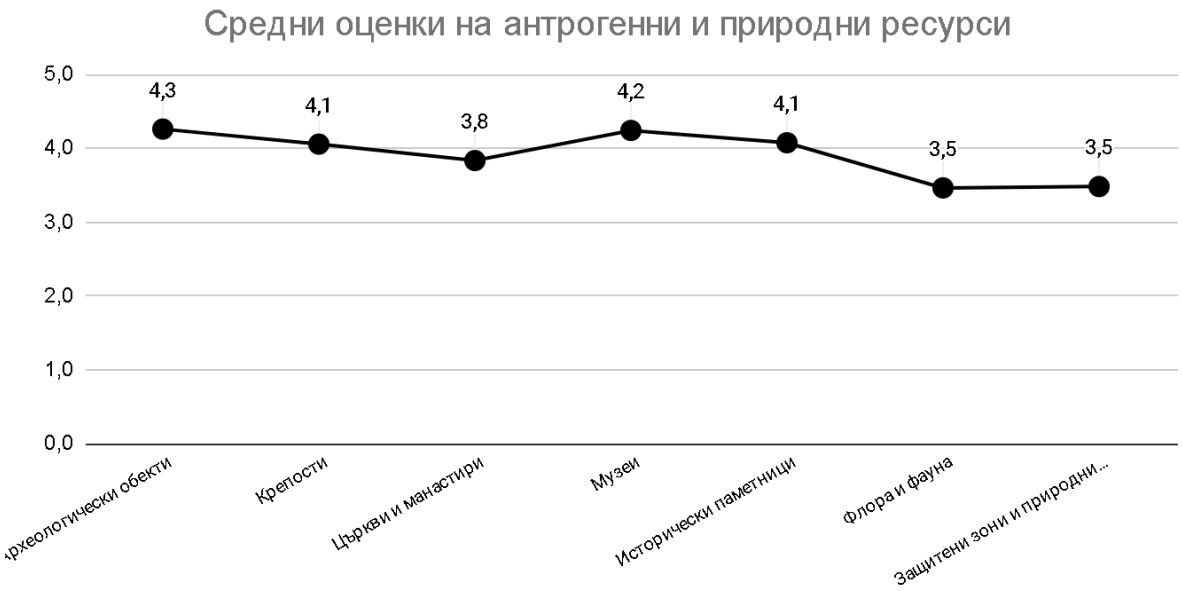


3. Оценка на туристите за община Каспичан като туристическа дестинация

Туристите оценяват цялостния си престой в община Каспичан като отличен и съответно по скала от 1 - лошо до 5 - отлично, 53,7 % от респондентите са дали оценка 5 и 29,6 % оценка 4. Едва 3,7 % са оценили посещението си със слаба оценка, 13 % са с неутрално мнение. Средната оценка е 4,3.



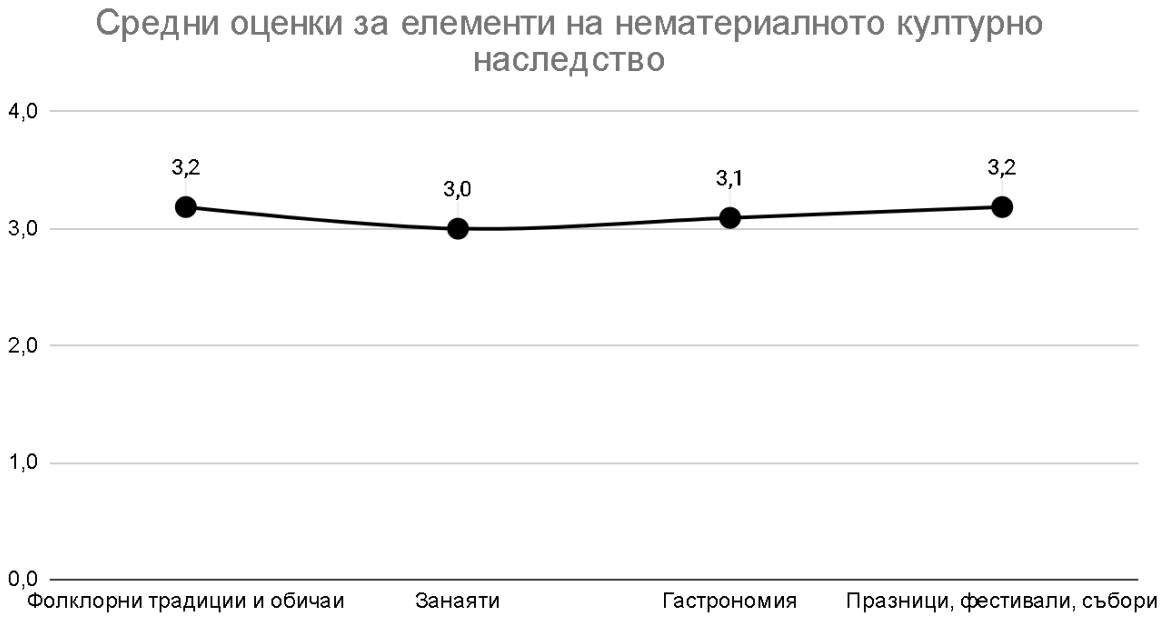
- Оценка на антропогенни ресурси



Туристите оценяват най-високо археологическите обекти - средна оценка 4,3 и музеите - средна оценка 4,2, а най-ниско флората и фауната и защитените зони и природни резервати - 3,5.

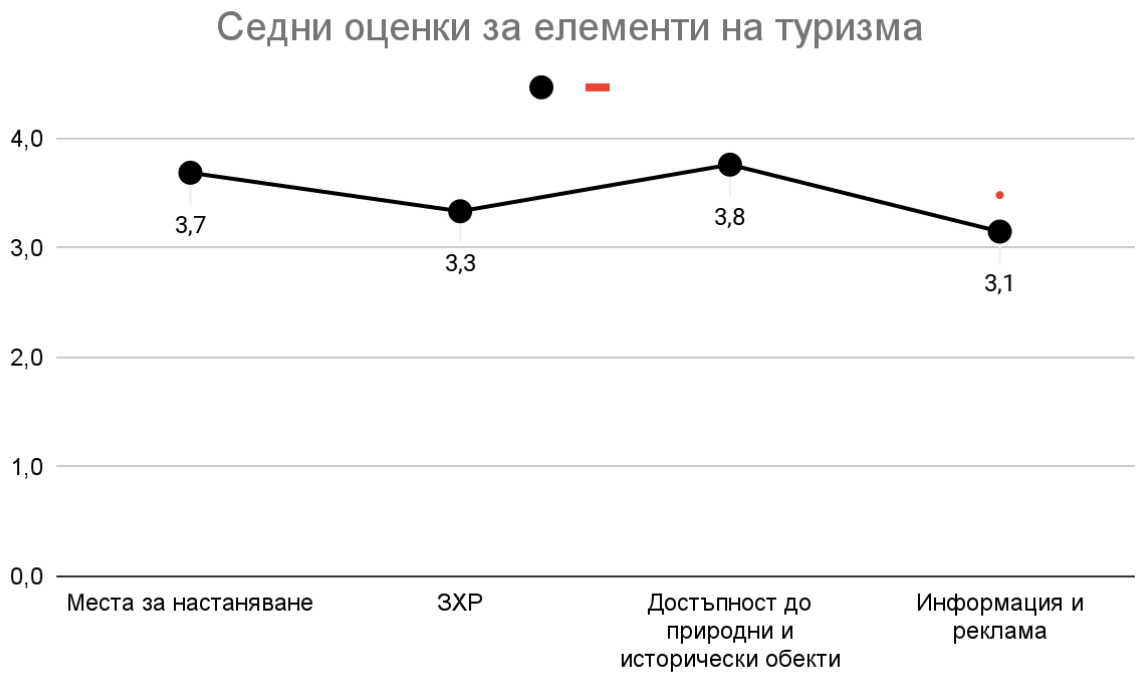
- **Оценка на нематериално културно наследство**

Туристите оценяват нематериалното културно наследство с по-ниска оценка - средна 3,1.



- Оценка на елементи и ресурси на туризма

Туристите оценяват със средна оценка 3,5 елементите на туризма и съответно най-високо достъпността и местата за настаняване - средна оценка 3,8, а най-ниско информацията и рекламата и ЗХР.



4. Мнения и препоръки на туристите

В свободен отговор респондентите споделят това, което им харесва най-много и обратното, това което не харесват или дават препоръки.

Туристите са впечатлени най-силно от културно-историческото наследство - НИАР “Плиска”, районът на Мадара. Множество мнения изразяват положително отношение към домакините в местата за настаняване и промените в общината през последните 5 години.

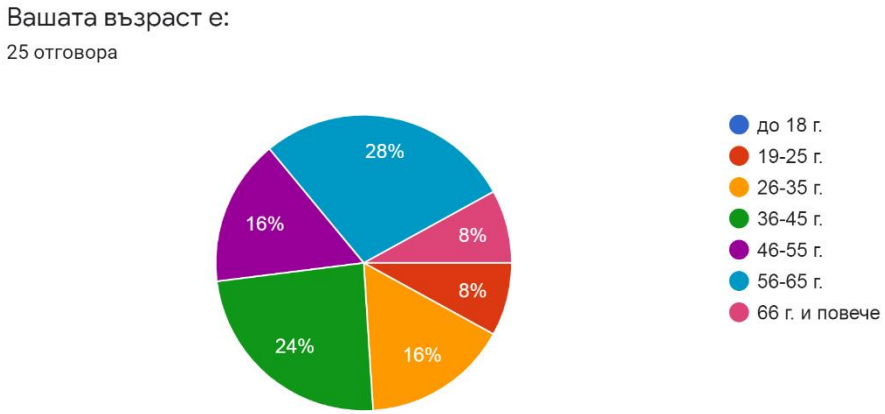
Респондентите са недоволни от липсата на указателни табели и информация, от заведенията за хранене и транспортната достъпност от гледна точка на възможностите за паркиране.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2
РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕ НА ЖИТЕЛИ НА ГРАД ВАРНА

1. Профил на респондентите

- Възраст

Най-голям е делът на представители на възрастова група между 55 и 65 г. - 28 %, но разликите между възрастовите групи от 26 до 65 г. е незначителна - 4 %, отчитайки броя на респондентите, виж фиг.



- Пол

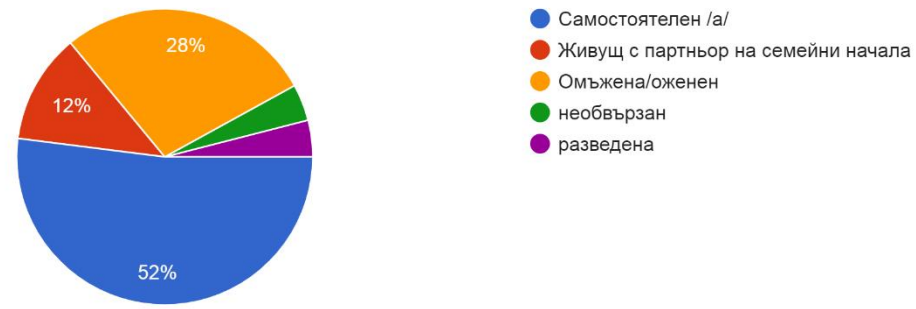
  Определено делът на жените - 72 %, значително надвишава този на мъжете - 28 %.

- Семейно положение

  Броят на респондентите, които са самостоятелни е най-голям - 52 %, два пъти повече от тези, които са семейни. Дяловете на анкетираните с деца над 18 г. и без деца са еднакви - 44 %.

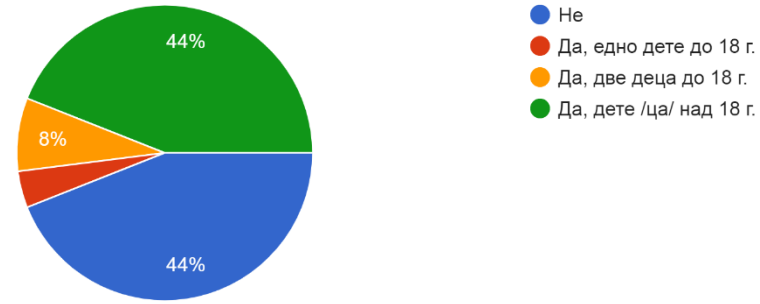
Вашето семейно положение е:

25 отговора



Имате ли деца?

25 отговора



- Професия и образование

Преобладават респонденти с висше образование като броят на анкетираните, които са посочили образователна степен “Доктор” е най-голям - 44 %, следван от броят на тези, които имат ОКС “Магистър” - 32 % и ОКС “Бакалавър” - 16 %.

Вашето образование е:

25 отговора



Очертават се само три ясно обособена групи по професия - 28 % са посочили, че са учащи, по всяка вероятност студенти, 16 %, че са административни служители и 12 % работещи на свободна практика.

2. Характеристики на анкетираните като туристи

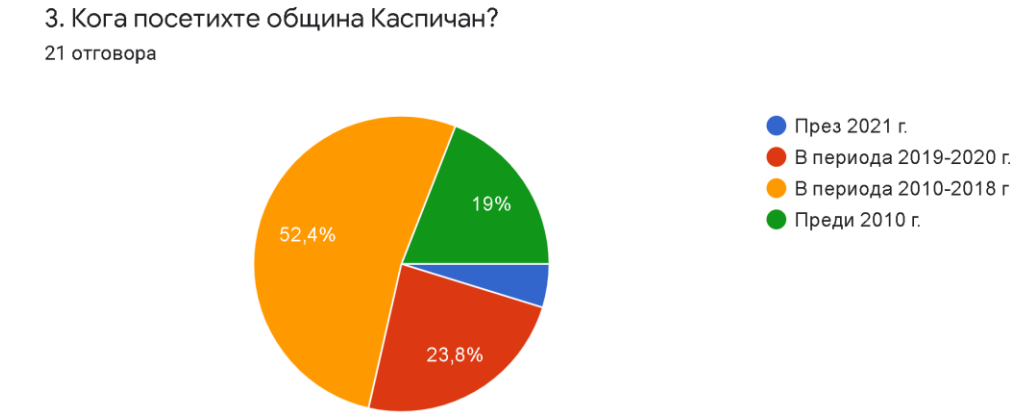
- Посещение на община Каспичан

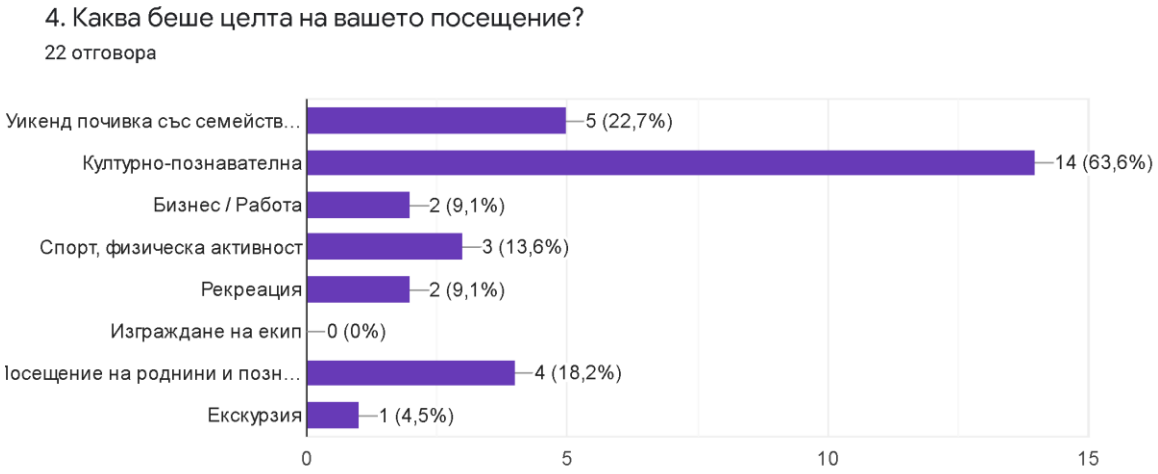
Делът на посетилите община Каспичан е голям - 84 %.

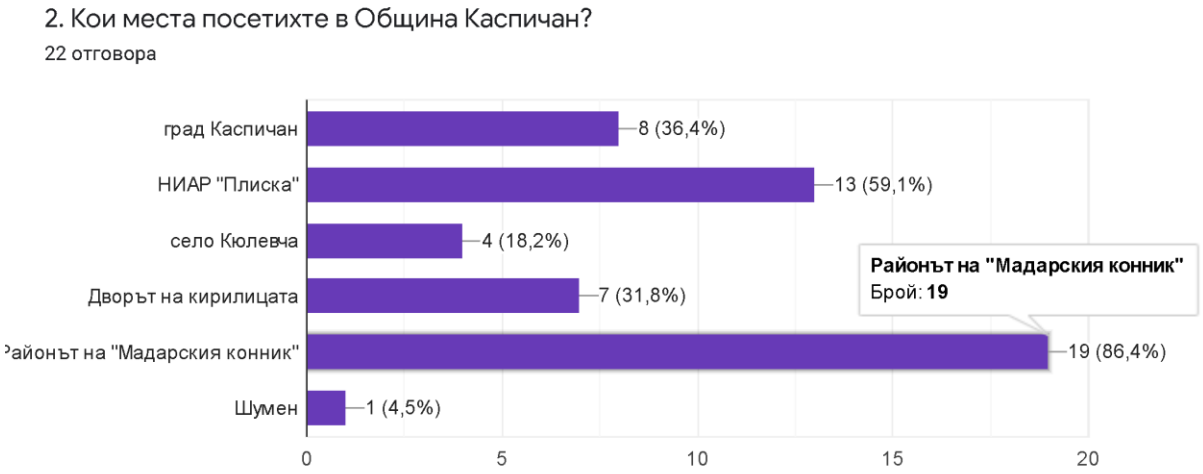
Преобладава броят на респондентите, които са посетили община Каспичан в периода 2010-2018 г. - 52, 8 %, следван от този за периода 2019-2020 г. - 23,8 %.

Целта на посещение е преди всичко културно-познавателна - 63,6 %, уикенд със семейството- 22,7 % и посещение на близки и роднини - 18,2 %.

Обектите и местата, които респондентите са предпочели по време на тяхната визита са районът на Мадарския конник, НИАР “Плиска”, град Каспичан и Дворът на кирилицата.

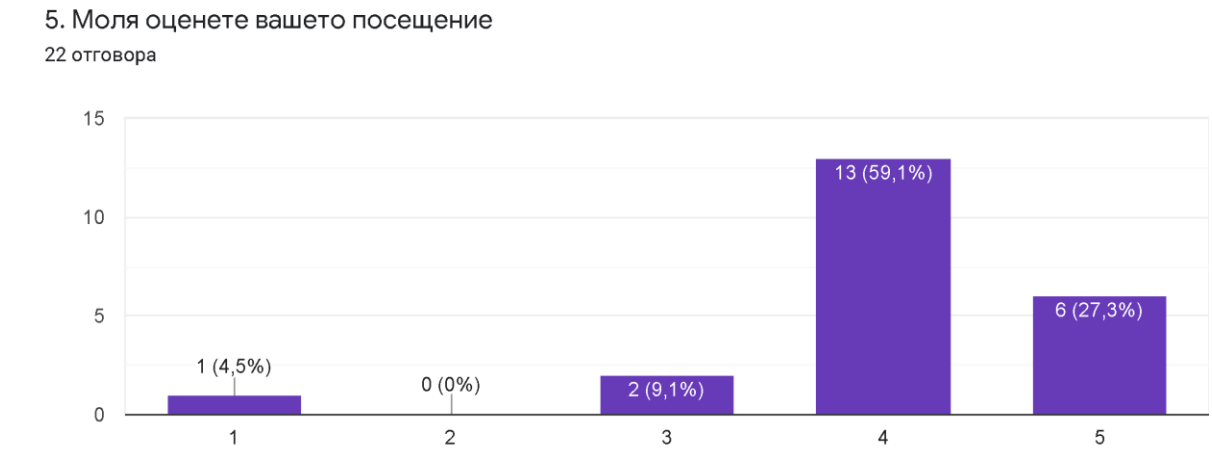






3. Оценки и мнения на респондентите за община Каспичан като туристическа дестинация

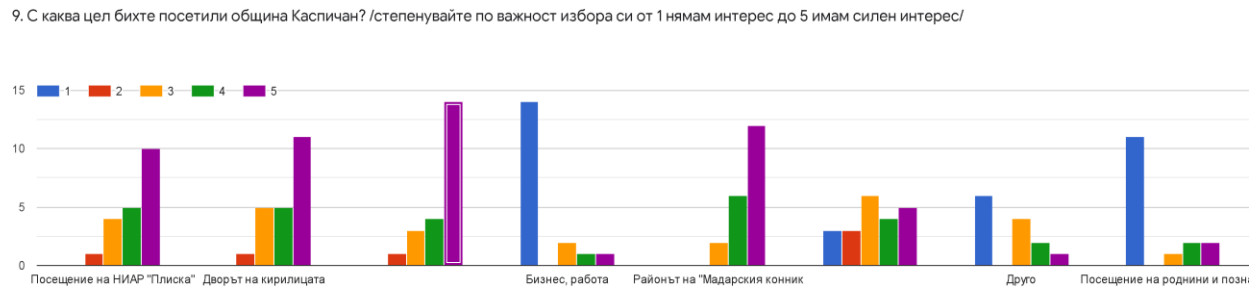
Респондентите, които са посетили община Каспичан оценяват положително визита ти си - 59, 1 % дават оценка добър 4 и 27, % дават най-високата оценка 5.



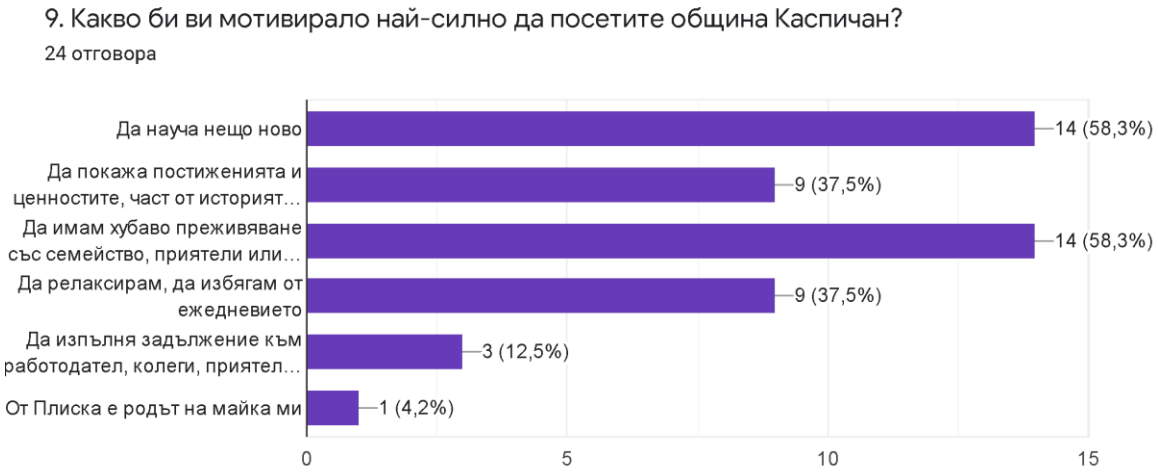
Респондентите са посочили три основни неща, които са запомнили и считат за атрактивни - районът на Мадарския конник - природа и история, историческите забележителности и спокойната среда. Същевременно негативните впечатления са в две направления - достъпност и поддръжка на туристически места и липса на информация.

4. Нагласи и предложения на респондентите за развитието на туризма в община Каспичан

Респондентите биха посетили община Каспичан като част от обиколка в региона - Шумен, Преслав, Мадара, заради районът на Мадарския конник, Дворът на кирилицата и НИАР “Плиска”



Респондентите биха посетили община Каспичан водени от мотиви за обогатяване на знания и хубави преживявания със семейството, приятели или колеги /58,3 %/, за да релаксират и избягат от ежедневието и да покажат, това с което се гордеят като българи - ценности и история /37,5 %/.



Най-голям брой респонденти желаят да посетят община Каспичан с приятели - 76 %, със семейството си - 56 % и с гости от чужбина - 32 %.



ПРИЛОЖЕНИЕ 3
РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕ НА ЕКСПЕРТИ В ТУРИЗМА В ГРАД ВАРНА И ГРАД ШУМЕН

1. Профил на експертите

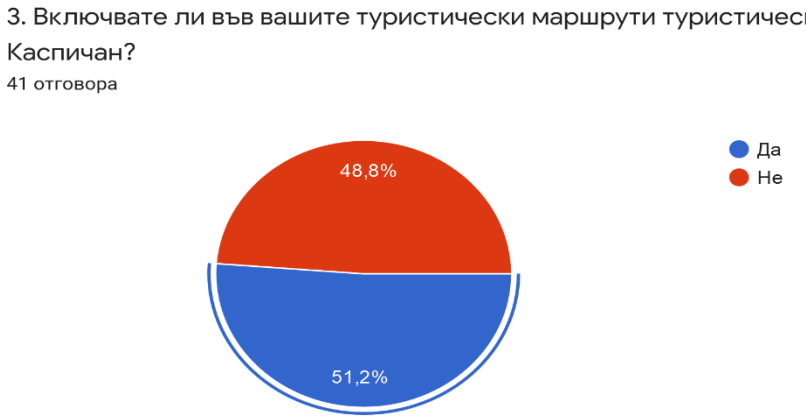
Позиция, която заемат във фирмата - 46,3% от анкетираните са екскурзоводи, 22% са организатори на туристически пътувания, 12,2% са собственици на туристически агенции, 7,3% са административни служители в туристически агенции, 4,9% са на позиция "маркетинг мениджъри" в туристически агенции, 2,4% са представители на туроператори.

56,1% от анкетираните обслужват туристи от Германия Австрия, 46,3% от България, 39% от Русия, Украйна, Белорусия, 29,3% от Полша, Чехия, Словакия, а процентът на туристите от Балканския полуостров, Близък изток, Азия и др. е 53,7%, като те са обединени в категория "други".



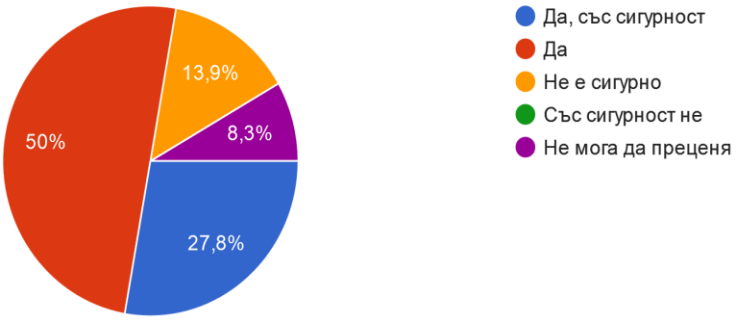
2. Оценки и мнения за община Каспичан като туристическа дестинация

Повечето от половината анкетирани (51,2%) посочват че включват в туристическите си маршрути обекти от община Каспичан. От останалите 48,8%, ⅔ утвърждават категорично положително, че биха включили обекти на община Каспичан в свои бъдещи проекти.



4. В случай, че не включвате обектите на Община Каспичан, бихте ли ги включили в бъдещи проекти?

36 отговора



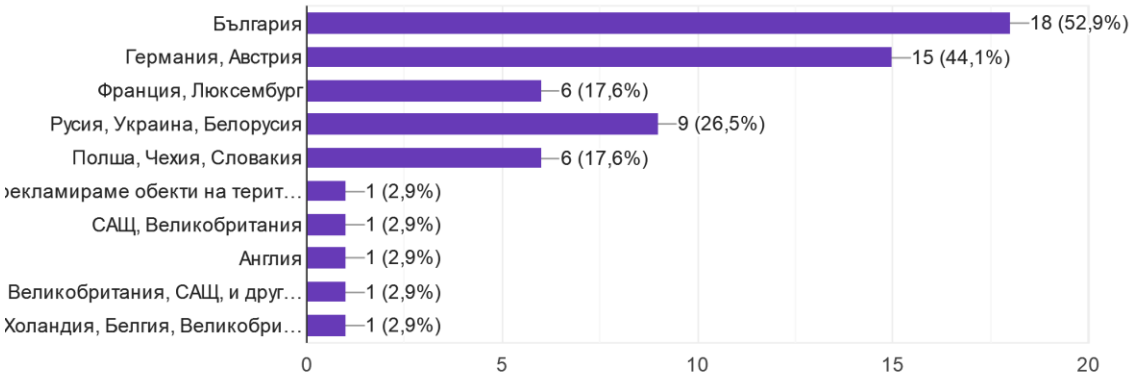
Респондентите отговарят и на въпроси, насочени към изграждане на профил на туристите, пътуващи на територията на община Каспичан.

Според участниците в анкетното проучване от предложения туристически продукт най-много биха се възползвали българи (52,9%), на второ място се нареждат туристите от Германия и Австрия (44,1%), а на трето – от Русия, Украйна, Беларус (26,5). На следващите позиции са гражданите на Полша, Чехия, Словакия, както и Франция и Бенелюкс. Най-слабо заинтересовани са представителите на страни като Великобритания, САЩ, Холандия. (вж. по-долу диаграма “по националност”)

Според респондентите, туристите в активна възраст 36г.-65г. и особено тези между 46г. и 55г. са най-заинтересованата група за закупуване на посочения туристически продукт. Тези сегменти са следвани от представителите на третата възраст (65+г.). Най-малък интерес би бил проявен от младежите, особено от тийнейджърите.(вж. диаграма “по възраст”) Приоритетно офертите са насочени към семейства - 76,5%(вж. диаграма “по семейно положение”) Това разпределение на отговорите е логично, поради спецификата на предлагания туристически продукт в община Каспичан, който е съсредоточен върху културно-познавателния туризъм и съответно настаняването в къщи за гости и семейни хотели.

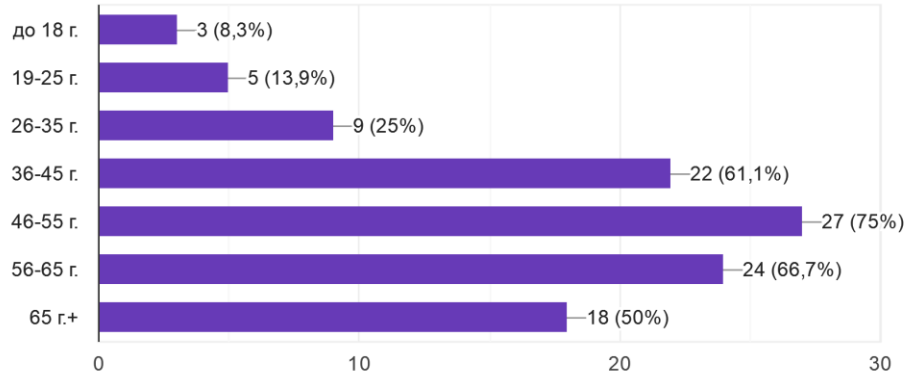
по националност

34 отговора



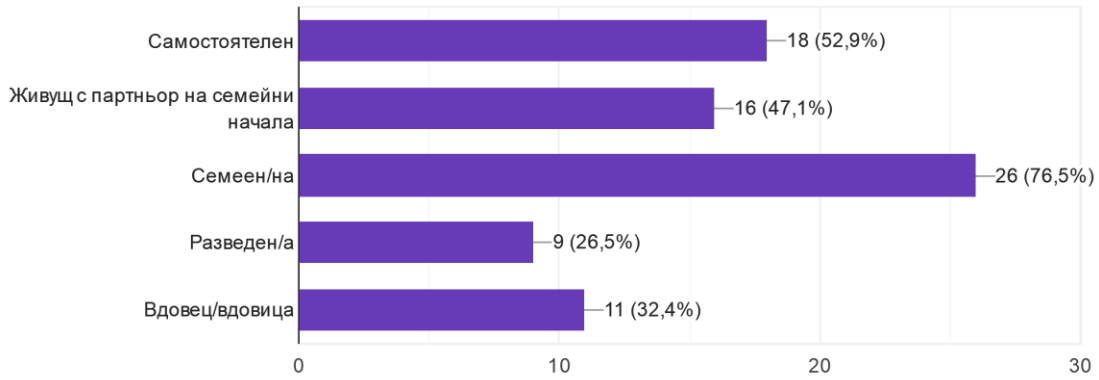
6. по възраст:

36 отговора



по семейно положение

34 отговора

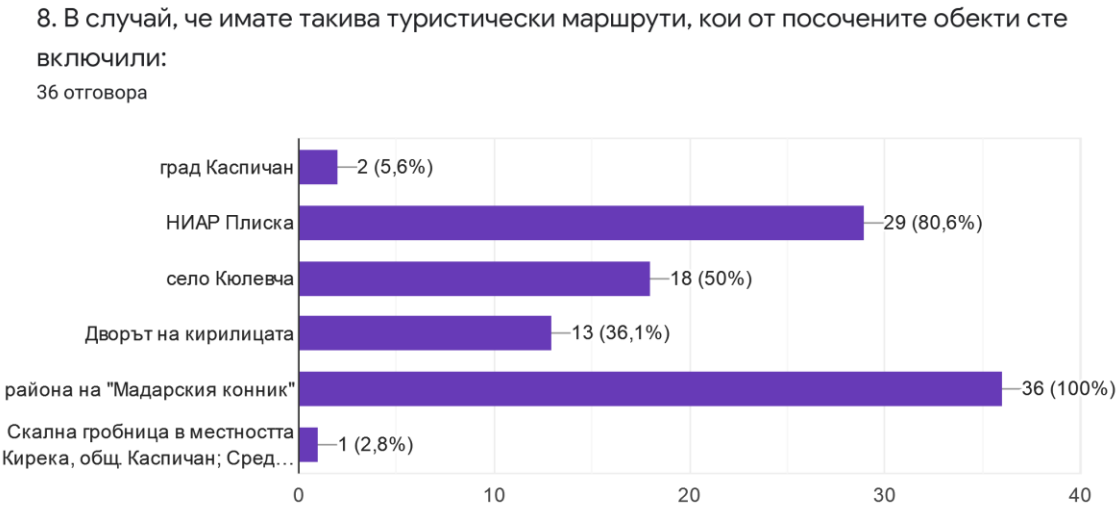


Анкетираните, дали утвърдителен отговор, че включват в маршрутите си туристически обекти в Община Каспичан, посочват, че задължително предлагат НИАР

„Мадарски конник“[1] (100 % от отговорилите), на второ място е НИАР „Плиска“ с 80,6%, следват село Кюлевча (50%) и Дворът на кирилицата (36,1%). На последно място са ранжирани гр.Каспичан (5,6%) и други малко известни или непопулярни обекти в общината като Скалната гробница в местността „Кирека“, средновековният некропол в кв. Калугерица, гр.Каспичан, водопадът „Шарлъка“ край с.Могила (2,8%) и др. (вж. диаграма по -долу). Тези резултати показват, че на територията на общината има природни и антропогенни ресурси, за които липсва информация и реклама, и които крият потенциал за повишаване на нейната привлекателност. В сайта на Община Каспичан в раздел „Туризъм“ като забележителност е посочен само Дворът на кирилицата.Липсва информация за други интересни и ценни природни и културно – исторически обекти на територията на общината.

---

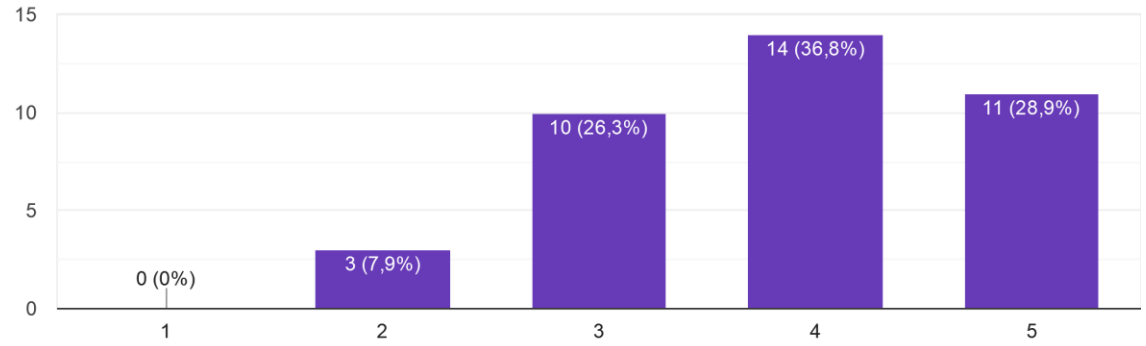
[1] НИАР „Мадарски конник“ е в непосредствена близост до гр.Каспичан, но не е в Община Каспичан



На въпроса към експертите как те оценяват атрактивността на историческите и археологически паметници в Община Каспичан за техните туристи, от обобщените отговори на респондентите може да се направи изводът, че историческите и археологическите паметници са сравнително атрактивни за туристите, но същевременно поддръжката им и достъпа до тях, не е достатъчно подсигурен. Някои от примерите, подкрепящи това твърдение са липсата на указателни табели, насочващи към съответния туристически ресурс, особено тези на чужди езици, както и липсата на достъп на хора с увреждания.

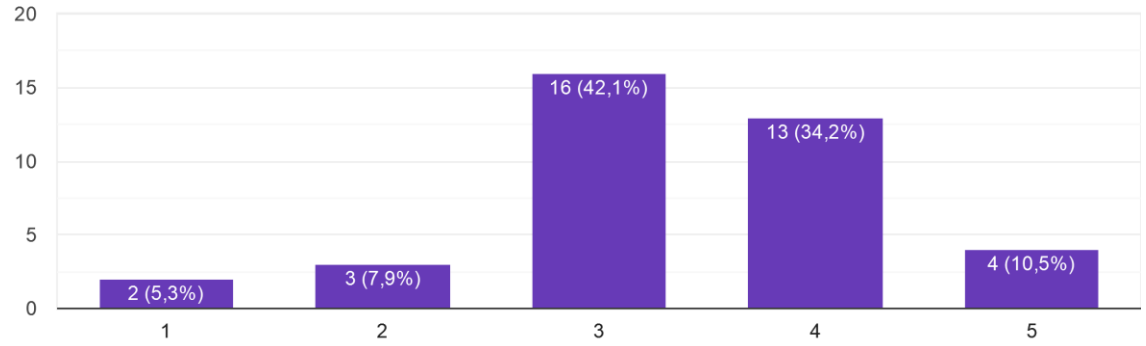
9. Моля оценете степента на атрактивност на историческите и археологически паметници в Община Касничан за вашите туристи:

38 отговора



10. Как оценявате поддръжката на историческите и археологически паметници в Община Касничан:

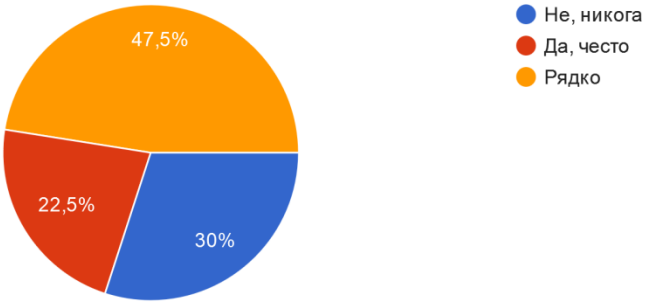
38 отговора



Участниците в анкетното проучване посочват, че природните ресурси на Община Касничан не са добре познати. Модата от получените отговори е 3, а средната стойност е 3,31. Препоръчително е общината да положи усилия, насочени към популяризиране на природните забележителности. Това обяснява обстоятелството, че не всички участници в проучването ги включват в маршрутите си за екстремен, спортен, селски или екотуризъм. Само 22,5% отговарят „да,често“, други 47,5% дават отговор „да, рядко“, а около 1/3 (30%) признават, че не ги включват. В проведените допълнителни дълбочинни интервюта част от експертите споделиха, че нямат нужната информация и не познават добре природните ресурси на общината. Туроператорите с удоволствие биха включили тези забележителности в свои туристически пакети.

12. Включвате ли природните ресурси на Община Каспичан във ваши туристически продукти за екстремен, спортен, селски или екотуризъм?

40 отговора

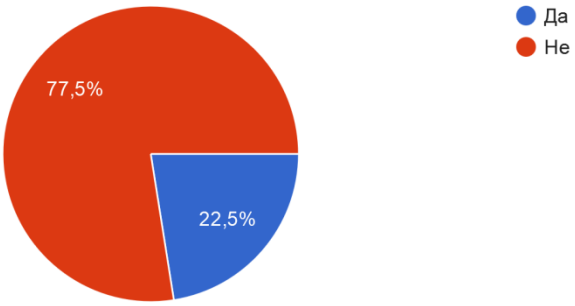


А Община Каспичан има какво да предложи по отношение на специализирани видове туризъм като екстремен, спортен, селски или еко туризъм – напр. екопътеките "Мадара" и „Шарлъка“ край с. Могила, скалните образувания "Самотницата" и „Подводницата“, пещерите „Тъмната дупка“, Дядодимовата пещера, Куртевата пещера, Сухия водопад и водопад „Шарлъка“, местност „Кирека“ и др. Те се нуждаят от подходяща реклама, за да привлекат интереса на туристите.

На въпроса: Предлагате ли настаняване на вашите туристи на територията на общината? респондентите отговарят, че едва 22,5% от тях използват местата за настаняване на територията на община Каспичан.

16. Предлагате ли настаняване на вашите туристи на територията на общината?

40 отговора



Останалите респонденти (77,5%) отговарят отрицателно с аргумента, че предлагат еднодневни туристически пътувания до обектите в общината и нощувка не е необходима.

Относно заведенията за хранене и развлечение, трябва да отбележим, че на територията на общината има предимно механи, заведения за бързо обслужване и пицарии.

Като допълнителна информация експертите дадоха своята оценка и за състоянието на заведенията за хранене и развлечения. Половината от респондентите (50%) го

оценяват неутрално – нито добро, нито лошо, а положителна оценка дават около 1/3 от респондентите - добра (14,7%) и много добра оценка (11,8%). От допълнителните дълбочинни интервюта става ясно, че туроператорите са най-доволни от ресторанта в Дома на кирилицата и от къщите за гости в с. Кюлевча.

3. Мнения и предложения за развитие на туризма в община Каспичан

Анкетираните отговарят и на няколко отворени въпроса с цел получаване на по-изчерпателна информация относно повишаване на атрактивността на Каспичан като туристическа дестинация.

Цитираме техните отговори в свободен текст, дадени на въпроси №19,20,21

19 -ти въпрос от анкетата: Имате ли предложения за повишаване на атрактивността на Каспичан като туристическа дестинация относно природни и антропогенни ресурси. Ако да, моля посочете:. По-долу сме публикували отговорите на анкетираните:

Да се развият велосипедни маршрути;

Да, с включване в каталога на маршрути и екопътеки;

адекватна реклама; инфраструктура на европейско ниво;

По-активна рекламна дейност. Срещи с представители на туристическите фирми. Календар на празниците и събития в района. Концерти и тематични срещи;

Красив, чист и спокоен град, с приветливи хора;

Повече реклама;

Няма редовен превоз до Мадара, Кюлевча и Плиска. Два пъти на ден е повече от недостатъчно;

Засилена реклама за пазарен сигмент семейства с деца българи. Осигуряване на редовен транспорт между отделните обекти;

Повече реклама на Мадарското плато освен Конника, както и на самия град Каспичан;

Трябва да има повече поддръжка, грижа за тези места. Създаване на атрактивни места за снимки. Туристи обичат това. А и по-приветливи и мотивирани хора, работещи на такива места;

Подобрения на пътната настилка, подобрения интериора на заведенията;

По-активна реклама по всички възможни канали - медии, социални медии, контакти с туроператори за вътрешен и международен туризъм , рекламни турове;

Повече еко -пътеки, повече заведения, развлечения и събития свързани с български традиции и култура, поминък - характерни за този регион. Да вкл. и българския фолклор-песни, танци и носии от региона;

Включване на риболовен туризъм, чрез подходяща разработка на микроязовири;

Да се подобри състоянието на паркинга и да има кафе, закуски в района на "Мадарски конник", да се почиства редовно от отпадъци, с.т. кошчетата за боклук; да има кафе и

закуски в района на НАИР Плиска. (в интерес на истината, не съм посещавала обектите с групи от 3 години и нямам реален поглед на нещата.);

Да, екопътеките разположени на територията на община Каспичан да бъдат редовно почиствани от буйната растителност и да бъдат обезопасени на необходимите места.;

Логистична достъпност и чистота..

20 -ти въпрос от анкетата: Имате ли предложения за повишаване на атрактивността на Каспичан като туристическа дестинация относно събития и празници? Ако да, моля посочете:

С презентации и провеждане на конкретни събития;

Дворът на Кирилицата може да се свърже с 24 май;

Повече информация за спортните и развлекателни мероприятия в областта. Покани за гостуване на известни личности и рекламиране на същите в близките курорт. . Съчетаване на туристическите маршрути с културни празници;

Чист и приятен град;

Повече реклама;

Каспичан не е туристическа дестинация. Плиска е в община Нови Пазар, Мадара в община Шумен. Единствено Кюлевча и Кирека са в общината. Няма билбордове. Няма брошури и карта на региона по местата за настаняване и хранене;

Трябва да има достъпен обществен транспорт поне към НИАР Плиска;

Гара Каспичан като основен ЖП възел, Каспичан като име в народния хумористичен фолклор;

Повече интересни маршрути, включващи и настаняване за нощувки и в самия град Каспичан. Предлагане на продукт, подходящ и за деца и възрастни - например с атракцион и за децата и др.;

Практикуване на екстремни спортове, фото-туризъм;

Организиране на презентации на забележителностите в общината, повече рекламни материали на български и на чужди езици, рекламни турове;

Да се канят туристическите деятели на такива събития и празници за да се запознаят по-подробно с тях;

Създаване на уникален за страната празник или събитие по примера на Априлци-Празник на ракията и сланината, Радомир - на бозата, Севлиево .на тиквата и т.н.;

Повече реклама, защото такава почти липсва.;

Трябва да има много добра комуникация между общината и къщите за гости. Туристите трябва да бъдат винаги информирани за празниците и събитията в района, за да се включат и те в мероприятията.

Повече санитарно-битови възли.;

21-ви въпрос от анкетата: Имате ли предложения за повишаване на атрактивността на Каспичан като туристическа дестинация относно суперструктурата (хотели, ресторанти)? Ако да, моля посочете:

Да, престой в реномирани бази за настаняване, с цел посещение на повече обекти;

Ориентиране към типично българската кухня и обстановка;

Много добри къщи за гости;

Приемливи цени;

Продукти и за деца, по-добра реклама- онлайн, участие в туристически изложения, панаири, повече промоции;

Повече реклама. Повече мотивация и грижа за всички посещаеми места;

Подобрения в пътната инфраструктура, подобряване съоръженията, измисляне на атракции с цел привличане на гости;

Използване на капацитета на всички възможности за настаняване и изхранване според потенциалните клиенти - хотели, семейни пансиони, къщи за гости, ресторанти и гостилници, и активната им реклама с акцент спецификата на съответното място за настаняване и изхранване;

Да се акцентира върху историческите забележителности, селския туризъм в частност къщи за гости и: български фолклор, българска кухня с ястия характерни за региона, поминък и традиции на региона .

Вероятно ресторант или заведение, което да е свързано с уникално събитие, посочено по-горе;

Не съм запозната и ми е трудно да коментирам поради факта, че не съм посещавала обектите през последните 3 години. Знам само, че в района на "Мадарски конник", също и в НАИР Плиска няма (или не е имало) ресторанти и е добре да се помисли по този въпрос. Но може да има промени.;

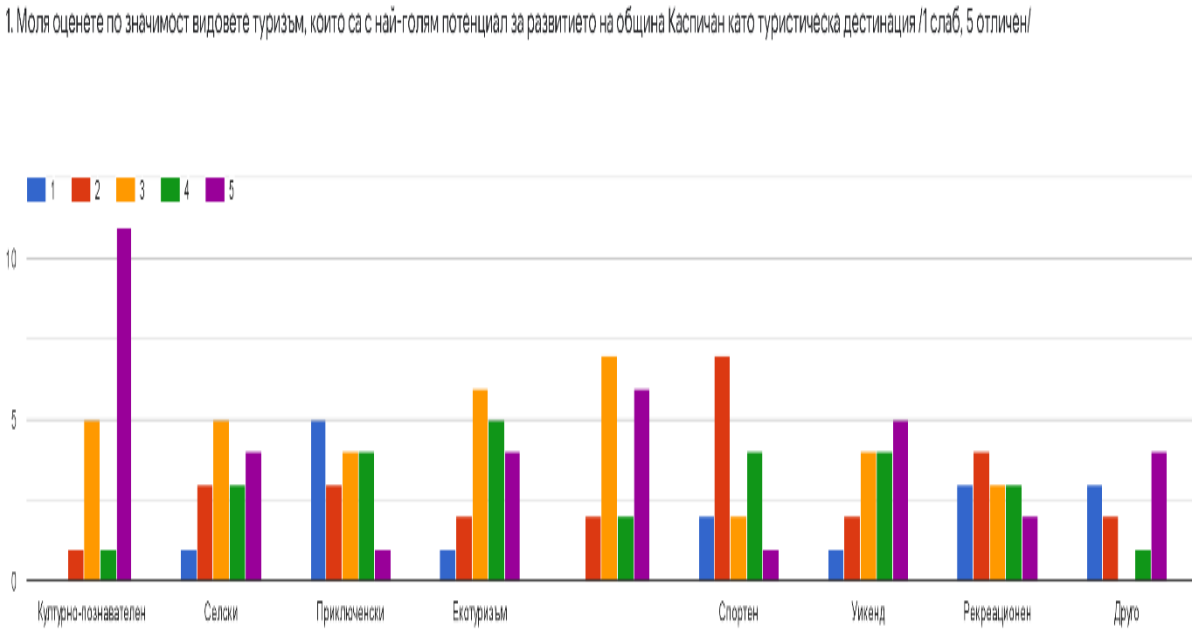
Да бъде изграден реално действащ туристически информационен център. Положението с ресторантите в момента не е добро.;

Уютно и вкусно.

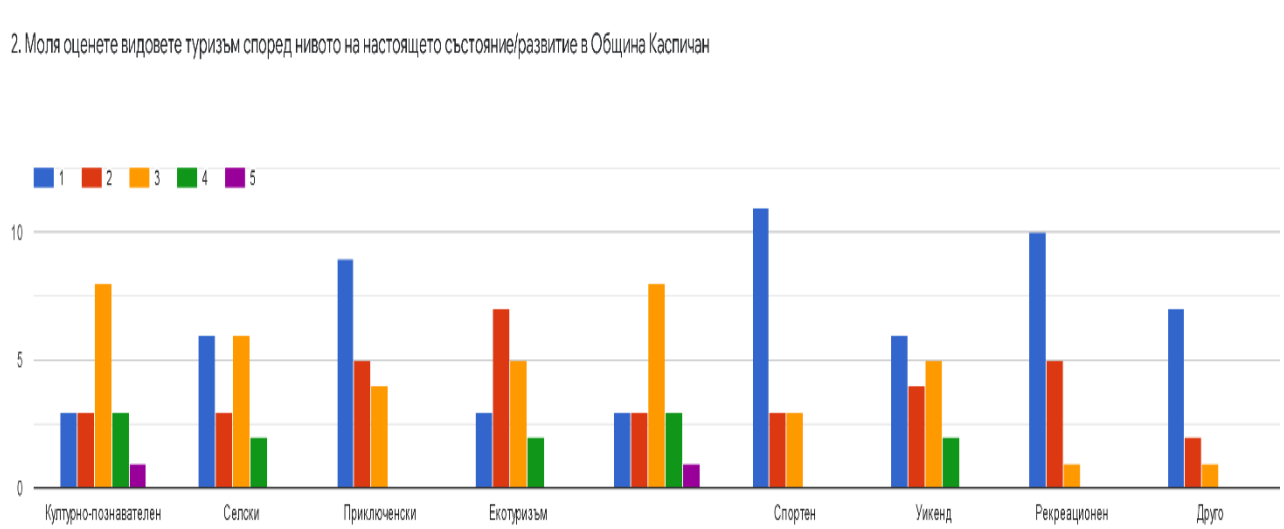
ПРИЛОЖЕНИЕ 4
РЕЗУЛТАТИ ОТ ПРОУЧВАНЕ НА ЕКСПЕРТИ В ОБЩИНА КАСПИЧАН

1. Оценки и мнения на експертите за развитието на туризма в община Каспичан
2. Предложения на експертите за развитие на туризма в община Каспичан

Въпрос 1



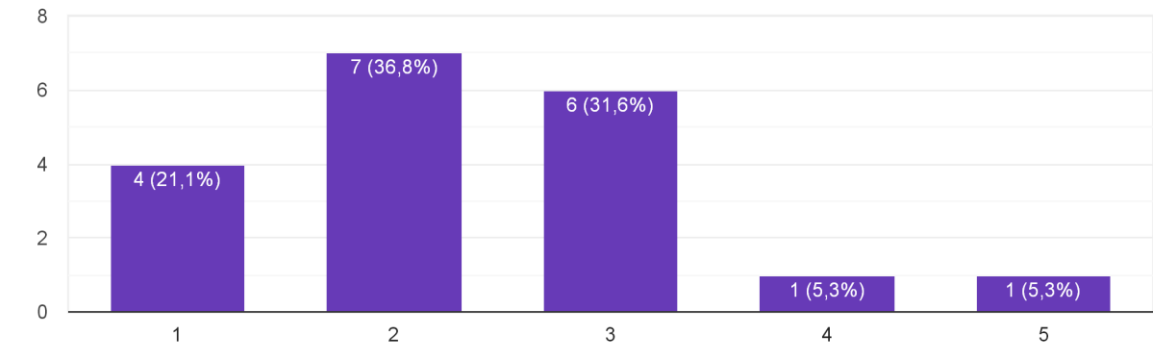
Въпрос 2



Въпрос 3

3. Как се развива туризмът в Община Каспичан?

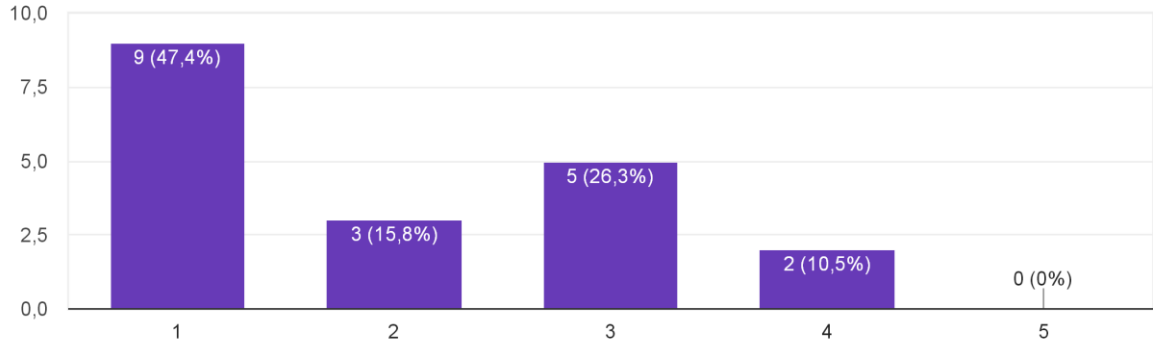
19 отговора



Въпрос 4

4. Моля оценете рекламата за Община Каспичан като туристическа дестинация

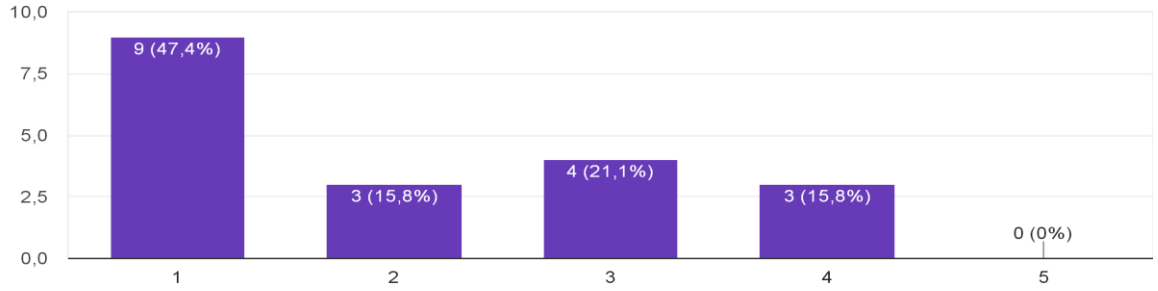
19 отговора



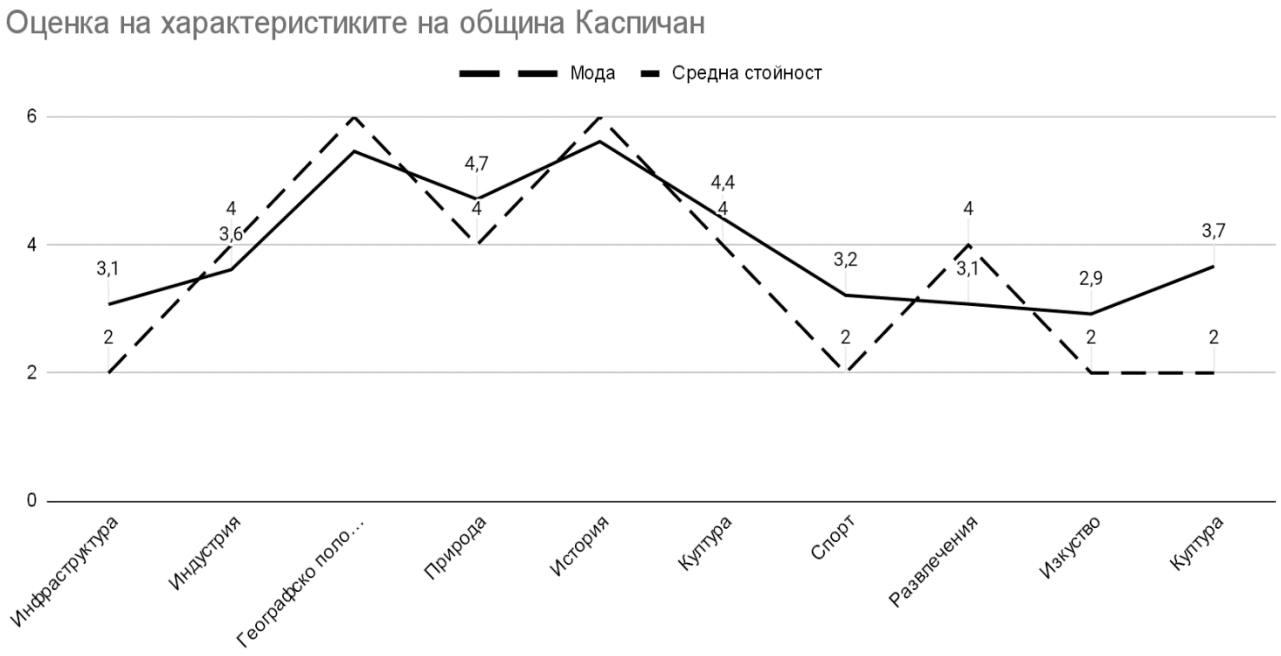
Въпрос 5

5. Как оценявате рекламата на местния туристичекия бизнес в Община Каспичан?

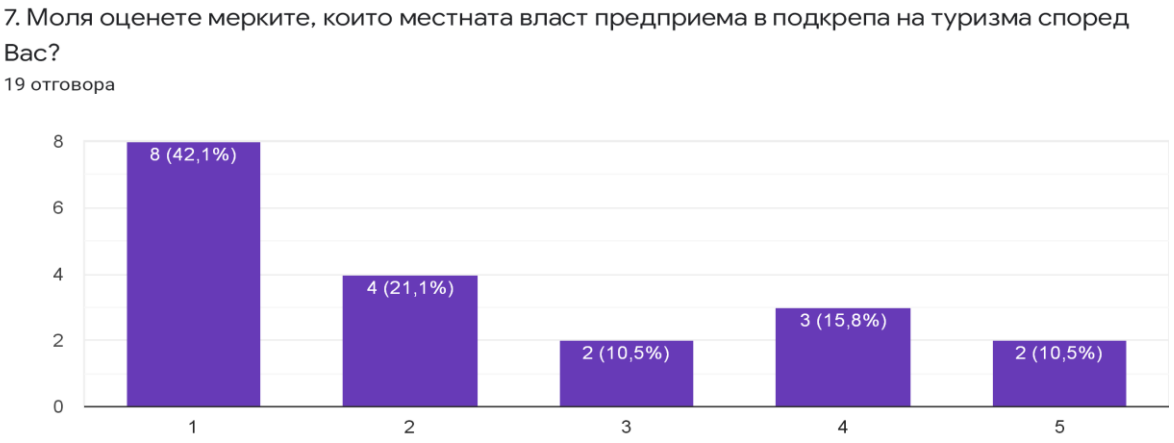
19 отговора



Въпрос 6



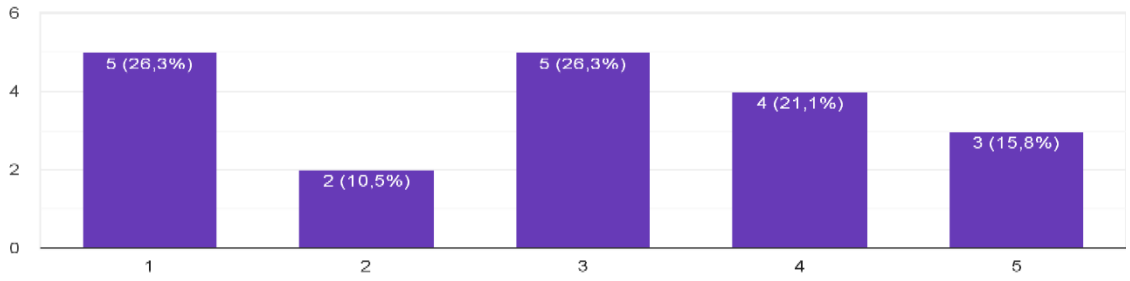
Въпрос 7



Въпрос 8

8. Моля оценете транспортната мрежа в община Каспичан

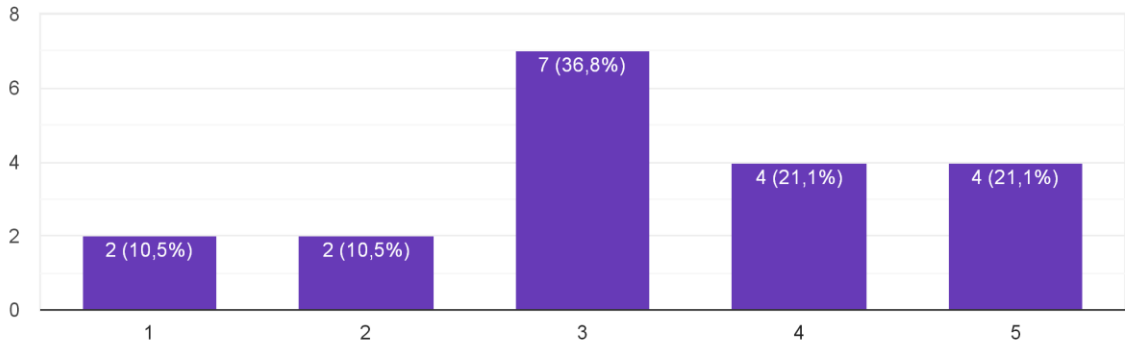
19 отговора



Въпрос 9

9. Моля оценете достъпността до културно-историческите обекти в Община Каспичан?

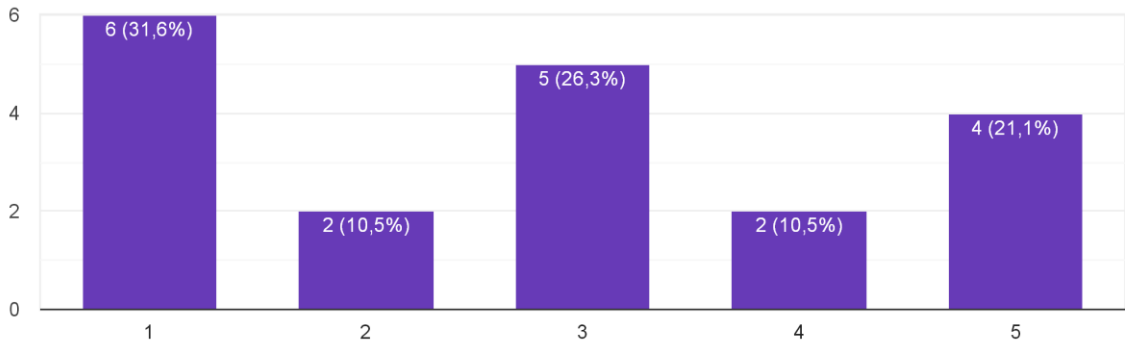
19 отговора



Въпрос 10

10. Как оценявате поддръжката на историческите и археологически паметници в Община Каспичан?

19 отговора



Въппрос 11

11. Как може да се увеличи посещаемостта на НИАР „ Плиска“?	Честота:
Чрез реклама ,подобряване на инфраструктурата и популяризиране чрез образователните институции;	1
Чрез популяризиране, базирайки се на реклама в различни информационни средства;	1
Да се популяризира чрез къщите за гости, като обект в близост с уникална история	1
РЕКЛАМА!Легенди, митове - да се разказва с интерес и вдъхновение;	1
Може би да се осигури някакъв организиран транспорт, да се сключи договор между общините Каспичан и Нови пазар, и РИМ Шумен, съответно НИАР;	1
Направа на табели и маркировка, инф. табла в центъра на Плиска, Каспичан и др. общ. селища, реклама в общинския сайт на всички обекти;	1
По-добра реклама и създаване на повече атракции за туристите.;	1
С повече реклама по телевизии с голяма гледаемост и честа организация на развлекателни мероприятия.	1
Реклама и включване в програмите на повече туроператори.	1
Като се предлагат пакети от местните хотели за престой + посещение на Плиска и Мадара.	1
Като се развият и допълнителни музеи в другите населени места така че НИАР "Плиска " да стане част от един по голям продукт които да задържа туристите за ден два с нощувка, а не както сега за час.	1
С повече рекламна дейност;	1
Реклама и поддръжка, събори, възстановки;	1
Трябва да има транспорт осигурен от жп гарата и и от автогарата поне 2 пъти в седмицата до Мадара и Плиска;	1
Чрез реклама ,подобряване на инфраструктурата и популяризиране чрез образователните институции.	1
Общо (отговори):	15

Въпрос 12





Въпрос 14

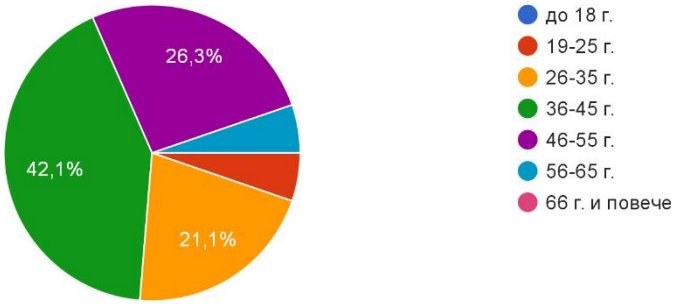
Кои ресурси на Община Каспичан смятате, че трябва да бъдат използвани за развитието на туризма?	
Отговори:	Честота:
Богато културно-историческо наследство./ Природни и културно-исторически ресурси;	2
Реклама;	1

Скалното училище в с.Могила;	1
Местността на Елеметата в с. Могила;	1
Местността - "Трите чьошми", с. Могила;	1
Могилата в с. Могила;	1
Водопад "Шарлъка";	1
Скални образувания - "Каньоните“, "Подводницата" / "Кораба“,“Тунелът"/ "Лъвът";	1
Римски път - достигащ до "Мадарски конник";	1
"Студената чешма" в м-ст Кирека;	1
Местността "Кирека";	1
Гробницата на княз Борис Покръстител;	1
Малката гробница;	1
Пещера в подножието на местността "Кирека";	1
Кирека Стадиона;	1
Финансови и човешки;	1
Природа и исторически места;	1
Изоставените БДЖ сгради;	1
Историческа водонапорна кула;	1
Историческа сбирка;	1
Брой отговори:	21
Общо:	19

Брой респонденти:	19

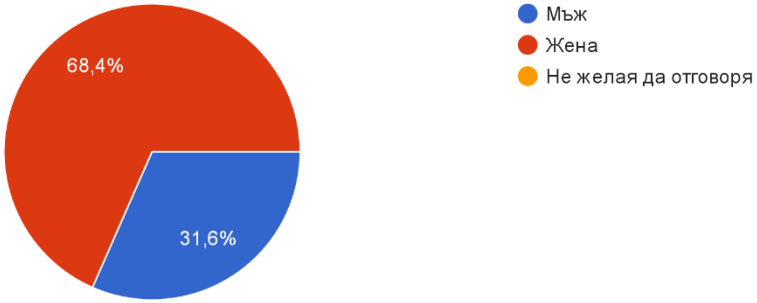
Вашата възраст е:

19 отговора



Вие сте:

19 отговора



Вашият статут

19 отговора



Вашето образование е:

18 отговора

