

# *Концепция*

## *за развитие на туристическия продукт*

### *на регион «Средните Родопи»*

#### **1. Увод**

Изобилието от разнообразни и добре съхранени природни дадености, специфично културно-историческо наследство и антропогенни фактори, правят територията на Средните Родопи твърде привлекателна за туризъм през всички сезони на годината. Не е случайно, че класикът на българската литература Иван Вазов не е останал безразличен към магията, величието и магнетичността на тази планина:

*„Родопи горделиви – грамада вековечна,  
От върхове гранитни верига безконечна,  
Защо ме тъй привлича видът ви див, суров?  
Кат зидове гигантски вий вдигате се смели  
И криете от нас невидени предели,  
Цял свят незнаен, нов! „*

Географският регион „Средни Родопи” и административната област Смолян имат значително съвпадение в своите граници. Развитие на туризма в тях от 1933 г. до днес е продиктувано, както от природните дадености, така и от човешкото създание.

С течение на времето продуктите се разнообразяват, предлагането се обогатява непрекъснато и днес в туристическия регион с център - курортът Пампорово, се предлагат почти всички най-популярни форми на туризъм, с изключение на морския: ски-ваканция, пешеходен, селски, екологичен, културно-познавателен, балнеоложки, спелеоложки, конен, бърд-уочинг, приключенски, ловен, риболовен, конферентен.

Успешното им предлагане обаче изисква комплексен и интегриран подход, обединение на ресурси и умения на отделните участници в процеса по пакетирание, рекламиране и продажби на този богат букет от туристически продукти.

След годините на доминирани действия за развитие на туризма в региона от държавната структура „Балкантурист”, последвани от индивидуална активност на бизнеса, общинските администрации и НПО-сектора идва време на обединението: туристическият продукт на регион „Средните Родопи” да се предлагат с обща визия, стратегия и маркетингово обслужване, при задължителното партньорство между всички заинтересовани, за да се повиши неговата конкурентоспособност. Без такъв интегриращ подход очакваният подем в развитието на туризма в този регион след бума в строителството на материално-техническа база през първите години на XXI век ще се отдалечи значително във времето.

Реализирането на проект за интегрирано развитие на туристически регион ”Средни Родопи”, подкрепен от Схемата за предоставяне на безвъзмездна финансова помощ по ОП „Регионално развитие”, мярка 3.2 ще гарантира повишаването на туристическия му потенциал, подобряване на качеството и пазарната стойност на туристическите му продукти, както и успешна продажба на българския и чуждестранните пазари на устойчиви и разнообразни, специфични за региона туристически пакети с висока добавена стойност, за да се увеличи приноса на сектора към устойчиво социално-икономическо развитие на региона.

#### **2. Описание на туристическия район:**

**2.1. Описание на специфичните туристически характеристики, които са основание за обособяването на туристическия район.**

През първата половина на XX век в местността Пампоровото, предприемчиви инвеститори от град Чепеларе започват да изграждат бази за почивка, положили началото на стопанския туризъм в тази част на Родопите. До 50-те години на века там се развива туризъм, предлагащ настаняване, изхранване, климатолечение и пешеходни турове в околностите на връх Снежанка и Смолянските езера, посещение на близки до курорта селища и на ежегодния летен събор в местност. Рожен. Постепенно периметърът на предлаганите атракции и услуги се разширява и достига границите на Смолянски окръг от 70-те години на XX век. Тези граници в значителна степен съвпадат с географската територия, която е обособена като Средни Родопи и в която през изминалите 20 години туристическото предлагане бе обогатено многократно. След като през 2002 г. бяха създадени Областен съвет по туризъм в рамките на Смолянска област и Регионална Туристическа Асоциация „Родопи”, чиито членове – бизнес, НПО и общини и културни институции - са главно от тази административна територия, действията за реклама и промоция на туристически продукти от региона на Средните Родопи станаха по-целенасочени и ясно различими на всички национални и някои чуждестранни туристически форуми. Необходима е обаче много по-широка консолидация и реално партньорство между отделните участници в процесите по създаване, промоциране и доставка на туристически продукти от региона на „Средните Родопи”, за да се повиши тяхното качество и конкурентоспособност на българския и чуждестранните пазари.

### **2.1.1 Географско положение**

Регионът на Средните Родопи е разположен в Южен Централен Район на България – в средната част на едноименната планина. Той обхваща най-високата част от Родопите, включваща планинския дял Перелик, с първенеца връх Голям Перелик / 2 191 м.н.в. / , както и Букова планина с най-висок връх Снежанка (1926 м), рида Чернатица – с първенец Голям Персенк (2091 м). На северозапад от Перелишкия дял се простира дългият рид Мурсалица с най-висок връх Чаева чука (1826 м). На изток от седловината Рожен е Преспанският дял с най-висок връх Преспа (2001 м). На юг от Смолян се простира Арденския дял. Между реките Черна и Арда се издига Кайнадинския рид (най-висок връх Кайнадина, 1608 м). На юг от него е Ардинския рид с най-високи върхове Ардин връх (1730 м) и Циганско Градище (1827 м). Между долините на реките Арда и Върбица се простира Жълти рид (най-висок връх Алада, 1241 м), на юг от който е Устренският рид.

Регионът граничи на Север с Горно-Тракийската низина, а на юг с Република Гърция. На запад граничи с Баташкия дял от планината и язовирите Доспат, Широка поляна, Беглика, Батак, а на изток свършва в долината на р. Боровица.



### 2.1.2. Граници

Туристическият регион „ Средни Родопи „ обхваща по-голямата част от територията на административна област Смолян, както и част от територията на община Лъки и община Асеновград в Пловдивска област. Границите му се очертават условно от териториалното разделение на общините Чепеларе, Смолян, Рудозем, Златоград, Мадан, Баните, Devin, Неделино, Борино и Доспат с обща площ около 3 000 кв. км.

### 2.1.3. Релеф

Регионът на Средните Родопи е типично планински, който е разположен на надморска височина между 300 и 2200 м. Тук природата е формирала на относително малка площ богато разнообразие от уникални скални видове и образувания: мрамори, риолити, пясъчници, чието разместване в геоложките епохи са наситили региона с много каньони, ждрела, пещери, върхове с прекрасни панорамни гледки. Без да има алпийски характер този дял от Родопите изобилства с просторни билни и горски поляни, реки, езера, язовири, вековни иглолистни гори /бор, ела, смърч/ и широколистни - основно бук.

Цялото това добре съхранено природно богатство е много достъпно за посещения, благодарение и на развитата мрежа от различен клас пътища, включително и горски. Така е възможно лесното покоряване от индивидуални и организирани туристи, дори на най-високите върхове и скални групи в района, към които водят добре маркирани туристически пътеки.

През района от запад на изток през общините Доспат, Борино, Devin, Смолян, Чепеларе и Баните преминава трансграничния европейски пешеходен маршрут Е 8, а от север на юг по билото на ридовете Чернатица, Кайнадина и Арденски през общините

Чепеларе, Девин, Смолян и Рудозем преминава еко-маршрут с дължина 200 км. Двата туристически маршрута, които се пресичат на връх Снежанка в курорта Пампорово са добре маркирани, наситени с информационни табели, билбордове и с монтирани по трасетата беседки, заслони, чешми и скамейки.

#### **2.1.4. Природни ресурси**

Средните Родопи са съхранили **забележително биоразнообразие**, като сред представителите на флората за световно значими са определени 60 вида, 40 вида са български ендемити, 45 вида са балкански ендемити. Регионът е един от малкото в Европа, обитаван в естествени условия от кафява мечка, дива коза и вълк. Горите заемат повече от 70 % от територията, като преобладаващи са иглолистните видове.

В региона има **7 природни резервата, 5 защитени местности и 24 природни забележителности**, 3 големи язовира и две известни групи езера: Смолянските и Чаирите. Регионът е популярен с природните образувания Чудните мостове, Слонът, Триградското и Буйновското ждрела, Каньонът на водопадите, Орфеевите скали, скалните групи Кичика, Съдилището, скалният венец над Смолян, достъпните за посещения пещери Дяволско гърло, Ягодинска, Харамийска, Ухловица, Голубовица.

**Речната мрежа** в района е гъста, силно разчленена и дълбоко врязана. Реките Чепеларска, Черна, Бяла, Върбица, Арда и Въча, които извира от върховете в района, изтичат на север към Тракийската долина, за да се вляят в река Марица. В горните си поречия те са изключително живописни с прорязаните в скалите ждрела и каньони, а така също и привлекателни за риболовен туризъм.

Благодарение на проектите, реализирани в общините, регионът днес предлага широка мрежа от възстановени и новосъздадени пешеходни маршрути с обща дължина от няколко километра, стотици места за отдих и наблюдения по тях. На територията на общините-партньори са социализирани следните **екопътеки**:

- **Община Смолян:** „Каньонът на водопадите”, „Смолянските езера” и „Невестата – Турлука”
- **Община Златоград:** 3 екопътеки и 4 велоалеи, водещи до атрактивни местности в околностите на града - местностите „Белите камъни”, „Света Неделя”, „Св. Атанас”, „Св. Екатерина”, „Св. равноапостоли Константин и Елена”, пещера „Рупите” и др.
- **Община Чепеларе:** екомаршрут по билото на рида Чернатица, екопътека „Чудните мостове”
- **Община Рудозем:** Еко пътека село Пловдивци ; Еко пътека село Мочура; Еко пътека „Кечи Кая - Козник, ; Еко пътека „Циганско градище - Съдилището”

#### **2.1.5.Културното наследство на Средните Родопи**

Културното наследство в даден регион е неповторимата комбинация от традиции, ценности и вярвания, фолклор, занаяти и технологии, кухня, произведения на изящни и приложни изкуства, сгради и природа. Обектите на културното наследство са археологически, исторически, архитектурни, етнографски обекти и комплекси, художествени културни ценности, паметници на урбанизма и индустриалното наследство, културния пейзаж, на парково изкуство, нематериални съкровища като занаятчийски технологии, обичаи, вярвания, песенен, танцов, музикален, приказен фолклор. В региона на Средните Родопи е налице значително и характерно за тази част от страната културно наследство.

### **2.1.5.1. Археологически паметници**

Археологическите паметници, които са адаптирани за туристически цели, са малко поради трудна достъпност, гъста залесеност на терените, ниска степен на проученост, отсъствие на значими по обем съхранени строителни структури.

По различни програми са адаптирани за туристически цели следните археологически обекти: „Момчилова крепост” край с. Градът, Смолянска община, „Калето” край Смолян, „Ранновизантийска базилика”, с. Гела, Смолянска община, „Тракийска крепост”, край с. Страшимир, Златоградско, Тракийско светилище край мах. Белото камене, с. Старцево, Златоградско, Част от античен път в района на вр. Персенк в община Чепеларе; Тракийско светилище в местността Заград край с. Забърдо, Чепеларска община; Средновековен параклис на вр. Чуката при Гидика, община Баните, „Кечи кая” – средновековна крепост над Рудозем, Тракийско светилище „Ченгене хисар” на границата с Гърция в община Рудозем; Пещера „Гъбата” край Мадан.

Поради трудна достъпност на терена и специалния пограничен режим, съществувал доскоро все още има територии в региона, които не са обходени от археологически екипи. Реставрационни и консервационни дейности на подобен род паметници започват тепърва, което е една потенциална възможност за обогатяване на туристическото предлагане.

#### **2.1.5.1.1. Крепости**

Досегашните проучвания сочат, че районът е заселен през късната каменномедна епоха (V-IV хил. пр.Хр.). За разлика от други района в страната в планината не са се запазили забележителни крепостни съоръжения. В Националния регистър като археологически паметници са включени **останки от следните крепости:**

- Ранновизантийска и средновековна крепост “Калето” в м. Турлука северно от Смолян, VI – XII в – на 0,7 км от пътя Смолян-Пампорово
- Средновековната „Момчилова крепост” край с. Градът, Смолянска община, близо до с. Подвис, смятана също за известната от средновековните източници “Повисд”, VI – XIV в. На мястото са открити следи от древно светилище от IV хил. пр.Хр.
- Крепостта “Калето” при с. Кошница, VI в. е частично проучена. През 2011 г. на нея започва да се изпълнява проект за проучване, реставрация и социализация.
- Средновековна крепост в местност. Кечикая близо до с. Рибница, над гр. Рудозем с реставриран източен крепостен зид с вход. Предполага се, че това е споменатата в исторически извори от XIV в. византийска крепост “Козник”, преминавала и в български ръце.
- Крепостта „Зареница” - разположена е на левия бряг на Лютидол, намиращ се 5 км. източно от село Павелско и 5 км. южно от курорта Нареченски бани. Намерени са много стари кюпове от груб червен хоросан, гробници, въглища, кости и др.

#### **2.1.5.1.2. Антични пътища**

През региона е преминавал в качеството на основно трасе древния трансродопски път „Пловдив – билото на рида Чернатица – вр.Персенк – Смолян – с.Арда – с. Парнести, Гърция ”, който е свързвал двете главни римски пътни артерии през Балканите: Сингидунум /Белград/ – Константинопол и Виа Егнатия по крайбрежието. Използван е и в по-древни епохи, преди римската, като пътно трасе. В началото на XVIII в. по него минава френският пътешественик Пол Люкас, което говори за трайна устойчивост и дълго използване. Днес този път е част от 200 километров еко-маршрут от с. Хвойна до прохода Елидже и в няколко участъка все още е съхранен – най-автентичен е край връх Персенк, южно от Смолян и над с. Паранести в Гърция.

През региона са преминавали и други древни трасета, пресичали планината. Източно от посочения по-горе е пътят от Пловдив, Бачково, Пашалийца, Радюва планина, в



близост до „Момчилова крепост“ към Рудозем..... В северозападните части на региона преминава античният път, свързващ Пловдив и Гоце Делчев (в древността Филипопол и Никополис ад Нестум) Има и някои, които обслужват по-къси участъци, които са своеобразни разклонение на главните пътни трасета, като тези в направлението от Смолян (Устово) – Смилян – Драма; през прохода Елидже, Рудоземско към Ксантийското поле, а така също и в посока към Златоград – прохода Маказа до беломорския бряг и др..

#### **2.1.5.1.3. Светилища**

В региона са локализирани десетки култови места и светилища от времето на траките. Те не са добре проучени, но най-популярните от тях са на върхове с привлекателни панорамни гледки, което провокира допълнително интереса на туристите да ги посетят. Такива са:

- Тракийско светилище на връх Ком, северно от с.Сивино, датирано от IX-II в.пр.Хр.,
- Тракийско светилище в землището на Момчилова крепост, с. Градът, Община Смолян
- Тракийско светилище на връх Св. Никола/Сакарка, XV-I в. пр.Хр., Три могилни некропола (XIV – I в. пр. Хр.) в землището на с. Гела,
- местността „Светилището“ северно от с.Арда – непроучена,
- Манастирски комплекс от периода XVI в.пр.Хр. – XIV в.сл.Хр в местността Могилата край Смолян – отстои само на 300 м от пътя Смолян – Пампорово – проблемен достъп, липса на социализация,
- Тракийското светилище „Ченгене Хисар - Съдилището“ се намира на връх “Циганско градище “ в района на Рудозем с надморска височина 1827 м. , на около 8 км южно от с. Мочура,
- Тракийско скално светилище „Белите камъни“ край с. Старцево,
- «Заград» е древно светилище, датирано от 13-и век пр.н.е. Според първоначалните проучвания тук е едно от най-ранните тракийски селища, съществували в края на бронзовата епоха в Родопите: крепост, светилище и тракийски надгробни могили.
- Тракийско селище – пещера; намира се в пещерата “Тъовната дупка”, източно от Забърдо; паметник на културата с национално значение. Пещерата не е социализирана,
- Цирикова черква - връх, намиращ се в местността “Кабата”; на мястото на някогашната стара църква, сега е построен параклиът “Св. Дух”.

#### **2.1.5.2. Архитектурно наследство**

Епохата на Възраждането е оставила своя отпечатък в региона с десетки образци на характерната родопска къща – място за подслон на фамилията, за стопански дейности и посрещане на гости...

##### **2.1.5.2.1. Родопската къща**

Най-популярното наследство от епохата на Възраждането е съсредоточено в следните архитектурни комплекси : **с. Широка лъка, Чешитска махала – кв. Райково, Смолян, Старият град Златоград .**

Значителен потенциал за туризма се съдържа и в няколко архитектурни ядра, във всяко от които са декорирани десетки архитектурни паметници с категория “от местно значение“ и „в ансамбъл“, но процедурите по сертифициране не са завършени до момента: **кв. Устово – гр. Смолян, с. Върбово, с. Соколовци, с. Левочево и с. Полковник Серафимово.**

В община Смолян за паметници на културата с категория „национално значение“ са обявени 9 сгради. От тях 4 са архитектурни: Згуровски конак, Калайджийска къща

„Григоровска къща и Владишка къща – всичките в с. Широка лъка, Алибеев конак – кв. Райково, Смолян. За исторически паметник е обявена Къща музей „Кирил Маджаров“ – кв. Устово, Смолян.

**Архитектурно-художествените паметници са:** Църковен комплекс „Успение Богородично“ – кв. Устово, Смолян; Пангалова къща – кв. Райково, Смолян; Агушевият конак – с. Могилица; Агушевият конак – с. Черешово (напълно разрушен).

**Архитектурно-художествените паметници са:** Църковен комплекс „Успение Богородично“ – кв. Устово, Смолян; Пангалова къща – кв. Райково, Смолян; Агушевият конак – с. Могилица; Агушевият конак – с. Черешово.

В региона има и други интересни образци на възрожденската родопска архитектура, но сред тях няма такива със статут «национално значение», като например Часовниковата кула - с. Смилян или Хаджийският конак - с. Буката.

В община Чепеларе с потенциал за статут на паметници на културата от „национално значение“ са църквите „Възнесение Господне“ в с. Павелско, „Св. Илия“ в с. Хвойна и „Св. Богородица“ в гр.Чепеларе.

В община Златоград за паметници на културата с категория „национално значение“, по инициатива на община Златоград, предстои да бъдат обявени църквата „Успение Богородично“ и Взаимно училище.

#### 2.1.5.2.2. Църкви и манастири

Историята на възрожденското църковно строителство в Средните Родопи е обвързана с изграждането на първите храмове през 1834 г. - „Успение Богородично“ в Широка лъка, „Св. Пророк Илия“ в Чокманово и „Успение Богородично“ в Златоград.

Друг интересен момент е едновременното вземане на разрешително от Цариград за изграждане на 8 църкви, издигнати през 1836 г. – три от тях са в днешния град Смолян, другите са в съседните селища Соколовци, Левочеве, Момчиловци, Славейно, Петково. Освен като сгради те притежават интересни стенописи, олтари и икони. Тъй като са постоянно действащи и леснодостъпни от гледна точка на инфраструктурата, са притегателни обекти за туристическите посещения.

От съществуващите църкви паметник на културата с национално значение е „Успение Богородично“ - в кв. Устово – Смолян - 1865г.

### ЦЪРКВИ В ОБЩИНИТЕ СМОЛЯН, ЧЕПЕЛАРЕ, РУДОЗЕМ И ЗЛАТОГРАД ОТ СМОЛЯНСКА ОБЛАСТ

Със статут „недвижима културна ценност“

№	НАИМЕНОВАНИЕ, НАСЕЛЕНО МЯСТО	СТАТУТ	ЗАБЕЛЕЖКА
	<b>Община Смолян</b>	<b>национално значение</b>	
1.	Църква „Успение Богородично“ гр. Смолян, кв. Устово	Арх. и худож. Паметник – <b>национално значение</b>	Построена – 1865 г.
	<b>Община Смолян</b>	<b>Местно значение</b>	
1.	Църква „Св. Георги“ гр. Смолян, кв. Смолян	Арх. и худож. паметник	Построена – 1858 г.
2.	Църква „Св. Дух“ гр. Смолян, кв. Смолян	Арх. и худож. паметник	Построена – 1891 г.

3.	Църква „Св. Теодор Стратилат” гр. Смолян, кв. Райково	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
4.	Църква „Св. Неделя” гр. Смолян, кв. Райково	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
5.	Църква „Св. Николай Чудотворец” гр. Смолян, кв. Устово	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
6.	Църква „Успение Богородично” с. Писаница, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1884 г.
7.	Църква „Св. Дух” С. Хасовица, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1909 г.
8.	Църква „Св. Никола” с. Арда, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1874 г.
9.	Църква „Св. Петър и Павел” с. Левочево, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
10.	Църква „Св. Пророк Илия” с. Дунево, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1858 г.
11.	Църква „Успение Богородично” с. Полк. Серафимово, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
12.	Църква „Св. Троица” с. Кремене, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1896 г.
13.	Църква „Св. Димитър” с. Пещера, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1854 г.
14.	Църква „Св. Пророк Илия” с. Чокманово, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1834 г.
15.	Църква „Св. Архангел Михаил” с. Чокманово, общ. Смолян	Худож. памятник	Осветена – 1885 г.
16.	Църква „Св. св. Петър и Павел” с. Соколовци, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
17.	Църква „Св. св. Константин и Елена” с. Момчиловци, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1836 г.
18.	Църква „Св. Пророк Илия” с. Славейно, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1836 г.
19.	Църква „Св. Йоан Предтеча” с. Петково, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1836 г.
20.	Църква „Успение Богородично” с. Широка лъка, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – 1834 г.
21.	Църква „Св. Никола” с. Широка лъка, общ. Смолян	Арх. и худож. памятник	Построена – края на 19 в.
22.	Църква „Св. Георги” С. Върбово	Арх. и худож. памятник	Построена – 1871 г.
23.	Църква „Св. Неделя” с. Солища, общ. Смолян	Худож. памятник	Построена – 1892 г.
24.	Църква „Св. св. Петър и Павел” С. Стойките	Худож. памятник	Построена – 1871 г.
	<b>Община Чепеларе</b>	<b>Местно значение</b>	
25.	Църква „Възнесение Господне” с. Павелско, общ. Чепеларе	Арх. и худож. памятник	Построена – 1834 г.
26.	Църква „Св. Атанасий Велики” гр. Чепеларе	Худож. памятник	Построена – 1834 г.
27.	Църква „Успение Богородично”	Худож.	Построена –



	гр. Чепеларе	паметник	1866 г.
28.	„Св. Илия” С. Хвойна	Худож. паметник	Построена – 1857 г.
29.	„Св. Възнесение” С. Малевево	Худож. паметник	Построена – 1860 г.
30.	„Св. Неделя” С. Орехово	Худож. паметник	Построена – 1881 г.
	<b>Община Златоград</b>	<b>Местно значение</b>	
31.	Църква „Успение Богородично” гр. Златоград	Арх. и худож. паметник	Построена – 1834 г.
32.	Църква „Св. Георги Победоносец” гр. Златоград	Арх. и худож. паметник	Построена – 1871 г.

**Забележка:** Информацията за църквите е любезно предоставена от РИМ «Стою Шишков» - Смолян, и е част от базата-данни за културните ценности на Смолянска област.

В региона са съхранени множество параклиси, строени през XIX в. в стила на възрожденската архитектура. Някои от тях са наричани от местното население - манастири, защото край тях са строени помещения, „одаи”, за преспиване на фамилиите по време на храмовия празник. Такъв е **Манастирът ”Свети Атанас”** - гр. Смолян, кв. Райково, м. Варадил, който е деклариран като паметник на културата с местно значение, построен е 1870 г.

След демократичните промени в края на XX и началото на XXI век в региона са построени и възстановени десетки параклиси и две нови църкви, които привличат интерес за туристическо посещение:

**“Успение на Пресвета Богородица”** - 1999 г. - к.к. Пампорово  
**„ Св. Висарион Смолянски ”** – 2006 г. - в новия център на гр. Смолян, като символ на обединението между трите селища Устово, Райково и Смолян.

Част от населението в Родопите изповядва мюсюлманска религия. В десетки селища на региона са построени нови джамии, като **Джамията в с. Чепинци** е единствената в страната с две минарета от по 35 м. Тя притежава богата библиотека със ценни ръкописни и старопечатни издания - над 800 бр. на арабски и персийски език по философия, астрономия, ислямско право, риторика; 350 тома ръкописна литература - арабска калиграфия с поезия, история, етика и музика, както и най-старият коран в България, наричан “Златният коран”, изработен преди около 600 г.

### 2.1.5.3. Обществено строителство

#### 2.1.5.3.1. Чешми

Регионът на Средните Родопи изобилства с чешми, разположени на обществени места, край пътища, дори и в най-забравените кътчета на планината, където някога е кипял живот. Строителството им е с дълбок ритуален характер: да се почете паметта на роднина, да се направи « хаир» , за да се ползват всички преминаващи покрай чешмата от този скъпоценен дар на природата, с който Родоп е надарена. Множеството от чешмите са изградени от дялан камък и са образци на културното наследство. Сред тях е най-старо датираната чешма от 1572 г. - Мазолската чешма в кв. Райково, Смолян. Други забележителни чешми в региона са:

#### **В община Смолян:**

- Рагюски мост и Рагюска чешма в с. Широка лъка
- Бакларска чешма – с. Момчиловци
- Чешитска чешма – с. Момчиловци
- Чешитска чешма в кв. Райково, Смолян
- Каневска чешма – с. Момчиловци
- Злата Зенгин-Милкова чешма – с. Петково

#### **В община Чепеларе:**

- Чешма „Пичурската Вода” – гр. Чепеларе;
- Чешма „Турската вода”( чешма род Гашчеви) с. Павелско;
- Чешма Род Семерджијеви с. Павелско;
- Чешма „Варада” с. Хвойна
- Чешма-паметник на загиналите в църковния двор до камбанарията на църквата с. Малево
- Стара чешма в центъра на с. Орехово
- Стара чешма пред кметство с. Орехово;

#### **В община Рудозем - Любовната чешма /до Римския мост/ в града.**

#### **2.1.5.3.2. Мостове**

За много от мостовете в Средните Родопи се смята, че са строени по времето на Римската империя и сред местното население се обозначават като „римския мост”. Без да е правено научно проучване сред специалистите археолози съществува мнението, че само за 2-3 от десетките оцелели от столетия каменни мостове може да се очаква, че имат хилядолетна история. Все пак по-обемните образци от старите родопските майстори винаги са привличали вниманието и на местните жители и на гостите в планината:

- Бейският мост (римският мост, бейската кюприя) в Смолян
- Сводов каменен мост ”Бралото” – Горно Райково, Смолян
- Старинен мост на река Черна – Долно Райково, Смолян
- с. Широка лъка – два моста /до църквата/
- Мост при извор “Хубча” край с. Соколовци
- с. Арда – Римски мост
- с. Смилян – останки от два моста
- с. Могилица – Старинен мост до Агушеви конаци
- Мост – м. Черешово – водопадите
- Римският мост над река Арда – гр. Рудозем
- Двусводов мост при Стойкевските воденици в с. Стойките
- Стар сводов мост м/у Хвойна и Нареченски бани над р. Чая в местността ”Мосте”
- мост по пътя за м. Асенец в местността „Личовското”
- мост на входа на с. Орехово
- Стар сводест мост с. Орехово ( до тепавицата) към Кабата и Персенк
- старинен мост, който се намира на главния път посока Пловдив и разклона на с. Зорница.

#### **2.1.5.3.3. Паметници:**

- **Община Златоград:**
  - Паметник на загиналите в Първата и Втора световни войни,
  - Паметник на Делю войвода,
  - Паметник на ген. Черевин,
  - Паметник на Независимостта,
  - Паметник на Йорданка Николова;

- «Лобното място на Делю войвода»,
- Паметник на Делю войвода в с. Старцево,
- Паметна плоча на загиналите във войната – с. Ерма река.

**- Община Смолян:**

Паметник-мавзолей на връх . Средногорец / Родопската Шипка /  
 Паметник на загиналите през войните райковци – кв. Райково.  
 Обелиск на падналите за свободата Преображенци – м. Хайдушки поляни  
 Скулптурна група “Орфей и Родопа“ - Смолян, произведение на световно  
 известния скулптор Любомир Далчев,  
 Скулптура на Полк. Серафимов – Смолян, автор Владимир Гиновски  
 Скулптурна група “Орфей и Евридика“ - Смолян, автор Георги Чапкънов  
 Мемориална стена с барелефи на свещениците Възрожденци – Славейно  
 Паметници на Екзарх Стефан и Капитан Петко – с. Широка Лъка  
 Паметник на свободата и майка България, заедно с мемориална стена на бележити  
 граждани на Устово – Смолян, кв. Устово  
 Паметници на площад „Свобода” в Смолян – Христо Ботев,  
 Братан Шукеров и Кирил Маджаров  
 Мемориал на алпиниста Христо Христов, загинал на вр.Еверест;  
 Паметник на Николай Хайтов и Аго Асан – Амфитеатъра на Смолян, автори  
 Здравец Хайтов и Александър Хайтов.

**- община Чепеларе:**

Паметник на загиналите във войните в гр. Чепеларе,  
 Паметник на капитан Петко Войвода, издигнат през 2004 г. в Чепеларе,  
 Скулптурна композиция „ГОСТОПРИЕМСТВОТО НА РОДОПА ПЛАНИНА”  
 разположена до пътя Пловдив – Смолян на разклона за природния феномен „Чудните  
 мостове”,  
 Паметник на Васил Дечев - Чепеларе ,  
 Паметник на Дичо Петров, разположен до пътя Пловдив- Смолян на разклона за с.  
 Проглед.

- **община Рудозем:** Скулптура на Полк. Серафимов – гр. Рудозем

#### **2.1.5.3.4. Паркови пространства**

Важен и неизползван ресурс за развитие на туризма представляват забележителни  
 места в селищата от региона, които носят характеристика на „топос“ – забележително  
 място, със специфична атмосфера и с активно присъствие на местните хора.

**В община Смолян** знакови средища за жителите и гостите на града са:

- Амфитеатърът в новия център на Смолян
- Стар Център на Смолян с търговската улица – пешеходна зона
- Площадът пред паметника на Орфей и Родопа с търговска част
- Нов площад – кв. Устово
- Часовникова кула с мост и парк – с. Смилян
- Пл. Механджийница – с. Широка Лъка
- Вековното дърво „ Чинара „, на близо 300 г. с джамията в кв. Смолян
- Купището в с. Широка лъка
- Площада в с. Могилица с гигантските дървени „ Бъклица” и „Лъжица”

**В община Чепеларе:**

- Обновеният площад „ Олимпийски”, именуван в чест на първия златен олимпийски  
 медал за България от зимна Олимпиада Нагано-1998 г., завоюван от чепеларката Катя  
 Дафовска.
- Градска градина, Градски парк и Градина на ул. Васил Дечев в град Чепеларе

**В община Златоград:**

- Амфитеатър в Стария град;

- Мегдана в Стария град;
- Централен площад в гр. Златоград;
- Предстои рехабилитация на зелени площи в централната градска част в гр. Златоград и реализация на парковото пространство.

#### 2.1.5.4. Музеи

**Регионален исторически музей „Стою Шишков” – Смолян** ([www.museumsmolyan.eu](http://www.museumsmolyan.eu)), е основан през 1935 г. Неговите специалисти издирват, изучават, съхраняват и популяризират богатото културно-историческо наследство на населението, обитавало средната част на Родопския масив през различните исторически епохи.

Музеят е най-големия в Средните Родопи. От 1982 г. се помещава в специално построена сграда с разчупена експозиционна площ, ситуирана в центъра на града. Уникално богатство са музейни колекции, събрани през годините, които включват:

- Сбирки от археологически находки от епохата на ранния палеолит и енеолита;
- Експонати, илюстриращи продължителното присъствие на траките от късно-бронзовата епоха до късната античност;
- Материали от средновековието;
- Нумизматична колекция;
- Традиционно народно облекло, накити и тъкани;
- Традиционни медни съдове и дървени предмети за бита;
- Инструментариум на характерните за Родопите поминъци и занаяти;
- Обредни вещи;
- Оръжия от XIX в.; ордени и медали от XIX – XX в.;
- Архивни снимки и документи.

##### **Екипът на музея предлага:**

- Посещение на атрактивно уредената постоянна музейна експозиция на тема “Културно-историческото наследство на Родопите от древността до наши дни” с възможности за тематични беседи за различни исторически епохи и културни факти. В залите се предлагат авто-гидове на книжен носител на шест езика – английски, руски, гръцки, френски, немски и български.

Ежегодно в залите на музея се предлагат различни временни изложби, информация за които може да се получи от сайта на институцията.

- Ползване на “електронен пътеводител на патриотичния българин”, съдържащ дигитална информация за важни дати и събития от българската история;
- Екскурзоводско обслужване на специализирани културни маршрути /по предварителна заявка/ в града и близките околности.

Постоянната експозиция е осигурена за свободен достъп на хора с двигателни увреждания, също така тук се предлага първият в страната «Пътеводител» на брайлов език..

##### **2.1.5.4.1. Община Чепеларе**

**Музей на родопския карст:** единствен по рода си на Балканския полуостров. В него са представени красотите на пещерите и пещерните експонати, запазени от зората на човешката история. Разполага с 970 изложени музейни експонати.

**Музейна сбирка на скиите и ски-спорта в Чепеларе:** разказва за

богатата история на скиите и ски-спорта в региона на община Чепеларе. Разполага с 900 изложени музейни експоната – ски, медали, купи, флагчета, ски-обувки, плакети и др. Град Чепеларе е и родно място на Олимпийската шампионка по биатлон от Нагано’98 – Екатерина Дафювска.

**Музейна сбирка** към читалище “Алеко Константинов” в с. Павелско. В нея са представени исторически и етнографски материали от региона на село Павелско. Някои от археологическите находки са с голяма историческа стойност.

**Музейна историко-етнографска сбирка** към читалище “Родопско бъдеще”, съдържа всички сечива и предмети използвани в бита на ореховеца до средата на XX век. Направени и изложени са родословните схеми на всички родове в селото. Експозицията притежава богат археологически материал, като някои от находките представляват изключителна ценност, особено керамиката.

**Постоянна етнографска изложба** към читалище “Христо Ботев” - Чепеларе: притежава доста голямо количество експонати, които са умело съчетани с пана от дърворезба. Посетителите на изложбата освен с изложените експонати, ако желаят могат да се запознаят и с начина на изработването им, като посетят Центъра за традиционна култура, туризъм и устойчиво развитие към читалище “Христо Ботев”, намиращ се в същата сграда. Всеки експонат от изложбата може да бъде закупен.

#### **2.1.5.4.2. Община Златоград**

Музейна сбирка на „**Просветното дело в Средните Родопи**” е открита в Златоград през 1978 година и е втората по рода си в страната след Априловската гимназия в Габрово. В музея могат да се видят запазени до днес класна, учителска и битова стая на учителя, може да се потопите в просветителския дух и атмосфера на Възраждането.

Експозицията показва нагледно как учениците се обучавали, използвайки взаимноучителния метод: по-големите ученици обучавали по-малките. Децата се учили да четат, пишат, изучавали граматика, история и ботаника. Учебните помагала и учебници се набавяли от пловдивски книжари от печатната база в гр. Солун. В класната стая са представени пясъчници, восъчници, мастилници, карти, сметало и пръчка послушанка. Един от първите учебници в златоградското училище е Неофитовото евангелие издадено през 1859 г. В Лондон. Просветителят Ангел Киряков го е използвал тайно от гръцките духовници, за да учи будните златоградски деца да пишат и четат на български език, а не на гръцки.

На втория кат(етаж) на чардака се намира т.нар. "миндерлък" - тук учителите са се отморявали, а от чардака са следели за дисциплината на учениците, които в обедната почивка играели на двора. С камбанен звън ги събирали за час. На чардака също така се намират автентични ръчно изработени мебели. В жилището на учителя може да се види възрожденска уредба на стая. Стените са застлани с местни тъкани килими, изработени от козина.

**Музейната сбирка на съобщенията**, е единствената в България и функционира от 1987 г. Експозицията е разположена на 200 кв.м в реставрирана къща в ЕАК - паметник на културата. Съдържа много богат снимков материал и документи, касаещи историята и поминъка на града от създаването на първата българска поща. Има над 300 музейни единици: марки, стари телефонни и телеграфни апарати, фотоси, морзови апарати, кантари, ръчни пощенски теглилки, ведомост за заплати от 1913 г., пощенски трактове... Включва и документи, богат библиотечен архив, фотоархив. Пощенският музей приема туристически и местни групи, работи и като редовна пощенска станция, която извършва всички видове услуги.

**Музейната сбирка към църквата "Св. Атанас"** в село Старцево съществува отскоро. Храмът "Свети Атанасий Велики" е открит и осветен през 1998 година от Пловдивския митрополит Арсений. Освен храма църковният ансамбъл включва още магазин, музей и жилище за свещеника на обща площ 250 кв.м. Три икони са дар от НИМ, както и уникалната камбана, принадлежала на Гложенския манастир. Иконостасът е дело на тревненски майстори, а 37-те икони - на софийското семейство Лазаров и Сарова. В

музея на християнството са изложени кръст, кандило и икона, намерени при ремонта на джамията в селото през 1916 г. Експонирани са още монети и глинени съдове от тракийския период.

**Музейни сбирки в Александровски къщи** – археология и етнография, занаяти и технологии , експонирани в своеобразен архитектурен ансамбъл от втората половина на XIX век, който носи името на някогашните си стопани . Особено интересна е демонстрацията на женските умения при тъкане и домашните занятия за подготовката на преждата - влачене, предене, пресукване и пр.

В уводната зала са експонирани археологически находки от Златоградския ареал от четири исторически епохи: **траките , Римското владичество, Ранна Византия и Българската държава** от създаването ѝ до нейното падане под османско владичество (681-1396г.)

Следващата зала е посветена двата традиционни поминъка на българите - земеделие и скотовъдство (главно овцевъдство и козевъдство): сечива за ръчна обработка на почвата, както и образци от основни земеделски култури, отглеждани в Златоградско; традиционни оръдия на труда и съдове за млекопреработка, както и предмети, свързани с бита (включително и отдиха) на скотовъдците. Представени са традиционни уреди и съдове за първоначално подготвяне на храни (хромел, чутура и подобни). Тук с особено висока стойност е колекцията на традиционно облекло от Златоград и Златоградско. В отделни витрини са подредени характерни за Средните Родопи накити и обреден реквизит - естествено преобладават женските украшения (предимно от сребърни сплави).

Единствено тук - в българска музейна сбирка - може да се види традиционна шапка от женска носия с пълен набор от метални украси към нея. Особено се запомня представителният накит "муска с калеми".

В къщата е монтиран отвесен стан за големи постелки и завивки (изработени от вълна и козя козина). Този стан е най-стар като тип в историята на човечеството въобще. И отново трябва да се изтъкне, че подобен музеен експонат няма другаде в България. Той може да се наблюдава на живо само тук.

#### **2.1.5.4.3. Община Смолян:**

**Музейна сбирка в Широка Лъка** е разположена в една от най-забележителните възрожденски къщи на селото – Згуровския конак на площ от 90 кв.м.. Представя основните моменти от бита и културата на местното население -традиционната родопска сватба, интериор на родопското жилище, показ на традиционни и съвременни широколъшки маски и др. предмети свързани с карнавалната обредност в селото.

Приема организирани туристически групи и индивидуални посетители. Предлага екскурзоводска беседа на български език.

Музейната сбирка в **Момчиловци** е създадена през 1964 г. През 1967 г. е създадена галерия по инициатива на проф. Михаил Карапаунов. Сбирката е разположена в специално построена сграда през 1981 г. и съхранява над 3000 експоната от новокаменната епоха до днес, включени в следните групи: Археология, Възраждане, Етнография, Спомагателен фонд – документи, снимки, доклади и картинна галерия. Експонатите представят историята на селото и на региона и среднородопските християнски селища.

Картинната галерия съдържа около 300 творби класическата и модерната живопис и графика. Създадена е с дарения.



Посреща организирани туристически групи и индивидуални посетители. Предлага екскурзоводска беседа на български език /и при заявка – на английски език/, както и демонстрация на занаяти.

**Музейната сбирка в Славейно** е посветена на делото и паметта на българския лекар-енциклопедист чл. кор. проф. Константин Чилов (1898-1955 г.). Колекцията се състои от вещи, снимки и документи свързани с живота и делото на проф. д-р Константин Чилов, около 20 картини, рисунки и скулптури, част от които са му подарък от авторите - Иван Ненов, Илия Бешков, Кирил Цонев, Анастас Стайков и др. и над 1000 книги и отпечатъци от личната му библиотека.

Разположена на 2 етажа на къщата, строена върху основите на родния дом на Константин Чилов през 1952 г. и дарена в незавършен вид след смъртта му от неговите законни наследници на кметство Славейно, за да се стопанисва като дом-паметник на д-р Константин Чилов. Обзаведена е с автентични вещи от софийския дом на проф. д-р Чилов.

Приема организирани туристически групи и индивидуални посетители по предварителна заявка. Участва в традиционните ежегодни Чилови дни (ежегодно през май или юни), по време на които се връчват наградите “Проф. К. Чилов”.

#### **2.1.5.4. НАО „Рожен” и Планетариума в Смолян.**

В центъра на регион «Средните Родопи» е разположена Националната астрономическа обсерватория (НАО) “**Рожен**” към Института по астрономия (ИА) при БАН, където от 1980 г. се извършват наблюдения на звездното небе - най-големият в Югоизточна Европа наблюдателен комплекс в областта на оптичката астрофизика. Разполага с 4 телескопа: универсален 2-м огледален телескоп; 60-см рефлектор “Цайс”; 50/70 см Шмидт-телескоп и 18-см слънчев телескоп-спектрохелиограф.

Наблюденията, извършвани в НАО, са широко известни на световната астрономическа колегия. Получени са важни резултати за: спиралните ръкави на галактиката Андромеда и звездообразуването в нея; сферичните звездни купове в нашата Галактика и в близки до нас галактики; спектралното поведение на много класове променливи и други “екзотични” звезди – магнитни звезди, звезди с разширяващи се атмосфери, двойни системи, изхвърлящи вещество с висока скорост (хиляди км/сек) във вид на струи или отделни съгъстявания.

НАО «Рожен» е и популярен обект, отворен за посещения от туристи .

Най-популярният обект в региона на Средните Родопи е **Планетариумът** в Смолян - най-големият в България, който от 1975 г. досега е посетен от над 2 500 000 души.

За популяризиране на астрономическите знания, в звездната зала на Планетариума се представят повече от 50 програми (сеанси). Сред тях са: програми-приказки за най-малките деца, много учебни сеанси, обзорни и тематични за широката аудитория. На чуждестранните гости на Планетариума се предлагат програми на чужди езици: руски, френски, немски, английски, гръцки, турски. Цикъл от специални програми - музикални и поетични- допълват многообразието от звездни спектакли.

В Планетариума са разработени много програми, свързани с изучавания в училищата материал по астрономия, физика, география. Младежкият астрономически клуб наблюдава визуално и фотографически астрономични явления като: лунни и слънчеви затъмнения, съединения, пасажи, метеори, слънчева активност. Планетариумът работи активно и по визуалното и фотографично документиране на всички лунни и слънчеви затъмнения и други интересни астрономични явления, видими от територията на нашата страна. От 1975 г. в Планетариума са заснети 7 слънчеви и 15 лунни затъмнения. Някои от фотографията са уникални за България.

#### **2.1.5.5. Занаяти.**

Традиционните занаятчийски производства в този регион се основават на използването на местни суровини и материали, старинни технологии. Най-популярни сред тях са медникарство, ковачество, дървообработването, обработка на кожа, дърворезбарството, изработка на накити, тъкачество - на вертикален и хоризонтален стан, различни традиционни умения, като плетиво, гайтанджийство, везба и др. От значение за тяхното съхранение е наличието на специализирано художествено училище в Смолян, където се предлага обучение по текстил и металообработка. В много от селищата на региона се практикуват традиционни занаяти, но най-популярни сред туристите в последните години са Смолян, Широка лъка, Момчиловци, Смилян, Могилица, Арда, Забърдо, Орехово и най-вече с комплексът от 9 функциониращи работилници в **Стария град на Златоград**: Терзийска, Сараческа, Ножарска, Златарска, Грънчарска, Тъкаческа, Резбарска, Медникарска, Гайтанджийска.

#### **2.1.5. 6. Събития и обичаи.**

Среднородопският регион е широко известен в България и в чужбина със своите фолклорни фестивали. Водещи в представянето на културата на Родопите, са ДЮФА „Орфей“, ДАНТП „Родопа“, Средно музикално училище - Широка лъка. Съществен принос имат и самодееен състав 100 каба гайди, самодееен ансамбъл „Радичеви“- с. Стойките, фолклорна формация „Зареница“, самодейните състави в с. Гела, Момчиловци, Девин, Доспат, Забърдо, Мугла, Широка лъка и други среднородопски селища, които предлагат интерпретация на фолклорни традиции и обичаи не само за местните общности, но и за туристите при заявка, участват в различни национални и международни фестивал и са носители на техни призове.

Налице е тенденция и към индивидуализиране на празници по селата в региона – традиционните селски събори във всяко туристическо селище все повече се обогатяват и насочват към създаване на запомнящо се и привлекателно и за туристите преживяване. Това са събития, активно практикувани през последните 20 години, свързани освен с религиозния празник и със светски инициативи като фолклорна програма, общоселищна трапеза и др. Особено популярни са летните народни празници Спасовден, Илинден и Голяма Богородица . Фолклорни обичаи, около които се ситуира празник на дадено селище, се организират на различни места . Такива са Тодоровден и конните надбягвания в Момчиловци, Сирни заговезни и традиционните огньовете за празника в кв. Райково, Смолян, Пес-понеделник и пролетните маскарadni игри в Широка лъка, фестивалите “С песните на Радка Кушлева” и “С песните на Надежда Хвойнева” в Левочево и Широка Лъка, „Среде лето и напяването на китки” в Мугла, „Петров ден“ – в с. Соколовци, с. Бостина, с. Петково, с. Полк. Серафимово.

Други традиционни и все по-популярни селищни празници с участие на фолклорни състави и изпълнители са съборите в с. Тикале - 20 май, с. Търън – също на 20 май, с. Виево - на 27 май , с. Кутела – в средата на м. Август – всички тези празнични народни веселия се провеждат на открито и са достъпни за гости и туристи.

##### ***Гайдарско надсвирване в Гела***

На широка поляна над село Гела, край вековни борове – място за среща на стари родове, в последните години наред с традиционните срещи на местното население се организира и надсвирване за изпълнители на гайда от Родопите, страната и чужбина. По поляните на селото се пекаат прочутите родопски чевермета. Всяка година селото посреща стотици туристи, привлечени от изпълненията на гайдарите, от прекрасните природни панорами и дълго неспиращите хора.... Провежда се през първия уикенд на м. август.

##### ***Кукерски и маскарadni игри Пес-понеделник – Широка лъка***

На празника от десетилетия традиционно се пресъздава ритуал по изгонването на злите духове и раждането на нов живот. Играта на кукерските състави, облечени с черни дълги вълненици, с кожени маски на главите и кожени навуца, с чанове и звънци на колана, предшества настъпващата пролет и вещае плодородие и берекет за всяка къща и за цялото село. Празникът е автентичен и съществува от незапомнени времена, като няма спомен за годината на създаването му, защото се е предавал от поколение на поколение. Празникът се провежда винаги в първата неделя на месец март, без точна дата на площада в с. Широка лъка.

#### ***Международни младежки фолклорни Орфееви празници***

Във Фестивала на детско-юношески групи за автентично фолклорно изпълнителско изкуство „Орфееви празници“ участват детски фолклорни състави от всички етнографски области на страната – певци, инструменталисти, танцьори, които демонстрират своите костюми и умения на специални естради на открито. От 2001 г. във фестивала участват групи от балканските страни и Европа. В рамките на официалните изяви се организират допълнителни изяви – възстановка на фолклорни игри, кръгли маси и др. След Смолянските езера напоследък фестивалът се провежда на Амфитеатъра в центъра на Смолян и на сцените на РДТ - през 2 години в последния петък, събота и неделя на месец юни.

#### ***Кушии на Тодоров ден в Момчиловци и Чепеларе***

Празникът възстанови забравена традиция на християнския празник Тодоров ден – края на м. февруари или началото на м. март. В Момчиловци например, той започва с тържествена литургия в църквата „Св. Св. Константин и Елена“, последвана от тържествено откриване и поздравление към всички участници и гости на площада. Участниците се посрещат с пита и мед и се даряват с мартеници. Извършва се водосвет на конете и собствениците им за здраве, след което започва кушията по главната улица на селото за излъчване на най-бързия кон. Участниците се състезават в теглене на трупи, за да определят, кой е най-силния кон; има конкурс за най-красив и най-тежък кон и др. Празникът завършва с музикална програма и всеобщо веселие ...

#### ***Празник на Смилянския фасул***

Село Смилян е прочуто с производството на едрия салатен фасул. По време на празника се организират конкурси – за най-добър производител, за пано от фасул, за кулинарно ястие от фасул. Самодейният състав към читалището изнася програма от тематични скечове, свързани с отглеждането и обработката на фасула като традиционен поминък. Провежда се от 2003 г. всяка година в последния уикенд на ноември. В сградата на читалището в селото целогодишно функционира Етнографска сбирка на „Смилянския фасул и традиционните родопски терлици“.

#### ***Пустовете в кв. Райково, Смолян***

Ритуалът, при който се пали огън на площада, води началото си от езически обреди, свързани с отминаването на зимата и предстоящото обновление на природата с настъпването на пролетта. Празникът се организира пред чит. „Орфееви гори“ в кв. Райково. Участват всички самодейни състави на читалището – „100 каба гайди“, Смесен народен хор, Женски битов хор, Танцов ансамбъл, рок групи, клуб „Зевзек“, групи от региона, групата на Дионисий – вакханки и сатири. Организира се конкурс за най-добра маска, наддаване за запалване на орадата (огъня). В последните издания орадата се пали от именит гражданин на Смолян. След това смелчаци, маскирани в костюми и маски, прескачат огъня, който е символ на слънцето, за да прогонят злото. Празникът продължава с хоро, което също е символ на новото слънце. Провежда се от 15 години в края на м. февруари или началото на м. март.

#### ***„Среде лето“ и кулинарна изложба „Храна за столетници“ с. Мугла***

Провежда се на 2 август всяка година. Празникът започва още на 1 август вечерта и продължава през целия следващ ден. Бележи края на периода, през който слънцето „расте“ и е началото на упадъка на силата му. От набрани цветя се правят китки,

завързват се с червен конец за всеки член от семейството и една за всички от къщата. Поставят се в бяла харкума пълна с вода и се изнасят навън на месечина и звезди. Престояват през нощта покрити с бяла кърпа и не се внасят в дома, докато не се „поят“ китките. На 2 август всички стават рано и оглеждат китките. Ако всички са свежи и хубави е за добро. При изгрев слънце цялото село се събира на „еза“ (до вода), да „поят“ – пеят китките.

Кулинарната демонстрация е уникална с представянето на ястия , които отдавна не битуват в други населени места, а тук те все още са част от храната на населението, което е известно с многото си столетници – сирене (брънза), мляко, леща, фасул, каша, трахана, качамак, които се „забелват“ с препържено масло, сундюрмя, кускус и други. Други традиционни и все по-популярни селищни празници с участие на фолклорни състави и изпълнители в община Чепеларе са :

<b>Културно събитие</b>	<b>Периодичност</b>
<b>Тодоровден, Пустове, Стара Марта, Пролетен Арт карнавал</b>	Ежегодно, м. март
<b>Майски културни тържества 6-24 май</b>	Ежегодно, м. май
<b>Празник на с. Богутево (6 май)</b>	Ежегодно, м. май
<b>Празник на град Чепеларе (24 май)</b>	Ежегодно, м. май
<b>Празник на с. Павелско (Спасовден)</b>	Ежегодно, м. май
<b>Празник на с. Проглед</b>	Ежегодно, м. юли
<b>Празник на с. Малево (Илинден)</b>	Ежегодно, м. юли
<b>Празник на с. Хвойна (Илинден)</b>	Ежегодно, м. юли
<b>Празник на с. Орехово, Празник(ден) на „Ореха“ и Кукери на масти заговезни</b>	Ежегодно, м. Септември
<b>Празник на с. Забърдо</b>	Ежегодно, м. Август
<b>Празник на с. Зорница</b>	Ежегодно, м. Август
<b>Празник на с. Острица</b>	Ежегодно, м. Август
<b>Празник на с. Лилеково</b>	Ежегодно, м. Август
<b>Септемврийски културни тържества</b>	Ежегодно, м. Септември
<b>Национален конкурс за нова българска музика в размер 7/8</b>	На две години, трети път, м. Октомври
<b>Национален конкурс за поезия „Усим Керим“</b>	м. октомври, за първи път през 2010 г.
<b>Празник на „Картофа“ (гр. Чепеларе и с. Забърдо)</b>	Ежегодно, четвърта година, м. Ноември

### **„Делюви празници“**

Всяка година, от 2001 година, през месец септември, в Златоград се отбелязват, с многодневна програма, дните, посветени на легендарния Делю войвода - пример за всички нас, завещал ни да носим в сърцата си онази сила и всеотдайност, която ни прави свободни и ни съхранява като българи! Неговото свободолюбие, гордост и достойнство олицетворяват духа на родопчани, а песента му се превръща в послание на човешката цивилизация към непознатите светове.

Делю войвода е златоградският символ на всеотдайност, достойнство и свободолюбие, пример за сила и чест. Местни самодейци и популярни певци забавляват жителите и гостите на Златоград всяка година, в периода от 19 до 22 септември.

### **„Един пазарен ден“**

Преоблечени като занаятчии, търговци и абаджии, фотографи и просто като купувачи и зевзеци, организатори и граждани пресъздават истинска атмосфера на един пазарен ден от миналия век.

### **„Балканска скара”**

Това събитие се организира отскоро в Златоград. Освен народно веселие на открито се предлагат и храни от кухнята на балканските народи. Всеки народ представя свои национални песни, хора и танци. Събитието се радва на голям интерес и се организира през м. ноември.

### **„На гости на бяло сладко в Златоград”**

на сладки приказки и стари градски песни! Това е един празник с участието на местни самодейци. Сценарият е изготвен на златоградски диалект, изпълнен е със скечове и мохабети. Пянт се много песни и се играят кръшни хора. Събитието се организира по Сирни заговезни, когато се провежда и кукерско шествие през м. март;

### **„ Празник на миньора „**

В Рудозем на особена популярност се радва празникът на миньора, който се превръща в общоградско тържество с много музика и танци.

## **2.1.6. Население и селищна структура**

В котловините на родопските реки са разположени почти всички общински центрове на региона: Смолян, Чепеларе, Рудозем, Златоград, Девин. Общо населението в региона е близо 122 000 жители, като водещ е областния град с около 30 000 жители. Много от селищата в региона през последните 20 години са се утвърдили като локализации за туризъм: Хвойна, Орехово, Павелско, Забърдо, Проглед, Стойките, Широка лъка, Езерово, Смилян, Могилица, Арда, Момчиловци, Пловдивци, Елхово, Старцево, Триград, Ягодина...

Според данните от последното преброяване през 2011 г. населението в общините-партньори е както следва: община Смолян – 44 000, община Чепеларе - 7 720, община Рудозем е 12 250, община Златоград е 12 257 жители.

## **2.1.7. Човешки ресурси**

В Среднородопския регион са налице добри бизнесвръзки и партньорства между отделните звена, формиращи туристическото предлагане: хотелиери, ресторантьори, туроператори, производители на храни и напитки, доставчици на транспортни услуги и специфични туристически пакети. В последните години значително развитие в региона бележи селския туризъм, като в десетки селища са адаптирани и новопостроени стотици бази за настаняване и изхранване на туристите: семейни хотели, къщи за гости, стаи за гости, механи и ресторанти...

Традициите в стопанския туризъм и подготовката на кадри за бранша в региона имат десетилетна история. В Чепеларе, Смолян и Девин има средни училища по туризъм. Към тях прибавяме Средно музикално училище в с. Широка Лъка, а в Смолян : ГПЧЕ „Иван Вазов“ /за чуждоезиково обучение/, Професионална гимназия по приложни изкуства и наскоро създаденото с подкрепата на германското правителство Държавно Предприятие „Център за обучение” – всички те подготвят кадри, имащи реализация в туристическия сектор. В Смолян функционират филиали на две Висши учебни заведения – Пловдивския университет и Варненския свободен университет, където се подготвят ръководни специалисти за туристическата индустрия.

## **2.1.8. Икономическо състояние на региона**

Туризмът, като сектор в областната икономика през последните 40 г. винаги е имал съществен принос за социално-икономическото развитие на региона. Той следва да се разглежда като многостранна рекреационна дейност с комплексно влияние върху икономиката, социалната сфера, околната среда, културата. Употребата на понятието туристическа «индустрия» има условен характер, поради факта, че туризмът като

интегриращ бизнес концентрира около себе си други отрасли като селско стопанство, търговия, транспорт и услуги. Голямото значение на туристическия бизнес не се изчерпва само с доходите, които носи за заетите в отрасъла, а и с икономическите ползи за всички други, ангажирани в съпътстващи туризма отрасли. Затова и в Регионалния план за развитие на **Южен Централен Район** са визирани няколко мерки за приоритетно развитие на устойчив туризъм. Така например според ПРИОРИТЕТ 4. Опазване, възстановяване и устойчиво ползване на природното и културното наследство – Мярка 4.3.: *«Разработването на специализирани туристически продукти е само първата стъпка за стимулиране на развитието на устойчив туризъм, основаващ се на местните ресурси.... Необходимо е целенасочено идентифициране на културно-историческите и природни паметници ... и тяхното социализиране – експониране и популяризиране...»* И по-нататък в Мярка 4.4.: *«За да се повиши туристическият потенциал...трябва да се обезпечи туристическия поток към съответните обекти посредством осигуряване на достатъчно информация и услуги за туристите... Следва информацията да се представи широко в туристическите офиси...»*

В Смолянска област действат 696 туристически предприятия, като в този брой не влизат малките туристически обекти. През 2010 г. те са имали нетни приходи от продажби за 34 642 000 лв, което е 3,4 % от общите приходи. Без съмнение част от туризма е в т.нар. „сива икономика”, което с приближение може да ни ориентира към 6 % реален директен принос за социално-икономическото развитие на региона, а заедно със съпътстващите индустрии – около 10 %.

**В Стратегията за развитие на област Смолян** е посочено, че общините в региона определят туризма **като приоритетен отрасъл** за своето икономическо развитие. Това решение се базира на съществуващите дадености и предпоставки, които благоприятстват развитието на туризма в региона:

- Богата гама от природни ресурси - обширни горски масиви; уникална природа и разнообразни релефни форми; трайна снежна покривка през зимата; природни феномени; умерен климат; специфични природоклиматични условия с лечебно-рехабилитационни свойства.
- Териториална обособеност.
- Липса на замърсяващи промишлени предприятия и наличие на редица действащи програми по разгръщане на нови екологичносьобразни производства.
- Близост до Егейско море, обща граница със страна член на Европейския съюз.
- Създадени традиции в посрещането на чуждестранни туристи от курортен център Пампорово.
- Богато културно-историческо наследство
- Наличие на свободни демографски ресурси.

В същият документ са набелязани и **дейности за обогатяване на туристическия продукт и рекламата в региона:**

- Предлагане на цялостен, комплексен, разнообразен, уникален туристически продукт, признат на Българския, Европейския и световния пазари;
- Разработени нови туристически продукти в областта на културния туризъм; интегриращи местни занаяти; поддържащи целогодишен интерес към региона.
- Изградена база за селски и екотуризъм;
- Попълнени услуги на екотуризма в селата;
- Единна система за маркетинг и реклама;
- Маркетингова стратегия
- Въвеждане на нови технологии за реклама на турист. продукт;
- Широка реклама на възможностите. за отдих и туризъм;
- Изработена турист. карта на областта, отразяваща предлагания тур. продукт;
- ТИЦ-регионален, обслужващ гостите в интерес на хотелиерите;



В Плана за развитие на **община Рудозем** за периода 2007-2013 г. първата генерална цел е *«Стабилизиране на местната икономика и преминаване към балансирано и устойчиво развитие»* като *«основните насоки на диверсификация на местната икономика са в посока на туризма»*.

В рамките на Общинския план за развитие 2007-2013 г. визията за бъдещето на **Община Чепеларе** е: *«водеща туристическа дестинация в Централни Родопи, просперираща зона на устойчиво икономическо, екологично и социално развитие»*. А в Програмата за УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ЧЕПЕЛАРЕ 2011-2015 г. е очертана следната ВИЗИЯ : *«Община Чепеларе – добре разпознаваема целогодишна дестинация с устойчив конкурентоспособен туристически сектор»*. Тази визия трябва да бъде изпълнена, като развитието на общината се фокусира в *«център на спортно-развлекателен, селски, еко и културно-исторически туризъм»*.

**Приоритетите са:**

⊕ Създаване на подходящи управленски и организационни структури, системи за управление, обучение и квалификация на персонала

⊕ Повишаване на качеството и обогатяване на предлагания основен туристически продукт (зимен туризъм) и устойчивото му развитие

⊕ Преодоляване на сезонния характер на туризма в общината чрез развитие на алтернативни форми на туризъм

⊕ Подобряване на базовата и туристическата инфраструктура, съхраняване на околната среда и въвеждане на енергийни екологични и ефективни технологии

⊕ Провеждане на ефективен маркетинг, реклама и информационен обмен

За постигане на визията **«ЗЛАТОГРАД – ПО-ДОБРОТО МЯСТО ЗА ЖИВЕЕНЕ»** в Плана за развитие на **община Златоград** за периода 2007-2013 г. един от начертаните приоритети на местното управление е

*« Създаване и развитие на туристически продукти, чрез използването на природните ресурси и културно-историческо наследство на община Златоград и региона:*

↪ *Подпомагане развитието на културен, спортен, селски, планински, балнеолечебен, ловен туризъм;*

↪ *Насърчаване създаването на местни туристически продукти и развитие на техния маркетинг;*

↪ *Развитие на спорта и включването му в единен туристически продукт;*

↪ *Създаване на природно съобразен туристически продукт, спомагащ за запазването на основните туристически услуги и създаването на нови, така че да се увеличи броят на посетителите на района и да се създаде постоянен поток от туристи, оставащи в района за повече от един ден »*

В Плана за развитие на община Смолян за периода 2007 – 2013 г. е посочено, че **„Визията на община Смолян** през следващите седем години е свързана преди всичко с развитието на туризма като водещ отрасъл: **СМОЛЯН – ИНТЕНЗИВНО РАЗВИВАЩ СЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ЦЕНТЪР С ЕВРОПЕЙСКО ЗНАЧЕНИЕ :**

- *През 2014 г. в общината са развити зимният туризъм, културният туризъм, летен планински туризъм, конгресен туризъм, екстремн туризъм и селският туризъм.*
- *Развити са големият и малкият туристически бизнес.*
- *Преодолян е дисбалансът между зимния и летния сезон*
- *Общината има изграден имидж като уникално място за активна почивка и район, богат на много събития и прояви*
- *Предлагане на разнообразен, качествен и атрактивен туристически продукт,*
- *Туризъм - обезпечен с подобрен маркетинг и туристическа информация.”*

## **2.1.9. Социална инфраструктура в подкрепа на туризма**

### **2.1.9.1. Неправителствени организации в туризма**

През последните 20 години в региона са създадени десетки неправителствени организации за подкрепа на туризма. През 1996 г. е учредено първото браншово сдружение – Съюз на родопските хотелиери и ресторантьори – Смолян, с членове от града и селата на общината, както и от други общини: Чепеларе, Златоград, Девин. По-късно в Чепеларе е създаден Съюз на хотелиери, ресторантьори и търговци, в Златоград – самостоятелна секция на БХРА. Учредяват се Съвети и сдружения по туризъм в Момчиловци, Моголища, Широка лъка, Доспат, Стойките, Арда, Орехово, Рудозем, Баните, Девин, Хвойна. През 2003 г. с обединените действия на областната и някои общински администрация, браншови сдружения и представители на по-едрия бизнес е създадена Регионалната туристическа асоциация «Родопи», с цел да подкрепя развитието на устойчив туризъм в региона на Смолянска област.

### **2.1.9.2. Туристически информационни центрове**

Реализирайки различни проекти – много често в партньорство помежду си и с общинските администрации – тези и други организации са създали през последните 15 г. местни **Туристически информационни центрове**. Някои от тях функционират докато трае изпълнението на съответния проект, други са намерили успешни формули за устойчиво съществуване. Днес в региона туристите получават актуално информационно обслужване през по-голямата част от годината в Чепеларе, Смолян, Широка лъка, Моголища, Арда, Смилян, Рудозем, Чудните мостове, Златоград, Градът, Стойките, Триград, Девин, Пампорово, Баните... Това състояние на наситеност с ТИЦ прави от региона на Средните Родопи най-богатата на специализирани информационни услуги територия в България...

В сега действащото законодателство ролята на ТИЦ не е подробно дефинирана и регулирана. Те разполагат с оскъдни ресурси за своята дейност, а годишните им приходи са недостатъчни за самоиздръжка. Това ги прави силно зависими от субсидии от общините, или от донорски програми.

Въпреки тези проблеми посочените ТИЦ-ове по места допринасят за разнообразяването на туристическото предлагане в региона и за утвърждаването на отделните дестинации в региона. Сега вече те са съзрели за нов етап в предлагането на местните и регионалния туристически продукт: интегриране и общи действия за маркетинг на вътрешния и международните пазари.

#### **Регионът на Средните Родопи е позициониран като:**

- **целогодишна туристическа дестинация**, която предлага разнообразен туристически продукт през четирите сезона;
- **привлекателна зимна дестинация** за ски-ваканция сред най-слънчевата и уютна планина в Европа
- дестинация с **отлични условия за лятна ваканция** и пътешествия през останалите сезони в съхранена среда, изобилстваща с природни забележителности, защитени територии и местообитания на птици и диви животни, специфично културно-историческо наследство, фолклор и традиции, живописна селска среда и уникално биоразнообразие
- **обновена база** за настаняване и изхранване с вкусни храни и напитки, при забележително традиционно гостоприемство на домакините, предоставящи обслужване във всички категорийни нива

- **допълнителните услуги и атракции** се нуждаят от още по-голямо обогатяване - диверсификацията на туристическия продукт трябва да се ускори и разпространи върху цялата територия на региона.

## 2.2. Обосновка за избора на партньорство.

Между представителите на туристическия бизнес и общинските администрации в Смолян, Чепеларе, Златоград и Рудозем, съществуват трайно установени партньорски взаимоотношения. Те са наложени от спецификата на туристическите продукти, които посетителите в региона потребяват, независимо от тяхната основна локализация.

Благодарение на десетки изпълнени проекти в периода от 2000 г. до сега, са създадени механизми за обмен на информация, изградено е доверие между специалистите по туризъм в общинските администрации, реализирани са полезни за бранша като цяло общи инициативи, свързани с обогатяване на предлагането, промоцията и рекламата на туристическите продукти в региона:

1. Промоция на туристическите продукти от региона на туристически борси в чужбина: Утрехт - Холандия, Берлин - Германия, Лондон – Англия, Солун – Гърция, Истамбул – Турция, Москва – Русия.
  2. Промоция на туристически продукти от региона на борси в България: “Ваканция и СПА Експо” – София, “Вашата ваканция” - Бургас, “Панаир на туризма и свободното време” – Варна, Борса за културен туризъм във Велико Търново. Със създаването на РТА Родопи стана възможно региона да се представя с обща визия, като от 2007 г. тя се илюстрира с логото: „РОДОПИТЕ – ГОСТОПРИЕМСТВО В ЧЕТИРИ СЕЗОНА”. Това не би било възможно, ако не бе изградено действено партньорство с повечето общински администрации от областта, както и с държавните институции, отговорни за отрасъла.
  3. Ежегодно от 2003 г. организиране на туристическа борса под мотото “*Планините на България – гостоприемство в четири сезона*” от РТА „Родопи” в партньорство с общинските администрации на Смолян, Чепеларе, Баните, Рудозем, Мадан, Девин и Златоград, с участници от цялата страна и съседна Гърция за представяне на различните форми на планински туризъм и запознаване с нови туристически продукт от района на Средните Родопи.
  4. Организиране на журналистически Инфотурове за представители на печатни и електронни национални медии за промоция на нови туристически продукти в общините Смолян, Чепеларе и Рудозем.
  5. Изпълнен Проект : “*Обществен форум за културно и историческо наследство Смолян – Златоград*” в партньорство между двете общински администрации, РИМ „Стою Шишков” и представители на НПО .
  6. Създаване на клъстер „*Туризъм Родопи – Бг*” с активното партньорство между Р Т А „ Родопи”, туристическия бизнес, областната и общинските администрации в Чепеларе, Смолян и Златоград и общо изпълнение на пилотен проект.
  7. Организиране на експедиентски тур за туроператори от България и Гърция за запознаване с нови туристически услуги в региона.
  8. Изпълнен проект „*Биоразнообразието в Средните Родопи – предпоставка за създаване на нови туристически продукти*” в партньорство между Р Т А „ Родопи”, общинските администрации и туристическия бизнес в общините Смолян, Чепеларе и Рудозем.
- Бизнесмени от туристическия бранш, подпомогнати от специалисти на областната и общинските администрации в Смолян, Чепеларе, Рудозем, Златоград, Баните и Мадан с активното участие на НПО-сектора са работили системно за общи маркетингови действия на туристическия бранш от Средните Родопи.

## 2.3. Информация за настанителната база

Дълги години основно притегателно място за туризъм в региона е само Пампорово. Близо 30 години след построяването на първата вила, курортът е място само за летен отдых, но в средата на 60-те години на миналия век започват да се предлагат и възможности за зимна ваканция. Базата за настаняване се обновява с хотели и почивни станции, като в края на 1990 г. достига 3 000 легла – едната половина се използват за стопански туризъм чрез ТП « Балкантурист», а другата е на различни министерства и държавни ведомства. Съчетанието от много сняг, слънце, умерени температури, писти, лифтови съоръжения и цени формира търсен в България и чужбина продукт за ски-ваканция и най-вече за обучения в ски-умения за туристи от Великобритания.

В началото на 21 век в неговото развитие има нова крачка: модернизирани са старите въжени линии, за да се увеличи пропускателната им възможност, построени са нови лифтове и писти, изградена е система за изкуствено заснежаване. През периода 2004 – 2008 г. последва сериозен инвеститорски интерес за изграждане на нови хотели и апартамент/хотели в курорта, като общия леглови фонд на въведените в експлоатация хотелски бази към 2011 г. е около **5 000** легла, а броят на заведенията за хранене и развлечения, категоризирани само от община Смолян - 41 с 3170 места.

Вълната на строителство преминава и през **близките до курорта села** : Проглед – 4 обекта с 40 легла и Стойките - 25 обекта с общо 534 легла, 10 заведения за хранене и развлечения с общо 610 места; както и териториите на **местностите** Райковски ливади - 52 хотела с 1120 легла, 16 заведения за хранене и развлечения с общо 969 места и Смолянските езера - 4 хотела със 375 легла , 5 заведения за хранене и развлечения с общо 228 места.

Като последица от инвеститорския интерес към тази по-обширна курортна зона обаче, остава големият обем незавършено строителство на апартамент-хотели, което е много сериозен проблем за туризма.

През този период значително се обогатява материалната база за хранене и настаняване и в двете най-туристически ориентирани общини в региона, където в края на 2010 г. в експлоатация е следната база:

- **Смолян** : 53 хотелски обекта с 1167 легла; както и 224 заведения за хранене и развлечения с общо 12 371 места,

- **Чепеларе**: 128 хотелски обекта с 870 легла, както и 2238 места в заведения за хранене и развлечения

Увеличава се значително и легловата база в селищата на региона, където са създадени много нови семейни хотели , реконструирани са къщи и стаи , за да приемат и обслужват не само български, но и чуждестранни туристи. Категоризацията им е от 1 до 3 звезди:

- **Широка лъка**: 20 бр. хотелски бази с общо 212 легла, както и 14 заведения за хранене и развлечения с общо 858 места

- **Момчиловци**: 14 бр. хотелски бази със 106 легла, както и 16 бр. заведения за хранене и развлечения с общо 615 места

- **Гела**: 7 бр. хотелски бази с 80 легла; 2 бр. заведения за хранене и развлечения с общо 70 места

- **Езерово**: 6 хотелски бази с 89 легла; 3 заведения за хранене и развлечения с общо 127 места

- **Смолянски езера**: 3 хотелски бази с 289 легла; 5 заведения за хранене и развлечения с общо 228 места

- **Смилян**: 10 хотелски бази с 97 легла; 14 заведения за хранене и развлечения с общо 584 места

- **Могилница**: 8 хотелски бази със 61 легла; 6 заведения за хранене и развлечения с общо 207 места

- **Арда**: 6 хотелски бази със 62 легла; 5 заведения за хранене с общо 163 места

- **Полковник Серафимово:** 3 с 22 легла; 2 заведения за хранене я с общо 40 места
- **Орехово:** 13 хотелски бази с 85 легла и 40 места за изхранване
- **Забърдо:** 4 хотелски обекта с 20 легла 48 места за изхранване
- **Хвойна:** 12 хотелски обекта с 30 легла 239 места за изхранване
- **Павелско:** 5 хотелски обекта с 29 легла 50 места за изхранване
- **Златоград:** 6 хотела със 194 легла и 15 средства за подслон с общо 342 легла
- **Рудозем:** 1 хотел с 29 легла и 6 средства за подслон с общо 69 легла

#### 2.4. Развитие на туристическото предлагане в региона

Туристически продукти от региона на Средните Родопи се предлагат вече 80 години. Началото е с класически рекреационен летен туризъм с пешеходене в „**летовище Пампорово** „. През 60-те години на миналия век започва предлагане и на допълнителен продукт – ски-ваканция през зимния сезон. Няколко години по-късно този възможност за скиорите започва да се предлага и на връх Мечи чал край Чепеларе. Постепенно предлагането в района се обогатява с благоустрояването на пещерите **Дяволското гърло** – край с. Триград, **Ягодинска** – край с. Ягодина и **Ухловица** – в района на с. Моголища. Изграждат се **Планетариум** и нов **Регионален исторически музей** в Смолян, както и **Астрономическа Обсерватория „Рожен”**. Създават се музейни експозиции в Чепеларе / на **Родопския карст и на ските**/, **Кристалната зала** и Музей на минното дело в Мадан, Музей на **образователното дело** и на **Пощите** в Златоград, Музей на **Мечката** в Триград.

Пускането в експлоатация на **язовирите „Доспат”** и „Михалково„ създаването на три държавни **ловни стопанства** и строителството на модерни **балнеолечебни центрове** в Девин и Баните добавят нови сегменти в продуктовото предлагане от региона.

След реконструкцията на много от къщите в **Широка лъка**, селото е обявено за Архитектурно-етнографски резерват, както и комплекс „**Агушевите конаци**” в с. Моголища. Реставрирани са десетки къщи – образци на родопската архитектура в Смолян и Златоград.

В началото на 21 век е обособен Златоградският Ареален **възрожденско-занаятчийски комплекс** със 10 работилници, където пред посетителите се демонстрират традиционни за родопския регион занаяти с възможност да се закупят оригинални изделия.

Появяват се и първите **къщи за гости**, семейни **хотели и механи** към тях, където туристите търсят вкуса на месните продукти от двора на домакините, приготвени по стародавни рецепти от характерната **родопска кухня**. Наред с разнообразяването на предлагането за настаняване се разнообразяват и възможностите за изхранване: нови ресторанти и механи функционират в почти всички изброени туристически селища.

Следва предлагането на нови видове туристически услуги: **конен туризъм**, **джип-сафари**, наблюдение на **редки птици** и защитени растения, **щраусови ферми**, проникване в **необлагородени пещери**, въжени **тролеи**, бране на **гъби и билки**, изучаване на **родопски танци** и песни, разкриване на тайните на **местни рецепти** и организирано приготвяне на **вкусни ястия**.

Местни инициативи, подкрепени от фондове на ЕС разнообразяват предлагането с изграждане на **панорамни площадки**, специално построени на уникални места и такива за наблюдение на мечки. Районът се изпълва с новопросечени и реконструирани **туристически пътеки** – всичките добре маркирани и информирани - към трудно достъпни природни образувания. Изграждат се маршрути за **алпийско катерене**, площадки за **пикници** и изкуствени водоеми за **риболов с барбекюта...**

Създават се стотици километри **екомаршрути** и екопътеки в уникални природни места, наситени с допълнителни съоръжения и специализирано оборудвани за **скално**

**катерене**, проникване в **подземни реки** и необлагодородени пещери. Новост е и предлагането на туристически **предици със снегоходки** през зимата или разходки с **моторни шейни** по билата на планината.

Възраждат се и се адаптират към интереса на потенциалните туристи **селски събори** и празници във всяко туристическо селище.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** В региона на Средните Родопи са създадени много възможности за туризъм, формиран е разнообразен и привлекателен, както за българския, така и за чуждестранния посетител туристически продукт, който вече се нуждае от много по-координирано и планово предлагане на туристическите пазари с целия инструментариум на съвременния маркетинг.

## **2.5. Информация за транспортна достъпност на района**

Достъпът до региона се осъществява само с автомобилен транспорт :

1. Основното пътно трасе II-86 свързва региона с вътрешността на страната по направлението « Пловдив – Чепеларе - Смолян – Рудозем/Мадан – Златоград » което вече е и **международно**, след като бе осигурено преминаване през граничното било в направлението Златоград – Ксанти, Гърция.

В направлението от Смолян към Рудозем ще бъде възможно преминаване на граничното било край прохода Елидже в близко бъдеще. Очакванията са, че след очакваната мащабна реконструкция на пътя Пловдив- Смолян – Рудозем, през следващия планов период до 2020 г., той ще се превърне в скоростна международна транспортна връзка към Северна Гърция и районите на градовете Ксанти, Кавала, Комотини, Драма, Солун...

2. Вторият по значение за туристопотока е път III-то класният в направлението “север-юг” от района на Тракийската долина през « Кричим – Девин – Смолян, или след Девин към Борино и Доспат.

3. Третият по важност за туризма в региона път III-197 е в направление “ изток – запад” : «Гоце Делчев – Доспат – Смолян – Кърджали.

4. Път III-864 : Мадан – Златоград – Подкова » , където на територията на Кърджалийска област може да се осъществи връзка с железопътен транспорт.

5. На 90 км. от областния център се намира летище Пловдив, което осигурява все по-нарастващ поток от чуждестранни туристи за региона на Пампорово

6. На 150 км от областния център отстои летище Кавала - Гърция, което до момента се е ползвало като алтернативно на летищата София и Пловдив при неподходящи метеорологични условия за обслужване на туристи за Пампорово. При отваряне на прохода Елидже това летище се очаква да играе много съществена роля като приемно за туристи от вътрешността и столицата на Гърция, както и за туристи от Израел.

## **3. Концепция за предлагания регионален туристически продукт.**

### **3.1. Маркетингово проучване и анализ на потенциала и търсенето на продукта:**

#### **3.1.1. Величина, структура, динамика.**

Според предоставените данни от **Териториално статистическо Бюро – Смолян**, туристически потенциал на региона се използва през последните години 5 г. по следния начин:

От 2006 до 2010 г. е налице тенденция към спад на посетителите и броя на реализираните нощувки с изключение на 2008 г. За този период броят на българите, **посетители региона е намалял само с 4 %**, докато този на **чужденците - с 48 %**.

Реализираните от българите нощувки през 2010 г. са по-малко с **5 %** в сравнение с 2006, докато при чуждестранните туристи намалението е над **50 %**.



## Средства за подслон и места за настаняване

Смолянска област	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Средства за подслон и места за настаняване - бр.</b>	<b>181</b>	<b>227</b>	<b>287</b>	<b>342</b>	<b>368</b>
<b>Легла- бр.</b>	<b>8652</b>	<b>9890</b>	<b>11318</b>	<b>12671</b>	<b>12952</b>
<b>Използваемост на легладенонощията - %</b>	<b>18,6</b>	<b>15,1</b>	<b>14,0</b>	<b>10,7</b>	<b>9,6</b>
<b>Реализирани нощувки - бр.</b>	<b>485021</b>	<b>465620</b>	<b>512363</b>	<b>414612</b>	<b>392534</b>
<b>в т.ч. чужденци</b>	<b>147447</b>	<b>141170</b>	<b>123470</b>	<b>91446</b>	<b>71969</b>
<b>Пренощували лица - бр.</b>	<b>178345</b>	<b>178600</b>	<b>184145</b>	<b>156361</b>	<b>156223</b>
<b>в т.ч. чужденци</b>	<b>34911</b>	<b>30506</b>	<b>26402</b>	<b>19979</b>	<b>18210</b>
<b>Приходи от нощувки - хил.лв.</b>	<b>17844</b>	<b>19460</b>	<b>18120</b>	<b>14770</b>	<b>13931</b>
<b>в т.ч. от чужденци</b>	<b>8219</b>	<b>8439</b>	<b>6627</b>	<b>5124</b>	<b>3749</b>

През 2011 г динамиката се променя в посока към увеличение, като броят на реализираните нощувки в Смолянска област за 9-месечието на миналата година нараства с 26 % спрямо същия период на 2010 г.



През 9-те месеца на 2011 г. тенденцията се променя, като броят на пренощувалите лица в региона нараства с **20 %**, спрямо същия период на 2010 г., а реализираните нощувки са се увеличили с **24 %**. В същия период значително нарастват преминалите чужденци – с **26 %** и реализираните от тях нощувки – увеличение с **43 %**.

Ето каква е и статистиката, отразяваща туристическата активност по общини през периода на 9-те месеца на 2011 спрямо 2010 г:

Общини	Девет месеци	Средства за подслон	Легла	Реализирани нощувки		Пренощували лица	
				Общо	В т.ч. чужденци	Общо	В т.ч. чужденци
Общо Област	2010	368	12841	308680	62428	116506	14986
	2011	387	12062	383110	89319	139796	18905
Брой	2011	+ 19 бр.	- 779	+ 74 430	+ 26 891	+23 290	+ 3919
%	към 2010	+ 5 %	- 6 %	+ 24	+ 43 %	+ 20 %	+ 26 %
Смолян	2010	140	4741	108104	14762	41045	4010
	2011	157	4504	149580	20759	56186	5187
	брой	+ 17	- 237	+ 41 476	+ 5997	+ 15 141	+ 1 177
	%	+12 %	- 5 %	+ 38 %	+ 41%	+ 37%	+ 29 %
Чепеларе	2010	70	4823	142574	41793	45961	8591
	2011	68	4311	149253	58798	43456	10857
	брой	- 2	- 512	+ 6 679	+ 17 005	- 2 505	+ 2266
	%	- 3 %	- 11 %	+ 5 %	+ 41 %	- 5 %	+ 26 %
Златоград	2010	15	312	9975	331	7883	201
	2011	15	312	12643	318	9529	144
	брой	0	0	+ 2668	- 13	+ 1646	- 57
	%			+ 27 %	- 4 %	+21 %	- 28 %
Рудозем	2010	6	62	346	21	277	21
	2011	5	44	756	8	394	5
	брой	- 1	- 18	+ 410	- 13	+ 117	- 16
	%		- 29 %	+ 218 %	- 40 %	+ 42 %	- 24 %
Мадан	2010	6	81	771	188	547	176
	2011	6	76	941	267	601	159
Борино	2010	13	263	1675	249	1182	98
	2011	17	314	3806	662	2128	168
Девин	2010	65	1650	28996	4595	13570	1781
	2011	64	1600	50204	7663	21671	2200
Доспат	2010	24	478	8978	27	3244	27
	2011	23	465	6465	146	2566	75
Баните	2010	27	373	6947	462	2540	81
	2011	30	378	9092	698	2965	110

Данните показват, че през 2011 г. най-много нощувки са реализирани на

територията на общините Чепеларе и Смолян – по 39 % от всички нощувки в регион, докато от чужденците най-много са нощували на територията на община Чепеларе – **65,8 %** . От близо 19 000 чужденци, които са нощували поне веднъж в региона на Средните Родопи най-много са предпочели курорта **Пампорово – 68,6 %**, следван от общините Чепеларе, Смолян, Девин – 11,6 %, Борино – 1 %, Мадан, Златоград...  
Ето статистиката за курорта **Пампорово**, където са концентрирани чуждестранните посетители:

	Деветмесечие	Ср. за подслон	Легла в експлоатация		Общо нощувки	В т.ч. от чужденци	Общо лица	В т.ч. чужденци
К.К.	2010	43	5252		155794	50280	49332	10322
Пампорово	2011	42	4584		193293	69934	53120	12972
<b>Брой</b>		<b>- 1</b>	<b>- 668</b>		<b>+ 37 499</b>	<b>+ 19 654</b>	<b>+ 3 788</b>	<b>+ 2 650</b>
<b>%</b>	<b>11 / 10</b>	<b>-1</b>	<b>- 17 %</b>		<b>+ 24 %</b>	<b>+ 39 %</b>	<b>+ 8 %</b>	<b>+ 26 %</b>
<b>2010 г.</b>				<b>13,6 %</b>	<b>заетост</b>			
<b>2011 г.</b>				<b>21,3 %</b>	<b>заетост</b>			

В почивни станции, къщи и стаи за гости през първите 9 месеца на 2010 г. са пренощували 16 % от всички пренощували в региона, а за същия период на 2011 г. делът им се е увеличил на 23 %.

**брой**

Област Общини	Деветмесечие	Места за настаняване	Легла	Легла-денонощия	Реализирани нощувки		Пренощували лица	
					Общо	В т.ч. чужденци	Общо	В т.ч. чужденци
<b>Общо</b>	<b>2010</b>	<b>208</b>	<b>2646</b>	<b>679323</b>	<b>43816</b>	<b>2053</b>	<b>18596</b>	<b>631</b>
	<b>2011</b>	<b>239</b>	<b>3318</b>	<b>812469</b>	<b>87391</b>	<b>2732</b>	<b>31984</b>	<b>839</b>
<b>Баните</b>	<b>2010</b>	<b>21</b>	<b>181</b>	<b>49403</b>	<b>3597</b>	<b>462</b>	<b>1258</b>	<b>81</b>
	<b>2011</b>	<b>25</b>	<b>214</b>	<b>56772</b>	<b>4868</b>	<b>698</b>	<b>1365</b>	<b>110</b>
Борино	2010	4	54	14742	305	-	221	-
	2011	8	90	23379	993	-	609	-
<b>Девин</b>	<b>2010</b>	<b>45</b>	<b>361</b>	<b>95556</b>	<b>4350</b>	<b>246</b>	<b>2751</b>	<b>185</b>
	<b>2011</b>	<b>45</b>	<b>347</b>	<b>89370</b>	<b>6549</b>	<b>326</b>	<b>3413</b>	<b>243</b>
Доспат	2010	17	296	73648	7918	2	2436	2
	2011	17	303	75799	4857	8	1405	8
<b>Златоград</b>	<b>2010</b>	<b>9</b>	<b>118</b>	<b>37644</b>	<b>3606</b>	<b>58</b>	<b>2859</b>	<b>46</b>
	<b>2011</b>	<b>9</b>	<b>118</b>	<b>32124</b>	<b>5186</b>	<b>45</b>	<b>3979</b>	<b>41</b>
Мадан	2010	3	27	7371	237	11	175	1
	2011	3	27	7371	362	114	212	12

Неделни о	2010	-	-	-	-	-	-	-
	2011	-	-	-	-	-	-	-
Рудозем	2010	5	33	9003	185	-	169	-
	2011	4	25	6817	321	-	236	-
Смолян	2010	74	1155	278357	17055	1255	6245	300
	2011	97	1681	385516	51720	1331	16065	332
Чепеларе	2010	30	421	113599	6563	19	2482	16
	2011	31	513	135321	12535	210	4700	93

### 3.1.2. Анкетни проучвания

**3.1.2.1. Изследване на агенцията „Алфа Рисърч,, - “Развитие на туризма в област Смолян”,** проведено с посетители в периода «април–септември» на 2003 г. Според анализа на изследването, **търсенето** на туристически продукти в Среднородопския регион има следните измерения:

#### **Цели на пътуването за удоволствие:**

- Налице е значителна разлика в крайната дестинация на пътуването в зависимост от сезона. Пампорово е основна цел за 58% от туристите през зимата, докато същият отговор през лятото посочват 16 на сто. През лятото е налице много по-голяма дисперсия в отговорите за крайната дестинация. При това тя се отнася както до населени места в региона, така и извън него (предимно около морето). **Иначе казано, през лятото Родопите се превръщат в част от по-дълъг ваканционен маршрут.**

- Водещите цели на пътуването за удоволствие са:
  - о Почивка на планински курорт – 42%
  - о Пътуване заради красивата природа – 37%
  - о Посещение при приятели и роднини – 35%
  - о Почивка на зимен курорт – 20%
  - о Каране на ски – 19%
  - о Родопска кухня и напитки – 16% и т.н.

**ИЗВОД: йерархията на целите е предпоставка за изграждане имидж на региона като място за почивка/посещение през цялата година.**

- Някои особености, характерни за отделните групи посетители:
  - о Акцент върху почивката на планински курорт и пътуване заради природата поставят предимно възрастните туристи. Те, също така, се открояват с предпочитанията си към разходките в резервати и защитени територии, културно-исторически посещения, балнеолечение
  - о Най-младите отдават приоритет на посещенията при приятели и роднини, карането на ски и атрактивни преживявания като вело и екстремн туризъм
  - о Хората на възраст 31- 40 години се отличават с подчертан интерес към почивката на зимен курорт и каране на ски
  - о Посетителите на средна възраст, най-вече се ориентират към родопската кухня и напитки, пещерен, селски и пешеходен туризъм
  - о Чужденците много повече от българите проявяват интерес към природата, пещерен туризъм, резервати, културно-исторически посещения, маршрутно-познавателен туризъм и специални прояви
  - о Налице са и разлики в зависимост от социалната група на респондентите. Така например, учащите в по-голяма степен от всички останали поставят на преден план посещението на роднини и специални прояви;

- o По подобен начин, самоопределилите се като работници наблягат повече на родопската кухня, маршрутно-познавателния и пешеходен туризъм
- o Представителите на свободни професии се открояват сред почитателите на културно-историческите посещения и селския туризъм, частните собственици – на почивката в планината, зимен курорт и карането на ски, а пенсионерите – на почивката в планината, пътуване заради природата и разходката в резервати и защитени територии
- o Интервюираните, които имат непълнолетни деца в домакинството си много повече от останалите, които поставят акцент върху ските и почивката в зимен курорт
- o Колкото по-високи са доходите на посетителите, толкова повече основна цел на пътуването им са почивката на зимен курорт и каране на ски. От останалите форми на туризъм приоритетно се интересуват туристите с по-ниски доходи. Коего не означава, че по-заможните посетители не се занимават с друго докато са в региона.

**3.1.2.2. Изследването на ПУ „ П. Хилендарски”** , проведено през 2007 г. с подкрепата на Програма ФАР по проект на РТА «Родопи» БГ2004/016-782.01.02.01 - 18. е представено в специална брошура *«Маркетингово проучване и Анализ на потребителските очаквания към туристическите продукти в пограничния регион на Средните Родопи»*.

- Според него изолираността на региона по политически и комуникационни причини е довел до непознаването му и той остро се нуждае от информация и реклама, за да демонстрира туристическия си потенциал – 67 % от гърците не са виждали реклама за родопския регион.
- По-голямата част от анкетираните гръцки потребители – 54,4 %, биха пътували в региона на Средните Родопи най-вече заради прекрасната и чиста природа , на второ място с 37 % – заради ски-ваканция и на 3-то - заради културните забележителности.
- Проучването показва, че в този регион българските потребители се впечатляват най-вече от природата – 17,3 %, доброто обслужване и отношението към туристите – 16,4 % и културата – 15,5 %. За гръцките потребители процентът на възхитените от състоянието на природата е много по-висок – 45,7 %, но те са били достатъчно впечатлени и от нивото на материалната база - 17,4 %.
- По отношение на продължителността на пътувания в родопския регион 50 % от гръцките анкетиранани биха предпочели 1-седмична почивка, а 26 % - уикенд-пътуване.
- Гръцките потребители обръщат най-голямо внимание при избор на дестинация към условията за почивка в съчетание с възможности за спорт и развлечения. Те се интересуват и от условията за пренощуване и храната, но не проявяват значителен интерес към минерални води и балнеология.

**3.1.2.3. В извършено Маркетингово проучване на МИЕТ за 2011 г.** се правят следните изводи и препоръки, които са валидни и за пазара на туристически продукти от Средните Родопи:

- Необходим е различен подход за достигането на двете целеви групи – докато за чуждестранните туристи успех ще донесе активното представяне на региона на туристически изложения и масираното предлагане на дестинацията чрез посредници, за българите би била по-успешна комуникационна кампания, която да достига пряко до потенциалните туристи.
- Налице е нова трайна тенденция по отношение на организацията – „индивидуализирането” на почивките. Индивидуализацията е феномен, който, в дългосрочна перспектива, ще променя пазара. Това означава, че е необходимо туристическите агенции да променят подхода към потребителите, за да отговорят на

променящите се модели на търсене на почивки изобщо. В по-далечна перспектива, ще бъде търсена възможността не само пътуването да се организира онлайн, но и да се „сглоби“ самостоятелно – т.е. т.нар. „customized products“.

- Необходима е активна комуникация с пазарите по отношение на специализираните видове туризъм. От една страна, за да се провокира разнообразяването на почивката и ползване на комбинирани туристически продукти, а от друга, конкретно по отношение на специализираните видове туризъм – за подобряване на разпознаваемостта на понятията.

- Намалява дела на класическите пътувания от типа „слънце, море, плаж“ за сметка на увеличаване на мобилността и честотата на пътуванията, интерес към темата „здраве и фитнес“, посещения на спортни и културни събития, посещения на приятели и роднини, приключенски пътувания, търсене на автентичност и потапяне в местната култура, нараства интереса на клиентите към околната среда и нейното опазване, налице е тенденция към „бягство“ от напрегнатото ежедневие и засилена чувствителност към качеството на живота и съхраняване на собственото здраве.

- По отношение на специализираните видове туризъм, основните фактори, които предопределят избора на дестинация са: атрактивната природа, усещането за уникалност и специално изживяване, наличието на здравни услуги, достъпността на обекта и възможността за ползване на допълнителни туристически услуги.

- И за чуждестранните, и за българските туристи, решението за почивка е ценово ориентирано. Сред чуждестранните туристи България има имидж на евтина дестинация. Този атрибут е нейна отличителна характеристика в сравнение с конкурентите.

- Рекламните форми оказват влияние върху вземането на решение за почивка, особено при по-непопулярните видове туризъм като еко и селски. Необходимо е за тези видове туризъм да бъдат разработени специализирани рекламно-информационни материали, които да удовлетворят нуждата на туристите от допълнителна специализирана информация.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** Регионът на Средните Родопи е привлекателна и позната на вътрешния пазар дестинация за **ски-ваканция, еко и селски туризъм**. Той утвърди имиджа си на дестинация, предлагаща добро качество на атрактивни цени, еднакво предпочитан както за организирани, така и за индивидуални пътувания. Регионът е по-привлекателен за почивка на хора в младежка и зряла възраст през зимата / ски и сноуборд/ и за хората от всички възрастови групи през лятото. Чуждестранните туристи познават най-вече региона, като добро място за ски-ваканция, в съчетание с вкусна кухня, съхранена природа и традиции.

### **3.1.3. Анализ на потенциала на туристическия продукт**

#### **1/ зимен туризъм**

Регионът на Средните Родопи има конкурентно предлагане на почивки за ски-ваканция в сравнение с Боровец и Банско. Двата зимни курорта в региона - Пампорово и Чепеларе – имат предимството да са по-евтини с пакетните си цени, като Чепеларе е най-конкурентен в Балканския регион в показателя «цена на лифт-услугите, настаняване и изхранване».

Към съседните пазари - Гърция, Македония и Сърбия, предлагането на почивки със зимен спорт е по-малко конкурентно в сравнение с Банско и Боровец, главно заради по-трудния транспортен достъп.

Към пазарите на Румъния и Турция конкурентоспособността на курортите в региона е съизмерима с другите два български ски-центъра.

Към пазарите на западно-европейските страни предлагането на ски-ваканция в родопските курорти е по-малко конкурентно, защото други известни ски райони (алпийските страни или също така и съответната страна) са по-близо и се смятат за по-привлекателни.

Към пазарите на Русия конкурентоспособността за почивка в Средните Родопи е добра, заради относително равнопоставения транспортен достъп

/ самолет и автобус за организирани туристи/ и доброто съотношение цена/качество на потребяваните услуги. **Най-много нощувки са реализирали туристите от Великобритания – 34,5 %, Ирландия – 10,25 %, Русия – 9 %, Израел – 8,6 %, Турция – 6,5 %, Гърция – 5 % , Сърбия и Румъния – с по 3,4 % .**

**Брой НА РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ ОТ ЧУЖДЕНЦИ :**

<i>Страни</i>	<b>Деветмесечие</b>			
	<b>Средства за подслон</b>		<b>В т.ч. хотели</b>	
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>
	<b>62 428</b>	<b>89 319</b>	<b>60 372</b>	<b>86 587</b>
<b>Великобритания</b>	<b>20895</b>	<b>30822</b>	<b>20495</b>	<b>30342</b>
<b>Ирландия</b>	<b>7802</b>	<b>9161</b>	<b>7786</b>	<b>9161</b>
<b>Русия</b>	<b>7919</b>	<b>7982</b>	<b>7646</b>	<b>7813</b>
<b>Израел</b>	<b>4765</b>	<b>7643</b>	<b>4696</b>	<b>7603</b>
<b>Турция</b>	<b>2001</b>	<b>5805</b>	<b>1947</b>	<b>5062</b>
<b>Гърция</b>	<b>4270</b>	<b>4537</b>	<b>4097</b>	<b>4382</b>
<b>Румъния</b>	<b>1807</b>	<b>3007</b>	<b>1388</b>	<b>2955</b>
<b>Сърбия</b>	<b>1919</b>	<b>3006</b>	<b>1919</b>	<b>2970</b>
Германия	1131	1440	1053	1389
Франция	976	1383	882	1028
Украйна	420	1151	389	1039
САЩ	987	672	973	651
Австрия	964	562	944	546
Македония	823	661	684	610
Италия	419	611	383	563
Испания	540	374	536	361
Австралия	540	323	524	319
Белгия	252	301	230	277
Дания	372	222	368	190
Полша	224	363	203	342
Нидерландия	203	226	165	217
Чехия	164	295	146	290
Швеция	167	123	167	123
Унгария	77	232	71	224
Финландия	22	177	22	177
Други	2363	7759	2276	7509



## **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

- За практикуване на зимен туризъм в региона има много дадености – добра обща и специализирана материална база, разнообразни по категоризация и цени настанителни бази и места за хранене и развлечения.
- за разкриване на потенциала е необходима гъвкава ценова политика за настаняване, изхранване,
- резерви има в повишаване на ниво на обслужване, условията за обучение на начинаещи скиори и сноубордисти...

### **2/ Потенциал за летен туризъм**

Пътуванията в Средните Родопи са се превърнали в традиционен начин на почивка през лятото в последните 20 години за много българи. Съчетанието от пешеходни преходи, селски и еко-туризъм, досегът с културата и традициите формират своеобразен туристически продукт за района и се оценява, като конкурентноспособен в сравнение с предлагането в други части на страната.

Притегателни не само за български, но и за все повече чуждестранни туристи са популярните природни забележителности: Чудните мостове, Триградското и Буйновските ждрела, Орфеевите скали, пещерите Ягодинска, Ухловица и Дяволското гърло. В региона са социализирани множество екопътеки към природни забележителности и защитени местности: «Струилица» край Девин, «Невястата – Турлука» и «Каньона на водопадите» край Смолян, «Киселчовски водопади» край с. Могилица, «Белите камъни» край с. Старцево, Златоградско, « Съдилището» и «Мочура» край Рудозем.

В общия туристически продукт са атрактивните обекти по поречието на р. Горна Арда: извора на реката, вр. Ком и Светилището, Орфеевите скали, местността Гераница, Чудните мостови, Триградското ждрело, Ягодинската пещера и пещерата Ухловица, Хайдушки поляни, Златоградския ареален комплекс, Кристалната зала в Мадан, Агушевите конаци и селището-резерват Широка лъка, крепостните останки «Калето» край Смолян и с. Кошница, «Козник» край Рудозем, «Момчилова крепост» до с. Градът, както и част от «Римския път» над с. Орехово. Цел за много от пътуващите в региона са Планетариумът в Смолян и НАО «Рожен».

Привлекателно за туристите е и запазеното културно-историческо наследство в региона. Познати за туристите са десетките музеи и църкви, строени в XIX век. Към традиционните обекти съсредоточени най-вече в общинските центрове Чепеларе и Смолян през последното десетилетие особено атрактивни за посещение на туристи са и тези в **Златоград**, който се утвърждава, като нова туристическа дестинация с богатата си култура и многовековна история. Първото килийно училище, поставило началото на просветно - образователното дело в Родопите, се намира в Златоград. Тук е открит и най-стария писмен паметник от Родопското Възраждане - „Златоградски писмовник“ (датиращ от 1852г.), който е без свой аналог сред откритата досега възрожденска книжнина в България. Тук се намира и една от най-старите църкви в Родопите "Успение Богородично"- построена през 1834 година, според преданието, само за 40 ноци.

В архитектурния резерват известен като "Старият град" има изграден Етнографски ареален комплекс, който представлява една експозиция „на живо“ - няколко улици с обитаеми къщи в традиционен архитектурен стил и реставрирани занаятчийски работилници. Някои от къщите са превърнати в приятни кафенета и ресторанти. Много интересни са работилниците, представящи традиционни занаяти. Воденицата е един от най-атрактивните обекти, включващ три съоръжения - валявица, тепавица и воденица-караджейка.

Към настоящия момент в региона на Средните Родопи съществуват десетки добре поддържани пешеходни туристически маршрути с актуализирана маркировка и благоустрояване - места за пикници, панорамни площадки, заслони, беседки, покрити скамейки, чешми и дори тоалетни. Тези маршрути са концентрирани около зони със статут на защитени територии, природни забележителности и феномени и правят достъпно за природолюбителите от България и Западна Европа богатото биоразнообразие на региона...

Традиционните допреди 10-на години «екскурзионни летувания» по маркираните пътеки в планината и нощувки в хижите на региона значително са намалели и все пак се търсят на вътрешния пазар:

Област Общини	Деветмесечие	Туристически хижи	Легла	Реализирани нощувки		Пренощували лица	
				Общо	В т.ч. от чужденци	Общо	В т.ч. чужденци
<b>Общо</b>	<b>2010</b>	<b>14</b>	<b>814</b>	<b>15702</b>	<b>3</b>	<b>7391</b>	<b>3</b>
	<b>2011</b>	<b>13</b>	<b>770</b>	<b>11515</b>	<b>-</b>	<b>7413</b>	<b>-</b>
Баните	2010	1	20	550	-	125	-
	2011	1	20	463	-	176	-
Борино	2010	1	42	316	3	242	3
	2011	1	42	458	-	352	-
Девин	2010	2	132	1676	-	1619	-
	2011	2	132	1382	-	1382	-
Смолян	2010	4	192	1684	-	1466	-
	2011	3	148	3669	-	2686	-
Чепеларе	2010	6	428	11476	-	3939	-
		6	428	5543	-	2817	-

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** Туристическият продукт на региона през летния сезон има значителен, но все още недостатъчно разкрит потенциал, към който трябва да се насочат съвременни маркетингови инструменти, за да се постигне увеличаване на продажбите.

#### 3.1.4. Анализ на търсенето на туристическия продукт

- **търсене на вътрешния пазар:**

Според направеното от Алфа-рисърч изследване на *“Развитието на туризма в Смолянския регион”* имаме следния социално-демографски профил на “нашия” турист: възраст до 50 г., служител, представител на свободни професии, собственици на фирми, високообразовани и с високи доходи спрямо средното за България. Потребителите на туристически продукти от региона на Средните Родопи са главно жители на София –

36 %, областните градове или на някой друг от областните центрове в Южна България и гр.Варна.

Българите нямат практика да закупуват предварително пакет. Делът на организиралите почивката си чрез посредник е около 10 на сто за всички сезони. За организацията на почивката си българите използват предимно неформални източници

на информация, наред с класическото представяне на възможности за туризъм чрез брошури, дипляни, постери. Интернет е все по-популярен като източник на информация за българите. Увеличава се търсенето на продукти съчетаващи елементи на балнеология, културно-познавателен и рекреационен планински туризъм.

Необходими са целенасочени усилия за популяризиране на по-специфични обекти и комплексни туристически пакети, предлагащи няколко различни вида преживявания: пешеходене с културно-историческо наследство, екотуризъм с настаняване в селска среда, балнеология с посещения на природни феномени, ски-ваканция с посещения на пещери и обекти на културно-историческото наследство.....

В последните години е налице значително нарастване на броя на индивидуално пътуващите българи, които потребяват един по-интегриран туристически продукт.

Наблюдава се и тенденцията на скъсяване на дните за пътуване не само през летния сезон, но и през зимата. Все повече са туристите, които идват от близките областни центрове за пързалане със ски и сноуборд по пистите на Пампорово и Чепеларе без да консумират на място храна и напитки и без да остават да ношуват в курортите. Пред туристическия бизнес стои задачата да преосмисли предложенията си към туристите и да ги съобрази с нагласите към по-кратки почивки.

Търсенето на продукти на планинския туризъм в България вече е силно конкурентен, тъй като във вътрешността на страната има много дестинации, предлагащи подобни продукти: районът на Банско, Боровец, Западна и Централна Стара планина, Подбалкана...

Така например от втори по известност и предпочитание за ски-ваканция от българския турист преди 10 години, днес Пампорово е на 3-то място след Банско и Боровец. Лек спад има и сред организираните туристи, посещаващи региона за запознаване с неговата култура, традиции и наследство, което се обяснява с икономическата криза през последните 2-3 години.

Като място за пешеходен туризъм регионът на Средните Родопи продължава да заема 3-то място след Рила и Пирин. Но като предпочитано място за селски туризъм той е водеща дестинация в България.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

- Конкуренцията в предлагане на зимен туризъм на вътрешния пазар е изострена и търсенето е доминирано от ценовите равнища на основната услуга – ползване на лифтови съоръжения
- Зимният туризъм в региона е сравнително конкурентен на българския пазар спрямо Банско и Боровец.
- Културно-познавателният туризъм в региона е по-малко конкурентен в сравнение с други региони на страната.
- Селският и еко-туризмът са високо конкурентни спрямо другите региони в страната
- СПА и балнео почивките са по-малко конкурентни в сравнение с водещите дестинации Велинград, Хисаря, Сандански и др.,.
- Предлагането на туристически услуги в цялото им многообразие от региона на Средните Родопи трябва да бъде подчинено на обща Стратегия и План за нейната реализация в следващите 5 години, за да се осигури ефективен маркетинг на регионалния туристически продукт.

### **• търсене на чуждестранните пазари**

На чуждестранните пазари се търсят два основни продукта от региона – зимен в Пампорово и Чепеларе и летен в целия регион. Чужденците използват повече на брой и по-разнообразни информационни източници за вземане на решение за туристически пътувания. Доминиращият източник за чужденците е туристическата агенция. Не трябва обаче да се подценяват и неформалните канали (близки и познати), както и

значението на предишния опит. Чужденците, много по-често от българите, ползват интернет като източник на информация, и то през всички сезони. За тях това е един от най-подходящите комуникационни канали.

Във всички външни пазари три аспекта особено ясно определят имиджът на региона:

- "добри и изгодни цени, съответно евтина туристическа дестинация" , - -
- "усещане за гостоприемство при обслужването "
- "добри условия за каране ски".

При начина на организация на почивката чуждестранните туристи обикновено използват посредник при уреждането на ваканцията си – туристическата агенция. Тя се възприема най-вече като гарант за осъществяването на почивка, според предварително обявените условия. Делът на ползващите пакетна услуга е най-висок през зимата – достига до 88 на сто, и сравнително по-нисък през останалите сезони – 48%.

Курортът Пампорово е известен в някои европейски страни като един от най-слънчевите за ски-ваканция и много удобен за ски-обучение. Тези продукти са добре познати в Ирландия, Великобритания, Гърция, Русия, а по-малко в Турция, Франция, Македония, Сърбия, Румъния, Украйна, откъдето идват както организирани, така и индивидуални туристи.

Страни	Деветмесечие			
	Средства за подслон		В т.ч. хотели	
	2010	2011	2010	2011
<b>Общо</b>	<b>14986</b>	<b>18905</b>	<b>14352</b>	<b>18066</b>
Великобритания	3386	4975	3284	4871
Гърция	2271	2096	2179	2029
Израел	1420	1680	1393	1652
Русия	1395	1374	1346	1338
Ирландия	1229	1360	1225	1360
Турция	531	1265	502	1148
Франция	531	739	466	522
Румъния	412	693	355	671
Германия	474	592	431	566
Сърбия	379	498	379	486
Австрия	311	273	297	261
Испания	320	219	316	207
САЩ	250	192	240	173
Италия	188	241	174	217
Македония	174	128	153	118
Украйна	102	221	97	204
Белгия	100	175	82	153
Полша	116	130	107	117
Нидерландия	85	111	79	106
Дания	104	62	100	49
Други	987	1867	960	1831

Ваканция по пистите на връх **Мечи чал край Чепеларе** се търси от чуждестранни туристи по-осезаемо в последните 5 години, след като бе модернизирано лифтовото стопанство и бяха добавени нови писти в района. Ски-ваканция в Чепеларе е предпочитана за неорганизираните туристи от съседните балкански страни и Русия. В последните 20 години вече **се търсят летни туристически продукти** от региона на Родопите и на чуждите пазари: Израел, Франция, Холандия, Великобритания, Германия, Испания, Русия, Дания, Швеция, Швейцария. Проникването на тези пазари се извършва от малки български туроператорски фирми в партньорство с утвърдени чуждестранни туроператори. Количеството на чуждестранни туристи в региона извън зимния сезон все още е доста по-малко, спрямо възможностите на бранша да посрещне и обслужи такива клиенти.

Над 95 % от чуждестранните туристи пътуват в региона организирано. Като член на ЕС пътуването към България е свободно, като очакванията за нейното приемане в Шенгенската зона са за 2012 г. Тогава достъпът до региона на Средните Родопи от съседна Гърция ще бъде още по-лесен и неговите пазарни предимства – природно съхранен, интересен с обичаите и традициите си, евтини цени на продуктите и услугите – ще могат да се реализират в по-голяма степен.

### **ЗАКЛЮЧЕНИЕ:**

- въпреки силната конкуренция на европейските курорти зимният продукт на региона има свой сегмент за отстояване.
- предлагането на продукти за ски-ваканция в региона се нуждае от по-добра координация, партньорство между отделните стопански субекти и доставчиците на основната услуга, за да се повиши ефективността на продажбите.
- въпреки изострената конкуренция от предлагане на продукти за «зелен туризъм» в Европейските страни, регионът има добър потенциал за налагане на собствения продукт на някои чужди пазари.
- има потенциал за увеличаване на притока на туристи през всички сезони в съчетание с предлагане на СПА –процедури .
- Предлагането на туристически услуги в цялото им многообразие от региона на Средните Родопи трябва да бъде подчинено на обща Стратегия и План за нейната реализация на подбрани външни пазари в следващите 5 години, за да се осигури ефективен маркетинг на регионалния туристически продукт.

## **3.2. Обосновка за предлагания регионален туристически продукт:**

### **3.2.1. Принос на продукта за икономическото развитие на района**

В туристическата индустрия на Смолянска област през 2009 г. са развивали дейност 668 хотелски и ресторантски обекта, а през 2010 г. техният брой нараства до 696. През 2010 г. нетните приходи от продажби в икономиката на Смолянска област са **1 212 406 000 лв.**, от които в хотелиерство и ресторантьорство са реализирани **40 287 000 лв.** Това е дял от 3,3 % на преките туристически приходи в областната икономика, към който трябва да се добавят и обемите от съпътстващите стопански дейности, за които няма точна методика на пресмятане. През 2011 г. дялът на туризма остава в същите пропорции – 3,4 % от общия обем на нетните приходи от продажби. Подобни са и икономическите параметри за обемите от туристическите предприятия в отделните общини, с изключение на Смолянска и Чепеларска, където туристическият дял нараства до 5%, съответно 6 %. Значението на туристическия бизнес не се изчерпва само с доходите, които носи за заетите в отрасъла, а и за всички други, ангажирани в съпътстващи дейности: производители на храни и напитки, транспортни, ски-училища, комуникационни и енергийни фирми, доставчици на вода и нейното пречистване, търговци, банкови институции и доставчици на различни други услуги. Тъй като туризмът като бранш, е силно интегриран с много други стопански отрасли, той е

силно зависим от действията или бездействията на държавните власти и институции, местни власти, образователни и културни институции.

Статистиката сочи, че приходите от основни услуги в туризма за Смолянска област са в следните размери за годините от 2006 до 2010:

Приходи от нощувки - хил.лв.	17 844	19 460	18 120	14 770	13 931
в т.ч. от чужденци	8 219	8 439	6 627	5 124	3 749

### 3.2.2. Сезонно и териториално разпределение на туризма в региона.

Предлагането на туристически продукти от региона на Средните Родопи е в зависимост, както от фактора «сезони», така и от различната степен на развитие на дестинациите в него. Въпреки положените усилия за «удължаване» на зимния сезон и предлагане на все по-разнообразни пакети през междинните сезони резултатите не са задоволителни.

Необходимо е да се разработят и популяризират на пазара нови продукти, обхващащи по-голяма част от региона, които биха спомогнали за диверсифицирането на продукта и пазара. Предлагането на нови туристически пакети, включващи по-малко познати обекти и атракции от териториите на общините-партньори биха повлияли положително върху по-равномерното териториално и сезонно разпределение на туризма. Поради разнороден характер на туристическия бизнес това може да бъде постигнато най-успешно, чрез съвместни действия, базирани на партньорство, каквото ще се опитат да демонстрират партньорите, ако получат подкрепата на настоящото проектно предложение..

#### 3.2.2.1. Сезонност в потреблението на туристически услуги

В Средните Родопи има два ясно изразени Сезона за потребление на туристически продукти – **зимен и летен**, когато през региона преминават 80 % от посетителите.

През зимния сезон най-търсен е продуктът «ски-ваканция» по склоновете на върховете Снежанка и Мечи чал, който е привлекателен за туристи от нашата страна и от чужбина. Така например през зимата на 2009 г. в **Пампорово** са пренощували 18 110 българи, а 10 810 - чужденци.

През 2010 г. са пренощували 29 300 лица, от които чужденците са 8 323.

Разпределението на туристите в отделните сезони е с превес към зимния – 34 % от посетителите в Смолянска област са нощували през I-вото тримесечие, 25,4 % - са през IV-то, когато започва зимата, 24,6 % са през III-то и 20,6 % през II-то тримесечие. Можем да направим **извода, че по около 40 %** от туристите са били в региона през **зимата и през лятото**, а останалите 20 % са в преходните сезони. **Продължителността на престоя** на туристите е най-голяма през **зимния сезон – около 40 %** от всичките реализирани нощувки през 2010 г., докато през **лятото са реализирани около 30 %**. През летния сезон се предлага цялата палитра от възможности на региона: културно-познавателен, пешеходен, селски, балнеоложки, екотуризм. Много често предлаганият туристически продукт е миксиран и съдържа елементите на почти всички изброени по-горе видове.

Туристически продукти, предлагащи запознаване с традициите на родопската кухня и бит, културно-историческото наследство, природните забележителности, СПА и балнео-процедури успешно се предлагат на вътрешния пазар и през останалите два годишни сезона – пролет и лято. Уикендните и празнични пътувания на индивидуални туристи през цялата година заемат съществен дял в продажбите на туристически пакети в региона. Затова можем да направим заключението, че туристическият продукт на Средните Родопи се консумира най-вече през двата активни сезона на годината. На тях се падат 80 % от приходите от нощувки. Можем да предположим, че и за другите

приходи – от храна и допълнителни услуги – съотношението се запазва. Това налага изводът, че е наложително да се концентрират ресурси за привличане на повече туристи през междинните сезони, на които да се предложи по-голямо разнообразие от атракции и услуги, за да се увеличи използваемостта на материалната база и приходите за местния бизнес.

### **3.2.2.2. Териториално разпределение на туризма в региона.**

Точно половин век вече в Пампорово се предлага ски-ваканция през зимата, а близо 80 години летен отдих през горещите месеци. Поради провежданата държавна политика за развитие на стопанския туризъм, насочен към външните пазари и отдиха на български граждани през периода от 60-те до 90-те години на XX век в курорта е концентрирана по-голямата част от базата за настаняване и изхранване в региона. Началото на XXI – ви век бележи нов бум в предлагането на туристическа база в Пампорово, която се разраства неколкостранно в различни по големина и категоризация хотелски обекти.

Така към 2011 г. в Пампорово броят на категоризираните бази за настаняване на туристи достига 100 бр. с общо близо 5000 легла в експлоатация. Това означава, че 42 % от базата за настаняване в региона на Средните Родопи е съсредоточена в курорта Пампорово, докато предполагаемият брой на заинтересованите бизнес-единици от просперитета на туристическия бизнес е с друга пропорция: около 14 % са концентрирани в Пампорово, а останалите са в региона.

От четири десетилетия класическите лятно-зимни продукти се обогатяват с допълнителни, които са предпоставка за териториално преразпределение на туризма в региона на Средните Родопи. Построен е най-големият в страната Планетариум в Смолян, пак там е въведена в експлоатация новата сграда на РИМузей, а в Чепеларе е създаден Музеят на родопския карст. Построена е НАО «Рожен» в едноименната местност между Чепеларе и Смолян, реставрирани са образци на възрожденската архитектура в Широка лъка, с. Могилица, Златоград, Смолян. Благоустроени са пещерите Дяволското гърло – Триград, Ягодинската -край едноименното село и Ухловица край с. Кошница. Построени са балнеолечебни заведения в Девин и с. Баните.

Частната инициатива в съчетания с множество реализирани проекти в подкрепа на туризма през последните 20 години доведе до появата и на нови локализации, които съчетават възможности за нощуване и хранене в непосредствена близост до атракции и възможности за развлечения. Така на картата на региона се утвърждават нови туристически селища: Момчиловци, Могилица, Арда, Смилян, Златоград, Езерово, Елховец, Пловдивци, Орехово, Хвойна, Проглед, Триград, Ягодина, Забърдо, Полковник Серафимово,....

Благодарение на богатите природни дадености, културно-историческо наследство, живи традиции, специфична родопска кухня и предприемачески дух в селища без катастрофални миграционни процеси, стана възможно към пързаляне със ски по склоновете на върховете Снежанка и Мечи чал да се прибавят много нови елементи и туристическите посещения да се разпределят по-равномерно върху картата на целия средно-родопски регион.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** За постигане на още по-широко разпределение на туристическото предлагане, наред с постигнатата диверсификация на продукта е необходимо интегрирано управление и съвременен маркетинг на дестинациите в този регион. Нложително е да се приложат модерни техники и средства, осигуряващи ефективна туристическа информация и маркетинг, които да привлекат туристите и в най-отдалечените и неизвестни локализации, където ги очакват нови емоции и преживявания.



### **3.2.3. Увеличаване броя на посетителите и продължителността на техния престой**

Богатият туристически потенциал на региона, основаващ се комбинацията от красива и разнообразна природа, природни феномени, отлични климатични условия, минерални извори, хилядолетно културно-историческо наследство, автентични занаяти и обичаи, вкусна храна и автентични напитки, наред с неизменното характерно гостоприемство на родопчанина са предпоставка за създаването на атрактивни туристически продукти и привличане на вниманието на различни целеви групи, както на вътрешния, така и на чуждестранните пазари.

Въпреки тези дадености, данните за изминалите години показват, че броят на посетителите в региона на Средните Родопи е много далече от възможностите за тяхното обслужване. Така например през 2009 г броят на нощувките е **414 612**, през 2010 г. – **392 534**, а през 2011 г – **383 110**, за **9 м.** Тенденцията на намаление се обяснява най-вече с настъпилата икономическа криза.

Годишите на инвестиране увеличиха значително базата за настаняване на туристи в региона, като от 8 652 през 2006 г. **леглата** в Смолянска област нарастват на над **13 000** бр. Това нарастване на легловия фонд съпътствано в същия период от намалението на реализираните нощувки очертават значителен спад в средногодишната му заетост: от 18,6 % на 9,6 % през 2010 г. Тази негативна тенденция е прекъсната през 2011 г., когато броят на нощувалите туристи за 9-те м. са се увеличили със 74 430, което е с **24 %** повече от същия период на 2010 г. Дали това е сигнал за излизане от икономическата криза, или се дължи на промененото данъчно законодателство в туризма!?

Статистиката показва, че един посетител е нощувал в региона средно 3 нощи, което е далече от потенциалните възможности за потребление на регионалния туристически продукт. Защото наличното разнообразие от туристически продукти в региона е добра предпоставка за увеличаване, както на броя на посетителите, така и за увеличаване на продължителността на техния престой.

За да се случи това са необходими много координирани действия за преодоляване на съществуващите слабости, които в **SWOT-анализа на туризма в Смолянска област** са посочени още в 2002 г. и все така не са преодоленени:

- **подобряване на техническата инфраструктура и достъпът по основната пътна артерия Пловдив – Чепеларе, с обход на централната част на града - Смолян, както и продължението ѝ към Рудозем – Ксанти в Гърция**
- **повишаване на качеството на туристическото обслужване**
- **подобряване на маркетинга на региона и неговите локализации**

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** Увеличаване на броя и продължителността на престоя на туристите може да се постигне със стимулиране на местна инициатива в отделните локализации, с обогатяване на предлагането, разкриване на нови атракции и инициране на интересни за посетителите събития по отделните локализации. И докато за някои дейностите, насочени към преодоляване на хронични слабости се изискват концентрирани ресурси на национално ниво или зависят от поведението най-вече на бизнеса, то за ефективния маркетинг на региона са необходим значително по-малко и по-лесно достижими условия: от една страна единомислието на местните власти, бизнеса и НПО-сектора, изразени в обща стратегия и план за действие, а от друга - финансови ресурси за изпълнението на такъв план.

### **3.2.2. Генериране на приходи за туристическия район**

Обемът на приходите във всеки регион зависят от много фактори: привличане на по-платежоспособни туристи, диверсификация на предлаганите продукти, повишаване на качеството на обслужване и не на последно място – ефективен маркетинг.

В региона на Средните Родопи през последните пет години бяха създадени добри условия за генериране на повече приходи. Въведени са в експлоатация **6** четири-

звездни и 5 пет-звездни хотели, увеличи се броят на пистите, модернизирани са лифтовете, изградени са системи за изкуствено заснежаване и в двата ски-центъра - Пампорово и Мечи чал. Построени са по-висококатегорийни хотели и в други локализации, извън двата курортни центъра Пампорово и Чепеларе: в Златоград, Девин, Широка лъка, Могилица, Триград, Стойките. Създадени са нови атракции на основата на съхранените уникални природни дадености в региона, проучени и реставрирани са обекти на културния туризъм: Момчилова крепост край с. Града, Калето над Смолян, Козник край Рудозем..... Обогати се предлагането на допълнителни услуги с проникване в необлагородени пещери, конни бази, моторни шейни и АТВ-та, нови културни събития в различните локализации...

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ:** Цялото това богато предлагане се нуждае от ефективно регионалното сътрудничество, за да катализира усилията на по-слабо развитите дестинации към привличане на туристи и генериране на повече доходи от тях. По-успешният маркетинг може да увеличи, както броя на посетителите от България, така и привличането на повече и по-платежоспособни туристи от чужбина. Ефективният маркетинг е подходящ инструмент и за увеличаване на продължителността на престоя на туристите в региона, което ще допринесе за увеличаване на приходите.

#### 4. Описание на проведеното широко обсъждане със заинтересованите страни -

##### 4.1. Обсъждане на Проекта за Концепция в Смолян

Проектът за Концепция за развитие на туристическия продукт на регион «Средните Родопи» бе представен за обществено обсъждане на 10.02.2012 г. от 16 ч. в зала 211 на Община Смолян. В обсъждането, което продължи 2,5 ч. се включиха представители на хотелиерския и ресторантьорския бизнес, на туристически сдружения и местен туроператор, на експерти от общинските администрации - Смолян, Чепеларе, Златоград и Рудозем. Проектът за Концепция бе представен от изпълнителния директор на Регионална туристическа асоциация «Родопи» Георги Пампоров. В дискусиата се включиха:

- **Данчо Киряков** - бизнесмен, общински съветник: предлагам да се посочи специалната роля, което играе Средното музикално училище в Широка лъка за популяризиране на региона и неговия фолклор. Да се предвиди обогатяване на туристическото предлагане с възможности за обучение по народни танци, родопски песни и музика за туристи най-вече от чужбина в базата на училището. Бихме могли да ползваме потенциала му за презентации на региона, чрез нарочни спектакли в столицата.

- **Иван Макрелов** – хотелиер, председател на СРХР в Смолян: да се подчертаят още повече в Концепцията отличните възможности за лов и риболов в региона . Да се организират спортни турнири през горещите летни месеци в прохладния Смолян, като предпоставка за привличане на нови посетители в региона. Да се заплати, ако е необходимо, но да се ползва възможността за популяризиране на региона и информиране на клиентите ни, чрез метеорологичните сводки на Б Н Телевизия или друг национален канал.

- **Росена Милушева** – хотелиер: Изготвена е много добра картина на родопския туризъм и са посочени правилно начините за неговото подобряване. Да се обърне повече внимание в бъдещата маркетингова стратегия на съседните балкански пазари. Бих помогнала за изготвяне на нови туристически пакети с включване на повече преживявания, свързани с родопската музика, танци, традиции, история и специфичната ни кухня.

- **Съби Маданков** – ресторантьор, председател на СХРТ в Чепеларе: подкрепям намерението за създаване на нови туристически пакети, които да обогатят предлагането, имаме много интересни услуги, но те трябва по-примамливо да се «упаковат» и по-провокиращо да се поднесат на потенциалните ни клиенти в страната.

Задължително да се издаде имиджова Брошура на региона, която да илюстрира нашия продукт, както и специална Брошура за пешеходен туризъм с актуалните маркировки по всичките пътеки в региона, а не както е сега на парчета в отделните общини

- **Никола Дамянов** – историк: Бихме могли да работим заедно за композиране на нов продукт, свързан със древни светилища и светини на различните религии, присъствали в региона през отделните епохи. Нашето дружество може да предостави Археологическа карта на региона, която да ориентира бъдещи туристически маршрути през планината, която е християнска, без граници от 4-ти век. Сега имаме възможност да свържем Родопите със света чрез нейното богато историческо наследство, част от което туристите виждат в Регионалния исторически музей, където са събрани доказателства за 12 000 години непрекъсван живот в планината...

- **Таня Марева** – директор на РИМ « Ст. Шишков » : Нашият музей е уникален със 100-те чана, глинени съдове от преди 7 000 г., тракийски шлем, костюми от различни времена и хиляди експонати, представящи преминалите епохи в Родопите по неповторим начин. Бихме могли да подпомогнем композирането на един нов туристически продукт, базиран на Родопската песен и гайда.

- **Брахим Чернарев** – хотелиер, с. Пловдивци, председател на Съвет по туризъм в Рудозем : Подкрепяме усилията на общините и туристическата асоциация да направят подходящ проект и да помогнат с нови реклами за популяризирането на рудоземския край, който все още е непознат за туризъм, но има много запазена природа и гостоприемство в нашите бази за спане и хранене. Нека заедно насочим повече туристи към граничния район, който има с какво да заинтересува туристите и от съседна Гърция и от нашата страна.

- **Даниела Сивенова** – експерт «Туризъм» в Об.Чепеларе: В Концепцията трябва да се акцентира в по-голяма степен на ролята и значението на зимния туризъм за бъдещия прогрес на целия регионален туризъм. В рекламните материали да присъстват равнопоставено двата основни вида туризъм в региона, а регионалния туристически продукт да се представя с утвърденото вече рекламно лого: « Родопите – гостоприемство в четири сезона »

#### **4.2. Обсъждане на Проекта за Концепция в Чепеларе**

На 24.02.2012 г. от 13,00 ч. в заседателната зала на община Чепеларе бе проведено второ обществено обсъждане на проекта за Концепция, в което участваха представители на туристическия бранш от града и селата Хвойна, Орехово, Богутево, Проглед, на туроператорската фирма

« Одисея – Ин » - София, изпълнителният директор на «Чепеларе курорт»АД, специалисти от общинската администрация. Проектът за Концепция бе представен от изпълнителния директор на РТА Родопи Георги Пампоров. В дискусиата участваха:

- **Любомир Попйорданов** - управител на туроператорската фирма

« Одисея – Ин » - София: Моята лична оценка за дестинация Чепеларе, като част от региона на Средни Родопи е, че са налице значими стари предизвикателства и много нови възможности. Трябва да се работи по изграждане на новата визия на Чепеларе като продукт и като бранд, която обаче не може да се случи без един широк обществен консенсус, в рамките на обществено обсъждане, при участието на всички заинтересовани бизнеси, които трябва реално да заработят като неформален клъстер и заедно да създадат синергийна среда. Една платформа от рода на «ЧЕПЕЛАРЕ - ЗЕЛЕНАТА ВРАТА КЪМ РОДОПИТЕ», в която има място и за изисквания към опазване на пейзажа и към архитектурата. Зелено значи законно! Идеите, които могат и трябва да се реализират в тази дестинация, според мен са:

- ПРИКЛЮЧЕНСКИ ПАРК

- УЛЕЙ ЗА ЛЕТНИ ДЕТСКИ ШЕЙНИЧКИ

- СОВАЛКОВ ТУРИСТИЧЕСКИ ТРАНСПОРТ хибридни или електрически малки автобуси

- СНЕГОХОДКИ в ски-гардеробите - и да се развие като продукт!
- СЕЛОТО ГОСТУВА НА НАШИЯ ГРАД

- **Съби Маданков** – ресторантьор, председател на СХРТ в Чепеларе: важно и задължително е създаване на нови туристически пакети, които да включват не само Чепеларе, а целия регион. Усилено трябва да се работи за останалите месеци от годината, извън зимата. Сега съществуват установени партньорски взаимоотношения. Те са се наложили от спецификата на туристическите продукти, които посетителите в региона потребяват, независимо от тяхната основна локализация.

- **Георги Костадинов** – зам. Кмет на община Чепеларе: Концепцията представя една пълна картина на нашия туристически продукт от раждането му в Чепеларско до днешното му състояние. Потенциалът му е значителен и статистиката ни илюстрира, какви са неоползотворените възможности. Трябва много да работим всички – местни власти и бизнес, за да подобрим заетостта на базата, а от там и състоянието си. Затова подкрепяме партньорството, което изградихме и ако проектното предложение получи подкрепата на програма «Регионално развитие» ще можем много да си помогнем за реклама и промоция на нашите възможности и повишаване на доходите на населението в нашите общини.

- **Павлина Кърнева** – с Орехово, собственик на самостоятелни стаи «Конака»: Подкрепяме усилията на общините да помогнат с нови реклами за популяризирането на нашия край и развитието на селския и екологичен туризъм. Така се създава устойчив поминък в малките населени места и нашите усилия да създадем уютни и привлекателни места за посрещане на туристи няма да отидат на халост...

- **Петрана Калинова** – хотелиер и председател на Съвет по туризъм в Орехово: Ние в Орехово сме се сдружили отдавна, за да сме по-силни на пазара. Затова ще се радваме, ако това начинание за мащабна, модерна реклама успее и така бъдат насочени повече туристи в нашите села. Познавателните възможности и те точно са представени в презентацията, така искаме да ни рекламирате навсякъде с нашите природни красоти и забележителности, с нашите песни и специалитети и с нашето постоянно гостоприемство към туристите...

## **5. Предложения за по-успешен маркетинг на дестинацията:**

### **5.1. Ефективни съвременни средства и техники за достигане до туристическите пазари.**

Съвременният маркетинг задължително трябва да включва целия инструментариум на глобалните възможности за комуникация – интернет пространството. Затова и продажбата на туристическия продукт на региона трябва да се извършва като се ползват следните инструменти на съвременния маркетинг:

- модернизирани на интернет-страницата [www.rodopi-bg.com](http://www.rodopi-bg.com)
- внедряване на игри с награди, за привличане на вниманието към региона
- активни банери с реклами на регионалния продукт в специализираните интернет-страници, администрирани от МИЕТ, ПКСС, НИХМ и др.
- Регистриране на Лого и Знак на туристически регион „Средните Родопи”
- целенасочени действия за инициране на нови, атрактивни събития в отделните туристически селища, за привличане на посетители.
- По-атрактивни и по-мащабни изяви на туристическите форуми в България за промоция на регионалния продукт
- Прецизиране и по-атрактивно участие на регион „Средните Родопи” на чуждестранни туристически борси в следните страни: Румъния, Турция, Сърбия.
- Подготовка на пълен набор от печатни рекламни произведения, представящи туристическия продукт на Средните Родопи: две брошури, за сезон „зима” и сезон „лято” на различни чуждестранни езици; Пътеводител „Средните Родопи”, Карта с маркирани маршрути и екопътеки, Плакат, илюстриращ миксирания туристически

продукт на региона, Листовки, с отделните акценти в предлагането: ски-ваканция, селски туризъм, еко-туризъм, балнео и СПА, културно-познавателни маршрути, приключенски туризъм,  
- заснемане на видео-филм „Зимна ваканция в Родопите”  
- поставяне на Билборд в столицата и в още 4 областни центрове с илюстрация на туристическия продукт на региона,

## 5.2. Подобряване на имиджа на туристическия район

- За да се поддържа и подобрява имиджът на туристически район « Средните Родопи» е наложително да се изготви план за **Комуникационна кампания**, която системно да се изпълнява от регионалните държавни институции, местни власти, бизнеса , НПО-сектора, културни и образователни институции....
- Много добър ефект за подобряване на регионалния имидж може да има от внедряване на доброволна регионална Система за **сертифициране на качеството** на някои от туристическите услуги и продукти в среднородопския регион.
- В рекламните послания и промоционални акции за популяризиране на регионалния продукт е добре да се спазват следните препоръки:  
- При предлагането на специализираните видове туризъм да се постави акцент върху **приключението**  
- Важно е да се подчертае **уникалността** в различните ѝ форми – природа, специално изживяване, допълнителни услуги  
- „Приключенски” елемент може да съдържа и **културният туризъм**. Това би подобрило привлекателността на туристическа услуга и би увеличило среднодневните разходи на туристите в страната

## 5.3. Привличане на нови пазарни сегменти

За да се привлекат нови потребители на продукти в региона на Средните Родопи е необходим много активен и сегментиран маркетинг. Сегментирането на пазара може да се изведе по различни показатели:

### 5.3.1. според възрастта на посетителите:

- Изследването на Алфа Рисърч показва, че към региона най-малко пътуват туристи на възраст над 61 г. / само 2 % / и тези на възраст между 50 и 60 г. / 12 % / . Би било уместно да се насочи вниманието към една нова група от работещи потенциални посетители на възраст между 50 и 65 г. в съответствие с последните промени в пенсионното законодателство на европейските страни. За тях е необходимо да се разработят нови туристически пакети, включващи както умерена пешеходна активност с повече емоционални преживявания от досега със съхранената природа и нейните феномени, с опознаване на културно-историческото наследство и живите традиции в региона, участие в селски събори и традиционни фолклорни прояви.

- В същото изследване се вижда, че и делът на учащите се, посетили региона е твърде малък – 3 %. За привличането на повече ученици би било полезно да се организира целенасочена рекламна кампания, като се използват туристически агенции и Регионалните инспекторати по образованието в областните градове на Южна България. На тях трябва да се предложат продукти, съчетаващи посещения на Планетариума, НАО « Рожен» и РИМузей в Смолян, архитектурните резервати - Широка лъка, Агушевите конаци и Златоградския ареален комплекс - с активни занимания сред природата: екопътеки, обучения към поведението сред планината, игри и логически задачи, състезания по различни колективни спортове.

### 5.3.2. Според националността на посетителите

- Изследването на ПУ « П. Хилендарски» показва, че

интересът сред потребителите от съседна Гърция към продуктите на региона все още е незначителен, както за летни, така и за зимни туристически продукти. При предстоящото подобряване на транспортните връзки между двата региона е налице възможност за увеличаване на туристопотока и тя трябва да се използва с целенасочена рекламна кампания в най-близките областни градове: Драма, Ксанти, Кавала и Комотини. Тази кампания може да има акцент върху ски-ваканция в двата курорта, но в същото време и да акцентира на доброто ценово равнище на храни, напитки и нощувки в целия регион. Специално внимание трябва да се отдели и на възможностите за балнеолечение и климатолечение през горещите летни месеци.

- Нов пазарен сегмент за зимен туризъм в региона имаме през последните три сезона в лицето на румънските посетители. За увеличаване на туристите от тази страна е необходимо да се участва в продължение на няколко години на туристическа борса в Букурещ с рекламни материали на съответния език. Предлаганите възможности да бъдат с акцент към ски-ваканция, но без да игнорират всички други видове туризъм в региона.

- Към сегмента от български потребители, които вече са били в региона трябва да се презентират новите възможности за пресичане на границата, чрез които да се предложи нов туристически продукт за региона: активности в планината с отдых на Бяло море в съседна Гърция. Той може да се комбинира с обиколки, ориентирани за разглеждане на културни и природни забележителности, или с балнео и СПА процедури.

#### **5.3.3. Според местожителството на българските посетители**

Основната част от българите, които посещават региона според изследването на Алфа рисърч са от сравнително близки населени места: 48% посочват, че са пропътували от 100 – 299 км, други 27% - от 300 до 499 км. Туристите, които посещават област Смолян са жители предимно на големите градове в страната:

- София – 26%
- Пловдив – 19%
- Бургас – 8%
- Варна – 7%
- Стара Загора – 6%

Тези данни ни насочват към конкретни дейности за промоция и реклама не само в столицата и областните центрове на Южна България, но и на по-големите от Северна България.

#### **5.4. Използване на потенциалното търсене на вътрешния пазар.**

- Необходима е активна комуникация с пазарите по отношение на специализираните видове туризъм. От една страна, за да се провокира разнообразяването на почивката и ползване на комбинирани туристически продукти, а от друга, конкретно по отношение на специализираните видове туризъм – за подобряване на разпознаваемостта на понятията.

- Тъй като е налице увеличаване на мобилността и честотата на пътуванията за сметка на традиционната седмична почивка за ски-ваканция или планински отдых, трябва да се интензифицира рекламната стратегия към младежкия сегмент и семействата с деца в ученическа възраст .

- Интерес към темата „здраве и фитнес” трябва да се интегрира в презентацията на спортни и културни събития, а възможностите за посещенията при приятели и роднини в пакети, включващи приключенски преживявания.

- Търсенето на автентичност и потапяне в местната култура за възрастовия сегмент 40 - 65 г. трябва да се съчетава с възможности за представяне на природни феномени и забележителности, защитени територии и резервати.

- На тенденцията за „бягство” от напрегнатото ежедневие и засилена чувствителност към качеството на живота и съхраняване на собственото здраве сред жителите на областните центрове на вътрешния пазар може да се предложи почивка в планинско-селска среда с добро качество на настаняване и обслужване при изхранване с произведения в стопанството домакинските биопродукти.

- На засиления интерес от българина към «топлото» Бяло море в съседна Гърция можем да предложим комбинирано пътуване през региона на Средните Родопи с предлагане на традиционната родопска кухня и запознаване с културно-историческото наследство на региона, традиционните селски събори и среща с природни феномени...

### **1. Стратегически насоки за развитие на продукта и след приключването на проекта.**

Развитието на туризма в региона на Средните Родопи с подкрепата на ОП «Регионално развитие» в периода 2013/14 г. се очаква да бъде във възходяща посока, независимо от етапа на икономическа криза в страната и Европа. Туристическото предлагане се нуждае от ефективно сътрудничество на регионално ниво, каквото с реализацията на настоящото проектно предложение безспорно ще бъде постигнато. По-успешният маркетинг ще увеличи, както броя на посетителите от България, така и привличането на повече и по-платежоспособни туристи от чужбина, а и продължителността на престоя на туристите в региона ще може да бъде увеличена. Очакваният тласък с по-успешен маркетинг ще даде увереност на всички за разкриване на богатия туристически потенциал на региона и след приключване на проекта в следните посоки:

- Устойчиво развитие и повишаване качеството на туристически продукт „Средни Родопи”;
- Институционализиране на «туристически регион» Средните Родопи в съответствие с постановките в новия Закон за туризъм.
- Насърчаване развитието на регионалните институционални и бизнес партньорства;
- Активно включване в местни и регионални инициативи, целящи популяризирането на туристическия продукт;
- Превръщането на обособения туристически район в значима и интригуваща дестинация за алтернативни видове туризъм;
- Участие в регионални, национални и международни панаири, изложения и борси;
- Приоритизиране на действията по съхранението на културно-историческото и археологическо наследство и на природните ресурси в района;
- Установяване на сътрудничество с туроператорски и турагентски организации, медии, стопански субекти и културни институции, с цел взаимно рекламиране;
- Разнообразяване на туристическото предлагане и подобряване качеството на услугите;
- Устойчиво осигуряване на маркетинга и рекламата на дестинациите в региона на Средните Родопи след приключване на проекта;
- Системно подобряване на материално-техническата база;
- Социализиране на все-повече обекти на културното наследство в региона за нуждите на туризма.