



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ СТРУКТУРНИ И
ИНВЕСТИЦИОННИ ФОНДОВЕ



ПРОГРАМА ЗА
РАЗВИТИЕ НА
СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ

Програма за развитие на селските райони 2014-2020 г.
Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони

МИГ „Преспа-общини Баните, Лъки и Чепеларе“

Подмярка 19.4 „Текущи разходи и популяризиране на стратегия за Водено от
общностите местно развитие“

Мярка 19 „Водено от общностите местно развитие“

Анализ на възможностите за подкрепа на производителите от територията на МИГ с цел увеличаване на добавената стойност за територията на МИГ



Ноември 2019г.

Съдържание

ТЕМА	Стр.
Въведение	4
Характеристики и възможности на територията на МИГ “Преспа – общини Баните, Лъки и Чепеларе	5
Подходът ЛИДЕР и възможностите за задържане на добавена стойност в териториите	8
Варианти и възможности за „добавяне на стойност“	9
Сравнителен териториален анализ. Ключови социално-икономически сектори за територията на МИГ Преспа с потенциал за добавяне на стойност към продукти и услуги	16
Селско стопанство	16
Туризъм	25
Гори	32
Култура	33
Марки	34
Развитие на местни пазари и регионални продукти	37
Изводи и препоръки	38
Добри практики с добавена стойност	43

ИЗПОЛЗВАНИ СЪКРАЩЕНИЯ

ЕС - Европейски съюз

МЗХ – Министерство на земеделието и храните

ПРСР - Програма за развитие на селските райони

ДФЗ – Държавен фонд земеделие

СВОМР - Стратегия за водено от общностите местно развитие

ВОМР - Водено от общностите местно развитие

ЛИДЕР – Подход/Връзка между дейностите за развитие на селските райони

ОСП - Общата селскостопанска политика

МИГ - Местна инициативна група

УС – Управителен съвет

ИКТ - Информационни и комуникационни технологии

ИТ - Информационни технологии

НСИ - Национален статистически институт

ООН - Организация на обединените нации

СИФ – Структурни и инвестиционни фондове

ИНВЕСТИЦИОННА МЯРКА – финансиращ механизъм за насочване на финансов ресурс/подкрепа

К.К – Курортен комплекс

ТИЦ - Туристическите информационни центрове

НПО – Неправителствена организация

СМР – Строително-монтажни работи

ЕВРОСТАТ – Официален информационен портал

БДС - Брутната добавена стойност

ВЪВЕДЕНИЕ

Настоящото проучване е извършено съгласно договор от 01.11.2019 г., с който МИГ Преспа – общини Баните, Лъки и Чепеларе възлага изготвянето на „Анализ на възможностите за подкрепа на производителите от територията на МИГ с цел увеличаване на добавената стойност за територията на МИГ.

Основната цел на анализа е да се разгледат най-благоприятните варианти за „добавяне на стойност“ към определени сектори, продукти и услуги и да се обследват възможностите за подкрепа на производителите от територията на МИГ. В рамките на обследването ще бъдат анализирани силните страни като потенциал за развитие на територията, икономическите сектори с най-благоприятни характеристики за добавяне на стойност, вариантите за подкрепа чрез СВОМР или други финансиращи програми и представяне на добри практики. Целта на всички тези действия е да се формулират възможности, инструменти и препоръки за въздействия, които да допринесат за задържане на максимална добавена стойност в местната икономика и да се постигне утвърждаване и популяризиране на типични за територията на МИГ „Преспа“ стоки/услуги. Всички тези активности са насочени към постигането на разпознаваемост на територията и задържане на максимална добавена стойност в региона. Ползите от такива интервенции са многопластови, с мултиплициращ ефект и дългосрочно действие и допринасят за утвърждаване на териториите като желани райони за бизнес, инвестиции, отдих и местоживеене. В резултат на анализа ще се формулират препоръки за целенасочени действия, чийто ефект ще бъде ясно проследим и ще набляга върху развитието на силните страни на територията като възможности за развитие и просперитет.

Цели и принципи при извършването на анализа:

- Запознаване с ключовите характеристики на територията на МИГ „Преспа“;
- Обследване на социално-икономическия и културно-историческия потенциал на територията на МИГ „Преспа“, идентифициране на ключови

за икономиката сектори, към които да бъдат насочени време и усилия за генериране на добавена стойност;

- Анализират се възможностите и вариантите за генериране на добавена стойност както в отделните сектори на икономиката, така и в територията като цяло;
- Преглед и анализ на годишните доклади на МИГ Преспа и изготвените проучвания и анализи на територията, като основа за стъпване върху конкретни данни при формулирането на изводи и препоръки за интервенции;
- Формулиране на препоръки към политиките и отговорностите на Местната инициативна група, свързани с развитието на района и насочването и подпомагането на сектори, които генерират добавена стойност в територията на МИГ;
- Идентифициране на ползите за местните заинтересовани страни от прилагането на финансови и рекламни инструменти и развитието на дейности, които генерират добавена стойност към техните продукти и услуги в дългосрочен план;
- Представяне на добри практики за генериране на добавена стойност в различни сектори на икономиката;

След аналитичния преглед на наличната информация за територията ще се извърши експертна оценка, обобщение и анализ, в заключение ще се дефинират препоръки с оглед възможностите и вариантите за добавяне на стойност към местните продукти и услуги и към територията на МИГ Преспа като цяло. Ще се идентифицират и представят добри европейски практики и модели за добавяне на стойност към продукти и услуги .

ХАРАКТЕРИСТИКИ И ВЪЗМОЖНОСТИ НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ „ПРЕСПА – ОБЩИНИ БАНИТЕ, ЛЪКИ И ЧЕПЕЛАРЕ“

Територията на МИГ „Преспа – общини Баните, Лъки и Чепеларе“ е една от териториите в България, която за втори път прилагат Подхода Лидер като един от инструментите за мобилизиране на местните общности за развитие по механизма „отдолу – нагоре“ и чрез реализиране на Стратегия за водено от местните общности развитие. В териториалния обхват на МИГ са включени три административно – териториални единици - общини Чепеларе и Баните от област Смолян и община Лъки, от област Пловдив. На ниво NUTS 2, територията на МИГ-а попада в Южен централен район за планиране.

Площта на територията, обхваната от МИГ е 970.1 км², разпределена относително равностойно между трите съставни общини (община Баните – 301.2км², община Чепеларе – 376.4 км² и община Лъки – 292.5 км²). Територията на МИГ представлява 30.4% от територията на област Смолян. Сравнително голямата територия, изключително планинският и характер и силно разчлененият релеф предопределят и ниска гъстота на населението, която за ареала на МИГ е 16.9 ч/км² или повече от четири пъти по-ниска от стойността за страната (68,7) и два пъти по-ниска от гъстотата на населението (39.9) в област Смолян. Две от общините Баните (16.5) и Лъки (11.6) имат гъстота по ниска от 20 чов/км², което определя територията, като една от слабо населените в България. Територията на МИГ обхваща всички (общо 46) населени места от трите общини (2 града и 44 села).

Териториите на трите общини са разположени основно в Преспанския и Перелишкия дял на средните Родопи, имат непрекъсната географска граница и административна връзка по между си и образуват ареала на МИГ „Преспа“. Територията обхваната от МИГ е изцяло високопланинска, слабо развита, типично селска територия. Преобладават високопланински и хълмисти терени с височина 1000 – 1600 м., а долинните склонове са със значителни наклони. Поради силно пресечения терен надморската височина варира от 450 м. в долината на р. Арда до 2091 м на връх Персенк – най-високата точка на територията. Средната надморска височина е 1211 метра, като и в трите общини тя е над хиляда метра (Баните – 1026 м., Лъки – 1164 м., Чепеларе – 1396 м.) при средна за страната – 468 метра. Района се характеризира с много слънчеви дни (около 270 слънчеви дни в годината) и изобилие от сняг през зимата. Снежната покривка се задържа сравнително дълго, между 75 и 120 дни в годината със средна дебелина за м. януари и февруари 30-80 см. Като цяло територията

обхваната от МИГ Преспа се характеризира с висока лесистост – над 65 % от територията е покрита с гори. Често срещани са съчетанията на горска растителност с откритите пространства на високопланинските сенокосни ливади и пасищата, което придава изключителна пасторалност и атрактивност на ландшафта. Горския фонд е близо една четвърт от общия поземлен фонд на територията. Характерна особеност за района, е че относителният дял на частните гори е сред най високите за страната. Голям е делът на първичните гори. Водните ресурси на територията са значителни. Речната мрежа е изградена от десетки малки реки и притоци с висок отток, като: Чепеларска, Малка Арда, Давидковска, Манастирска, Джурковска, Глогинска, Боровица, Лъкинска, Белишка и др., които са потенциал за производство на ел.енергия и създаване на места за отдих край речните меандри и скаквици. Районът е с изключително богато биологично разнообразие. Тук виреят много видове растения, билки, гъби, диворастящи плодове и лечебни растения. На територията на МИГ Преспа се намира част от резервата “Червената стена”, който е признат за биосферен резерват от ЮНЕСКО. В територията попадат няколко известни и посещавани от туристите природни забележителности като „Чудните мостове”, “Скален мост”, водопад “Гюмбюртията” по река Белишка, водопад “Свети дух” по река Манастирска местността Имарет дере и други. В територията в естествени могат да се видят кафявата мечка, дивата коза, муфлон, вълка, благородния елен и други.

Територията на МИГ Преспа е известна с красивата си природа, пасторалният планински ландшафт с красиви върхове и планински пасища и ливади, запазените гори и чистият въздух и наличието на зимен курорт със голяма известност. Това са само част от причините, поради които в района от няколко години започва да набира скорост устойчивият целогодишен туризъм. Създадени са множество малки хотелчета, къщи за гости, различни туристически атракции, в територията се намира един от най-големите и известни зимни курорти в България – к.к. Пампорово. Има обаче още много неща, които е важно да бъдат направени, развити и популяризирани за да се достигне желаното ниво на развитие на туризма и увеличаването на престоя на туристите в територията на МИГ.

В предвид на изброените по-горе характеристики на територията, заетостта на икономически активното население в района на МИГ Преспа се осигурява преимуществено в следните стопански сектори - селско, горско и ловно

стопанство, добивна промишленост, преработваща промишленост, туризъм, публична администрация и образование, търговия на едро и дребно . В трите общини, отделните стопански сектори имат различна тежест при осигуряването на заетост на населението. В добивната промишленост (добив на оловно-цинкови руди) са заети около 37% от всички заети в община Лъки, такъв е делът на заетите в преработващата промишленост на община Баните. Заетостта в Чепеларе е основно в преработващата промишленост и дейностите свързани с туризма. И в трите общини делът на заетите в горското и ловно стопанство е сравнително висок.

ПОДХОДЪТ ЛИДЕР И ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА ЗАДЪРЖАНЕ НА ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ В ТЕРИТОРИИТЕ

Повече от половината от населението на ЕС живее в селски райони, които обхващат 90% от територията на ЕС. Европейският съюз дълго време е търсил варианти за развитие на селските райони, които сами по себе си са изключително разнородни, с различни проблеми и различни възможности за справяне с тях. Политиката за развитие на селските райони е част от Общата селскостопанска политика (ОСП) на ЕС , която поощрява устойчивото развитие в селските райони на Европа и е насочена към решаване на икономически, социални и екологични проблеми в различните селски територии. ЛИДЕР е новаторски подход в рамките на политиката на ЕС за развитие на селските райони, който се прилага индивидуално във всяка страна членка, включително индивидуално във всяка селска територия в зависимост от нейната специфика. ЛИДЕР е метод и инструмент за мобилизиране на местните селски общности да мислят и планират най-благоприятните и желани варианти за развитието на своите селски райони. Акцент в работата по подхода ЛИДЕР се дава на приноса за подобряване на качеството на живот в селските райони. Смисълът на ЛИДЕР подхода е да насърчава местните общности в селските райони, да търсят нови начини да (о)станат конкурентноспособни, да използват максимално своите ресурси и да преодолеят предизвикателствата, пред които са изправени като: застаряващо население, ниско качество на предоставяне на услуги, липса на услуги и възможности за трудова заетост, ниска себестойност и конкурентност на стоките и услугите, „изсмукване“ на ресурсите от селските райони. Така подходът ЛИДЕР се явява инструмент/партньорство за мобилизиране на знанията, енергията на

местните участници и ресурсите на територията с цел развитие, задържане на добавената стойност в региона и добруване на местните общности. В местния контекст подходът генерира нови начини на мислене и действие – търсене на нови пазари, създаване на нови продукти, развитие на нови услуги, стартиране на конкурентни методи на работа и социални иновации. Една от основните характеристики на подхода ЛИДЕР е идеята за подобряване на конкурентоспособността на селските райони чрез добавянето на стойност към стоките, услугите и териториалната специфика и идентичност. Действията са насочени към добавяне на стойност към местните продукти и услуги, по-специално чрез улеснен достъп до пазарите за малки производствени единици, стартиране на колективни дейности, използване на научни постижения и нови технологии за повишаване на конкурентоспособността на продукти и услуги, повишаване на разпознаваемостта и уникалността на всеки селски район.

ВАРИАНТИ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА „ДОБАВЯНЕ НА СТОЙНОСТ“

В най-общият случай термина **добавена стойност** на продукт или услуга се определя от това, което описва подобренията, които една организация дава на своята услуга или продукт, преди да я предложи на клиентите на пазара. Добавянето на стойност като инструмент се практикува с цел отличаване на даден продукт или услуга от този на конкуренцията и осигуряването на по-голяма стойностна оценка, по-високо пазарно търсене и др.

В маркетинга добавянето на стойност означава създаването на конкурентно предимство, което да те отличи от конкурентите по начин, който да те направи по-желан. Това се постига чрез подобрения, комбинирани, реклама или опаковки и създаване на ползи, които генерират положителни емоции от покупката и по-голямо приемане от клиента.

Създаването или добавянето на стойност може да има и много по-широк и всеобхватен смисъл и е свързано с добавянето на някаква характеристика към даден продукт или територия или услуга, който ярко да го отличат от другите подобни такива, или да създадат усещане за нещо желано или да генерират емоция и дълготрайно усещане за хубав вкус, преживяване или очакване. Всеизвестен е фактът, че потребителите са по-малко фокусирани върху самия

продукт и са по-фокусирани върху това, което продуктът ще направи за тях или емоцията, която ще им създаде.

Добавянето на стойност може да увеличи цената или стойността на даден продукт или услуга по много начини - чрез увеличаване на неговото търсене, защото той е по-разпознаваем и популярен или чрез добавяне на някаква нова и много полезна характеристика към него или поради факта, че клиентите го свързват с нещо познато, качествено и все по-рядко срещащо се. Добавянето на стойност може да се случи в различни етап от производството до крайното предлагане на дадена стока или услуга. Също така процесът на добавяне на стойност може да е сбор от въздействия върху продукта или услугат в няколко етапа. Например в туризма добавянето на стойност може да стане при етапа на оформяне на привлекателен туристически пакет, в етапа на неговата продажба от вежлив и висококвалифициран екип, който контактува с клиентите, може да бъде по време на престоя в хотела и в етапа на контактуване със собственика, с добрия персонал, с допълнителните безплатни или интересни преживявания и др. Тоест добавянето на стойност може да се формулира в няколко етапа и дори да има лавинообразен ефект.

В дигиталната ера, когато потребителите имат достъп до всеки продукт само с няколко натискания на клавишите на компютъра или телефона добавянето на стойност е пряко свързано с популярността, достъпността и лесният начин за поръчка и доставка на даден продукт или услуга. По тази причина компаниите се борят да намерят конкурентно предимство за всеки продукт или услуга, които предлагат и искат да се доставят за качествено и за рекордно кратко време.

Добавената стойност на дадена индустрия може да се генерира във всички производствени фази (от ресурса до крайният продукт на пазара). Целта на всеки доставчик на стоки или услуги или на дадена територия е процесите на добавяне на стойност да се задържат в максимална степен в границите на дадена страна или на дадена територия, в близост до самите ресурси. Това се нарича затваряне на цикъла на производство или добавена стойност във всички фази. Например за територията на МИГ Преспа най-благоприятният вариант за добавяне на стойност към дървесните горски ресурси е максимален брой операции да се извършват в рамките на територията - дърводобив, дървопроизводство, производство на мебели, производство на дървени играчки, сертификация на

горите, производство на пелети от дървесни и недървесни горски ресурси – идеята е от територията да се изнесе не самият ресурс – горски материал, а всички възможни неща, които могат да се произведат от този ресурс, да се организират като производство и продажба в рамките на територията. Това е пример за добавяне на стойност към ресурс, към цял сектор и към територията на МИГ. По този начин се генерира заетост, приходи, реклама и популяризиране на ресурсите от територията. Ако от територията се изнесе просто дървен материал – всички дейности по неговата преработка до крайни продукти от дърво ще се случат на друга територия и това носи малки ползи за местната общност.

Добавена стойност на пазара показва способността на един продукт или услуга да увеличи стойността си и периметъра на разпространение с течение на времето.

Концепцията за добавената стойност е много важна за икономическите субекти, тъй като действа като стимул за клиентите да купуват продукт или да се абонират за услуга. Добавената стойност е инструмент за привличане на клиенти. Чрез добавяне на стойност към продукт или услуга, една компания, продукт или територия може да привлече нови клиенти, които търсят по-добри продукти и услуги на разумна цена.

Добавянето на стойност е мощен инструмент за бързо навлизане на нови пазари, чрез предлагането на подобрен продукт, който предлага по-голяма стойност на клиентите в сравнение с тези на конкурентите.

Добавената стойност предлага конкурентно предимство на пазар, където всеки доставчик или производител е изправен срещу конкуренти, предлагащи подобни продукти или услуги. Това е така, защото клиентите винаги търсят нещо специално или допълнително в даден продукт.

Добавена стойност в марката

В системата на свободния пазар клиентите са готови да обмислят да плащат повече, ако възприемат, че получават повече стойност за парите си, независимо дали по функционален, емоционален, експресивен или друг начин. Марките имат възможност да добавят тази допълнителна стойност, независимо дали е реална или възприемана/емоционална. Пример за функцията с добавена стойност в

продукт, като например лаптоп, ще бъде да предложи двегодишна гаранция, която включва безплатна поддръжка. Добавената стойност е създадена чрез марката и години на усъвършенстване.

Друг пример за добавяне на стойност към даден продукт е извършването на качествен процес, като може да бъде гарантиран пред клиентите чрез сертификат по ISO, за установяване на най-високо качество на продукта. В тези случаи продуктите, които преминават сертифицирането, могат да поставят логото на ISO върху тяхната опаковка, за да покажат на клиентите, че продуктът е с най-високо качество, което е удостоверено и гарантирано от сертифициатора. Очевидно е, че клиентите, търсещи качество, ще изберат сертифициран по ISO продукт вместо същият - несертифициран.

Компаниите, които създават силни марки, добавят стойност, като просто добавят своето лого към всеки продукт. Nike Inc. може да продава обувки на много по-висока цена от другите конкуренти. Много хора инстинктивно избират маратонки с марка Nike, тъй като ги свързват с качество, здравина и комфорт. Въпреки това, техните производствени разходи са сходни. Марката Nike, която е представена в спортното облекло на най-добрите университетски и професионални спортни отбори, представлява качество, с което се ползват елитни спортисти. Amazon е в челните редици на електронното обслужване на клиентите с политиката си на автоматично възстановяване за лошо обслужване, безплатна доставка и ценова гаранция на поръчаните артикули.

Потребителите са свикнали толкова много с техните услуги, че нямат нищо против да плащат годишна такса за членство в Amazon Prime. Това е така, защото те ценят времето за доставка от два дни в поръчките.

Безспорен е факта, че едно от ключовите неща, необходими за развитието на успешен бизнес, е пряко свързано с изграждането на популярна марка с добър имидж. Брандингът е един от най-важните аспекти на всеки бизнес, голям или малък и на всяка туристическа дестинация. Една ефективна стратегия за развитието на марката дава голямо предимство във все по-конкурентните пазари и носи огромна добавена стойност със себе си. Казано по-просто - марката е обещанието към клиентите. Тя им подсказва какво могат да очакват от продуктите и услугите, които предлага, отличава ги от предлаганите от

конкурентите и. Твоята марка произлиза от това кой си ти всъщност, кой искаш да бъдеш и по какъв начин те възприемат хората. Теоретично, брандът е търговската марка (лого, слоган, дизайн и т.н.) + степента и на разпознаваемост + асоциациите, които клиентите имат за тази марка. „Брандинг“ е процеса на отличаване на компанията, на нейния продукт или услуга, на нейната дейност. Брандингът или изграждането на разпознаваем бранд с добър имидж е резултат от всяко едно действие по веригата за набиране по популярност.

Имиджът на териториите и на преживяванията за туристите в тези територии може да бъде подобрен целенасочено чрез прилагането на подходяща брандинг стратегия, която е пряко свързана с прилаганата маркетингова стратегия. Брандингът отговаря на въпросите как, какво, къде, кога и колко по-добро. Рекламите са част от брандинговата стратегия. Каналите за дистрибуция също са част от нея. А също така визуалните и вербални комуникации. Следването на силна брандинг стратегия води до висока стойност на марката, което означава, че добавената стойност към фирмените продукти или услуги позволява да ги продаваш на по-висока цена от други идентични продукти на пазара.

Добавената стойност, присъща за даден бранд, често се явява под формата на емоционална привързаност – много хора ползват само една марка спортни обувки, само определени хотели, точно определени почистващи препарати, определени видове напитки просто защото ги свързват с нещо познато, изпитано и гарантирано качествено, това от своя страна им дава усещане за сигурност и спокойствие при избора.

Определянето на марката, която се планира да бъде регистрирана като продуктово или териториално предимство може да бъде дълъг и труден процес, в рамките на който трябва да си зададем следните въпроси:

- Какви са сравнителните предимства и характеристики на твоите продукти или услуги или на територията, на който искаш марката да е носител?
- Какво мислят настоящите или бъдещите клиенти за тях?
- Какви качества искаш да бъдат асоциирани с твоя продукт, услуга или територия?

След отговорите на тези въпроси и идентифицирането на най-подходящата марка следва най-важният момент – как тя да стане известна и разпознаваема. Няколко прости и изпитани във времето съвети:

1. Да се направи уникално лого, което да се постави навсякъде; Да се напише емоционален слоган на марката с основните послания, които трябва да споделя марката;
2. Марката да се интегрира във всички фази от живота на продукта, услугата, територията – от ресурса до крайният продукт. Брандингът е във всяка фаза – по какъв начин се отговаря на обажданията, личният контакт със служителите, кореспонденцията по имейли, местата за реклама и презентирание, личното отношение на собственика, разпознаването и приемането на бранда от местната общност, корпоративната социална отговорност на фирмата и участието и в благородни каузи, хигиена, качество – абсолютно всичко!
3. Изработване на подходящ слоган - запомнящо се, смислено и кратко изявление, което улавя същността на марката и на всичко, което искаш да кажеш на клиентите.

Ако местните общности планират да наложат своята територия като желано място за отдих, почивка, инвестиции и местоживеене тогава брандингът трябва да е основна част от стратегическото планиране на всички дейности в територията. Добрият брандинг не се случва от само себе си, а е плод на постоянство и стратегическа мисъл, добро планиране и визия за бъдещето. Брандингът е част от маркетизирането на марката. Брандът е стойността на марката, това е начинът по който потребителят възприема, чувства и общува с марката Ви.

Не може да се постигне добавяне на стойност към дадена територия, ако не са положени достатъчно усилия за нейното позициониране и разпознаваемост. Хората предпочитат да посетят територии, които познават или които са им препоръчани или такива, които отъждествяват с нещо интересно, ценно и приятно – чист въздух, качествена храна, лесна достъпност, хубава минерална вода, красиви гледки и др. Може дадена територия да притежава безценни ресурси и предимства, но хората няма да я предпочитат, защото не знаят нищо за нея, не са чували нищо, никой не им я препоръчал.

Разпознаваемост и позициониране на територия като пазарно предимство и добавяне на стойност означава предварително да бъде създадена емоция и приятно очакване за тази територия, след това се формира желанието за посещение или инвеститорският интерес.

Има много начини за директно добавяне на стойност към продукт или услуга, които могат изцяло да се използват в ежедневната работа. Несъмнено, изисква се креативност, новаторство и желание за изпреварване на конкуренцията. Няколко примера:

Комплектоване и взаимна реклама и продаване на продукти, услуги или комбинация между двете. Добър вариант е например в туристическите обекти и местата за настаняване и хранене на туристи целенасочено да се предлагат предимно местни продукти, произведени или добити в територията. Допълнителните услуги и екстрите на туристическите пакети във вид на допълнителни изживявания, които се предлагат на клиентите сами по себе си са значително по-ценни от предложението самостоятелно продукт. Например престой в хотел свързан с дегустация на произведени в територията сладка или млечни продукти би бил добър и желан вариант за съвместна реклама между два бранша.

Подпомагане и изграждане на умения. В случай, че вашата фирма се окаже в даден момент с много на брой нови клиенти, бихте могли да сформирате работни групи и екипи, които да подпомагат и информират новите клиенти, за да могат те да се възползват максимално от продукта или услугата, която им продавате. Колкото по-добре клиентите познават вашите продукти, толкова по-добре ще ги оценят, използват и закупят повторно. Какво означава това? Доволните клиенти ще се върнат отново и ще купуват повече, ще разкажат за вас, ще предизвикат интерес към вас, ще ви направят безплатна и много ценна реклама. Например организиране на кратък курс по сомелиерство за гостите на хотела, който са настанени за повече от 5 нощувки би бил голям стимул за туристите при избора на хотел, в който да отседнат за по-дълго време.

Бързина на обслужване или доставка. В сферата на услугите (без значение какви услуги предлагате) това е изключително важно. Един от начините за отличаване от конкурентите е да се гарантира навременна или по-бърза доставка. Известно е, че доставката „точно на време“ е ключов фактор за искане на максималната възможна цена.

Внедряване на иновации като вариант за добавяне на стойност. Иновацията в съвременния ѝ смисъл се състои в нова идея, творческо решение, нова разработка под формата на устройство или метод за работа. Иновациите често се разглеждат и като прилагане на по-добри решения, които могат да отговарят на нови изисквания, но също могат да изпреварват съществуващите потребности.

Иновациите в предприятията могат да се осъществят чрез предоставянето на по-ефективни продукти, процеси или услуги, технологии или бизнес модели. Иновацията е оригинално и по-ефективно решение, което при ефективна разработка и представяне и дистрибуция прониква успешно на пазара. Често иновацията се дефинира като практическото изпълнение на изобретение, но не всички иновации изискват изобретение. Иновацията може да се състои в нестандартната реклама или пазарно позициониране или в начина на нейната дистрибуция. Иновациите са едновременно генериране, приемане и реализиране на нови идеи, продукти, услуги и процеси. Иновациите имат смисъл само ако носят ползи – пестят ресурси, удължават живота на продуктите, дават пазарни предимства, придават практически ползи и предимства, повишават емоционалното приемане и изживяване на продуктите.

СРАВНИТЕЛЕН ТЕРИТОРИАЛЕН АНАЛИЗ. КЛЮЧОВИ СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКИ СЕКТОРИ ЗА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ ПРЕСПА С ПОТЕНЦИАЛ ЗА ДОБАВЯНЕ НА СТОЙНОСТ КЪМ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ

„Диверсификацията на икономиката в условията на силната конкуренция на отворения европейски пазар зависи от волята и желанието не само на индивидуалните инвеститори, но и на усилията на цялата местна общност, публично-частни партньорства, местните власти и неправителствените организации в района“

Селско стопанство

От проведените обследвания в НСИ и ЕВРОСТАТ, анализи и официални доклади се потвърждава извода, че преобладаваща част от стопанствата в територията на МИГ Преспа са малки по размер, разчитат предимно на семейната работна сила и

не се чувстват достатъчно устойчиви и конкурентни, така че да предприемат инвестиционната дейност, от която се нуждаят, за да станат по-конкурентни и устойчиви на реалният пазар. Причините да не инвестират са най-вече свързани с недостиг на финансов ресурс, липса на информация, интерес и активност, усещането за липса на пазари и перспектива, липсата на маркетингови и мениджърски умения, липсата на взаимно подпомагане между производителите от територията. Болшинството от стопанствата в територията се характеризират със слаба конкурентност. За да станат по-конкурентни, тези стопанства се нуждаят от модернизиране на материално-техническата база, закупуване на ноу-хау и земеделска техника, стартиране на производството на нови продукти, разширяване на стопанствата, намиране на нови пазари, привличане на млади компетентни и подготвени кадри, които да вляят нова енергия и внедрят иновативни идеи както за организацията на производството, така и за пазара.

Сектори „Животновъдство“ и „Растениевъдство“

Преструктурирането на животновъдния сектор в България започва почти по същото време с преструктурирането в сектор растениевъдство и промяна в начина на ползване на земеделските площи. Наблюдава се намаление в броя на почти всички отглеждани животни в национален мащаб и в територията на МИГ. В настоящия момент се наблюдава рязък спад в броя на животновъдните стопанства поради това, че не могат да отговорят на изискванията на европейското и хармонизираното с него българско законодателство. В предвид наличието на множество пасища и сенокосни ливади в територията на МИГ Преспа, броят на отглежданите животни в семейните стопанства дори за собствени нужди драстично е намалял, преобладаващата част от стопанствата са малки, основната част от отглежданите животни са концентрирани в малко на брой неголеми ферми. Животновъдните стопанства в територията на МИГ са значително по-малко в сравнение със растениевъдните стопанства. Броят на животните в преобладаваща част от тях е неголям, животновъдните стопанства са малки, полупазарни и по-голяма част от произвежданата от тях продукция е за задоволяване потребностите на семейството и само малка част се продава на пазара, в повечето случаи неофициално, което ги прави нелегитимни при доказване на доходи, за получаване на кредити, субсидии и инвестиционна подкрепа от различните програми на ДФЗ – ПРСР, МИГ и т.н. В територията на МИГ Преспа има много благоприятни условия за развитие на пасищно

животновъдство за месо и мляко, което много лесно би могло да бъде сертифицирано като биологично, а от там и самите произвеждани продукти от тези животни. Произведените в територията млечни продукти са с много високо качество и вкусови предимства и ако те се продават на пазара под защитата на регистрирана териториална или географска марка, това би допринесло изключително много за тяхното пазарно позициониране и цена.

Слабо увеличение се наблюдава само в броя на пчелните семейства. Изискванията на законодателството в този сектор, Националната програма по пчеларство, която осигурява подкрепа на голям брой пчелари и сравнително ниският размер на началните инвестиции при създаване на пчелно стопанство благоприятстват увеличението на броя на пчеларите в трите съставни общини на МИГ. Не на последно място трябва да се отбележи, че достъпът на пчелните продукти до пазара е по-лесен. Късите вериги на доставка при пчелния мед и пчелните продукти се реализират по-лесно и притокът на свеж финансов ресурс подпомага производителите при поддръжката на пчелното стопанство. За съжаление 52% от продукцията си пчеларите реализират чрез търговци на едро. Късите вериги на доставка при реализацията на произведения пчелен мед са по-слабо застъпени – едва 23% от производителите реализират продукцията си директно на краен потребител, а 13% чрез търговци на дребно. Продажбите на мед и пчелни продукти допринасят за формиране на близо 20% от годишните доходи на някои домакинства. Основната част от стопаните, отглеждащи пчели развиват и друг вид земеделска дейност или имат постоянна работа/доходи от сектор – различен от земеделският. Това показва, че пчеларството е дейност с потенциал за развитие в територията на МИГ и при правилно проведена политика и подходящите биоклиматични условия може да доведе до значително повишение на доходите на голяма част от населението.

Тук е мястото да споменем, че изграждането на малък цех за разфасоване на пчелен мед е възможна и желана инвестиция в региона, която ще ползват почти всички производители на пчелен мед и това ще им даде възможност да повишат своята конкурентоспособност и жизнеспособност и ще добави стойност към сектора, поради задържането на повече дейности и печалба в територията. Изграждането на група производители на пчелен мед или организация на производителите е друга възможност, която е подходяща за пчеларите от МИГ Преспа.

Едно семейство, за да си генерира достатъчно приходи от пчеларска дейност, трябва да обслужва пчелно стопанство с минимум 50-60 пчелни семейства и да почива на принципите на полу-професионалното пчеларство. Отглеждането на пчели по биологичен метод е печеливша дейност, която може да се осъществи с неголям финансов ресурс. Пчеларите следва да познават и изпълняват стриктно всички изисквания за био производство, за да произвеждат чист мед, който може да получи био сертификат и да се продава в ЕС като биопродукт на по-висока цена. При кандидатстване за финансиране, при изготвяне на финансовия бизнес план обезателно трябва да се предвидят средства и за сертифициращите контролни органи и за извършване на анализи и проверки.

При разработването на критериите за одобрение на проекти по подмярка 4.1 в СМР на МИГ Преспа в бъдеще време, следва да се има предвид размера на стопанствата и да се вземе конкретно решение за приоритетна подкрепа на сектор пчеларство, да се намали прагът за подкрепа за инвестиции в пчелните стопанства, защото за района на МИГ Преспа „над 150 кошера“, какъвто е избираемият праг за Националната ПРСР 2014-2020, е твърде висок и практически непостижим.

Сдружаването на производителите от територията на МИГ Преспа в организации на производителите или групи производители е процес, за който голяма част от земеделските производители са узрели и биха предприели тази стъпка. Регистрирането на една организация или група производители като пилотен успешен проект може да послужи като катализатор, за да повярват и да се обединят в организации или групи производители и дребните земеделски производители от територията. Най-бързо и успешно това би могло да стане при производителите на пчелен мед, които могат да се обединят и да продават заедно продукцията си на по-изгодни цени и на по-добри пазари, като изградят къси вериги на доставка и задържат в максимална степен добавената стойност близо до самите пчелини.

На следващо място, това са производителите на медицински, технически и етеричномаслени култури и подправки (от групата на уязвимите сектори) като например лавандула и маточина. Обединяването на различните производители в единни структури ще допринесе за увеличаването на подкрепата за хоризонтално и вертикално сътрудничество между участниците във веригата на доставки. Би следвало да се обсъди от управляващия орган на МИГ включването на критерия

за взаимно сътрудничество и клъстеризация в мерките на СВОМР на МИГ Преспа и този критерий да носи допълнителни точки.

Препоръчително е да се търсят и приложат подходи за обединение на производителите на различни характерни за района култури като картофите и аронията в групи производители или организации на производителите, които да работят под ръководството на един маркетингов специалист или в партньорство с преработвател за реализация на продукцията. В противен случай ще продължи изкупуването на безценица на основната произведена в територията суровина, а това намалява конкурентоспособността на собствениците на картофени и арониеви насаждения. Диверсификация и добавяне на стойност може да се постигне и при сектора на събираните в територията диворастящи гъби, плодове и билки. Създаването на малки производствени цехове за сладка или сушилни или предприятия за шоково замразяване на тези суровини би довело до повишаване на доходността в този сектор, тъй като в последните години има завишен интерес и търсене на сушени плодове, билки и гъби не само в България, но и в цяла Европа. Създаването на производства в местата на добиване на суровините е най-сигурният начин за задържане на максимална добавена стойност в територията. Максимална добавена стойност се постига при затваряне на цикъла на производство – целия етап – от суровината до крайният продукт да се изпълнява в територията, като по този начин се създават работни места, развиват се допълнителни производства, отстояват се пазарни предимства и др. Допълнителни работни места биха се открили, ако плодовете и зеленчуците допълнително се преработват в крайни готови за консумация продукти, които могат да се категоризират като Slow Food. Например: сушени горски плодове и билки, или рачел от тиква, сладко от шипки, картофен чипс и др.. Всички тези дейности могат бързо да създадат постоянни, а не сезонни работни места и да намалят безработицата в района с няколко пункта. За реализацията на суровите плодове, билки и зеленчуци от особена важност е следберитбената им обработка – сортиране, калибриране, охлаждане, пакетиране и съхранение. За да отговорят на изискванията на пазара е целесъобразно да се изгради логистична база или така наречените пазари на производителите, в които да има изградена хладилна складова база и оборудване за сортиране, опаковане, охлаждане и съхранение на продукцията, съгласно изискванията на НАССР и Globalgap стандартите, за да може продукцията да се предлага, както в супермаркетните вериги в България, така и за износ в ЕС.

Резерв, който до сега не е използван достатъчно и на който следва да се обърне по-сериозно внимание е производството на биопродукти, които също са в приоритетите на ЕС. Био производството на плодове, зеленчуци, черупкови плодове, етерично-маслени култури и подправки е възможно да се организира в района на МИГ Преспа, тъй като няма сериозни замърсители на околната среда. Био производството на мляко и млечни продукти също е с потенциал за увеличение и развитие в района, особено за стадата от кози и овце, при които отглеждането по биологичен метод е по-лесно, а крайните продукти от овче и козе мляко са по-търсени на пазара не само в България, но също и във Франция, Австрия, Дания, Европа и Азия.

В района има специализация и опит в производството на лечебни и ароматни растения например лавандула, чубрица, маточина. Това е предпоставка и потенциал за изграждане на група производители или организация на производителите, които реализират без проблеми продуктите като суровина, а биха могли да ги реализират и като краен продукт на много по-висока цена. Ако се обединят в група производители или регистрират организация на производителите, това ще повиши тяхната конкурентоспособност. Ще им даде възможност да търсят нови алтернативни пазари, да направят инвестиции както в техника за обработка и прибиране на разсада от лавандула, маточина така и за обработката ѝ след прибиране и продажбата ѝ като чай, разсад или като суровина за фармацевтията при по-висока степен на готовност и по-добра цена. Това ще допринесе за увеличаване на заетостта и създаване на нови работни места в общността. Отглеждането на маточина, лайка, жълт кантарион, чубрица и други медицински растения и подправки или събирането на иглика е с голям потенциал за развитие в трите общини. Ако по-голям брой хора се насочат към това производство и то по метода на био производство, може значително да се намали процента на безработните, да се повиши дохода и жизненото равнище на населението в района. За по-висока степен на готовност на билките, медицинските растения и подправките може да се направи малко производство за пакетирание на чайове и подправки, което не изисква големи инвестиции. Има потенциал и за изграждане на малка дестилерия за извличане на етерични масла. Всички тези продукти могат да се обвържат с предлагане на местния туристически пазар, който през следващите години се очаква да се развива интензивно. Взаимното подпомагане и рекламиране между туристическият бранш и местните производители е изключително желано и полезно, носи ползи

и за двете страни, допринася за взаимното им рекламиране и подпомагане и в цялост е от полза за територията.

Удачно е при финансирането на проекти в сектора на селското стопанство, стопаните да се поощряват за изграждането на слънчеви панели на покривните конструкции на животновъдните ферми или производствените предприятия, така ще се намалят производствените разходи, ще повишат ефективността и така ще повишат и конкурентоспособността на стопанствата.

Акцент за добавянето на стойност към местните суровини от територията на МИГ Преспа и да се постигне конкурентоспособна икономика в района е да се стимулират дейности за изграждане на преработвателни мощности, където от местните суровини и ресурси да се произвеждат готови или полуготови за крайна консумация продукти, които са атрактивни за местния туристически поток. Тези продукти, произведени предимно от местни суровини е удачно да се предлагат и на туристите посещаващи гр.Пловдив и гр.Смолян, където туристическият поток е много по-голям, а транспортните разходи за доставка са незначителни.

Проблемите, с които ежедневно се сблъскват малките стопанства са причина за намаляване на техния брой, обезлюдяването на селските райони и намаляване делът на произведената земеделска продукция. Този процес е съпътстван и с неблагоприятна възрастова и образователна структура на населението, преобладаваща част от управителите и работещите в стопанствата нямат земеделско образование или квалификация, липса на активност и умения за намиране на информация за различни възможности за финансиране, липса на селскостопанска инфраструктура, засилена миграция на трудоспособно население от района. Непривлекателните условия на труд и ниски доходи в земеделието са причина стопанствата да изпитват трудности с намирането на квалифицирана и сезонна работна ръка. Високите разходи за дистрибуция, по-голямата пазарна сила на посредниците и преработвателите, липсата на пазарни инфраструктури са причина, малките стопанства да не получават справедлива пазарна цена. Малките партии и непостоянното качество на продукцията влошават пазарните позиции на тези стопанства. Липсата на маркетингови знания и умения на стопаните, слабата информираност за пазарната конюнктура също влошава техните пазарни позиции и намалява способността им да отговорят бързо и адекватно на пазарните тенденции. Сериозен проблем за всички стопанства, но в най-голяма степен за малките стопанства е липсата на

дългосрочни договори с преработватели и/или търговци на едро. Не се работи в посока създаване на възможност за пряка връзка между производителя и потребителя, липсват ефективни организации на производители, което не позволява на малките стопанства да се възползват от възможностите за европейско финансиране в сектора, това води до влошаване на конкурентоспособността им и пазарните им позиции. Слабото познаване на схемите за доброволно сертифициране на продукти и храни, а също и на късите вериги за доставка и най-вече на ползите от тях, ограничава развитието на стратегии, които са свързани с добавяне на стойност на основата на качеството и произхода на продукцията. Земеделските производители, а и всички останали производители в територията се нуждаят освен от консултации и от инвестиции за модернизиране и реструктуриране, за обучение на кадрите, за избор на перспективни сектори, култури, пазари и комуникация с потребителите на техните продукти.

В последните няколко години в България биологичното земеделие е един от секторите, който в условията на криза се развива с бързи темпове, като непрекъснато нарастват площите и броят на операторите, включени в система на контрол. Причините са свързани с подпомагане на биологичните производители по Програмата за развитие на селските райони, даване на значителни предимства при одобрение на проектите, прилагачи биологичния метод на производство или преработка, осъзнатите ползи за околната среда и селските райони, осведомеността и желанието на потребителите да се хранят здравословно, много добрите предпоставки за развитие на биологичното земеделие у нас – запазени от екологична гледна точка райони. Насърчаването на земеделските производители за преминаване към или поддържане на биологично земеделие допринася едновременно за опазване на околната среда – укрепва агроекосистемите, опазва биоразнообразието и предоставя възможност на бъдещите поколения да се възползват от съхранената природа. Територията на МИГ Преспа има предпоставки за развитие на биологично производство, но за да се убедят производителите, следва да се организират повече публични събития, да се запознават с метода на био производство, преките ползи за производителите от развитието на биопроизводство и др. Био земеделието е специфичен метод на производство, който поддържа екологичните баланси и произвежда продукцията, покриваща принципите на екологичните цикли растения – животни – почва. Естеството на биологичното земеделие го превръща във

фактор за създаването на работни места, тъй като биологичните стопанства са по-малки от конвенционалните стопанства, развиват се екстензивно и най-често не разполагат с много техника, био методът на производство налага повече физични и механични обработки, тъй като е забранено използването на хербициди и пестициди, прибирането на реколтата обикновено е ръчно и това създава сезонна заетост. Сектора създава заетост, тъй като непрекъснато се търси прекия контакт между производителя и потребителят на биопродукцията и по този начин спомага за устойчиво развитие на селските райони и откриването на повече работни места. Производителите на пчелен мед по-лесно могат да преминат към биологичен метод на отглеждане на пчелните семейства, в случай че отговарят на изискванията за разстояние от конвенционални насаждения.

Препоръчителна е подкрепа и стимулиране за развитие на пчеларския сектор, тъй като пчеларската дейност изисква сравнително малък финансов ресурс при инвестиране за стартиращи млади стопани без постоянни доходи. Като основен приоритет следва да се постави акцент върху производството на биологично сертифицирани суровини и там да се насочат достатъчно средствата за инвестиции, тъй като районът на МИГ е изключително чист и природните дадености на територията дават добри предпоставки за успешно развитие на биопроизводството.

Районът на МИГ Преспа има потенциал за развитие както на първично производство така и на преработка на произведените местни земеделски суровини в крайни продукти, които биха донесли по-висока добавена стойност в общността и разкриването на нови работни места. Част от наличните стари преработвателни мощности на територията са изключително енергоемки, неефективни и икономически неизгодни, поради което не се използват и са неприложими в днешните условия. Това е предпоставка предприемачите да бъдат насочвани да кандидатстват за нови модерни решения и икономически ефективни инвестиции. Шансът за малките ферми е да произвеждат качествени продукти с по-малки производствени разходи и по-висока добавена стойност.

Укрепването и подкрепата за местните пазари и на регионални продукти със специфични качествени характеристики е възможност с особено силен потенциал за района на МИГ Преспа, който трябва да бъде подкрепен и развиван във времето. Продуктовото развитие и нарастване на дела на продуктите с висока добавена стойност в хранително-вкусовата промишленост и дървообработването би дало тласък за развитие на много съпътстващи сектори като

ресторантьорство, туристическо настаняване, транспорт и др. Постигането на прогрес в конкурентоспособността и нарастването на дела на продуктите с висока добавена стойност е от ключово значение за жизнеността на селските региони и хранително-преработвателният сектор. Интегрирането на земеделието и хранително-преработвателния сектор е реалистичният отговор на тенденцията за намаляване на дела на първичното производство в обема на създадената стойност в рамките на хранителната верига. Конкурентоспособността на хранителния сектор наред с други фактори ще зависи от продуктовото развитие и нарастването на дела на местните продукти с по-висока добавена стойност, което може да се постигне чрез по-пълно интегриране между преработвателите и доставчиците на суровини като условие за производство на качествени и със специфични характеристики хранителни продукти. Принос в тази посока ще има при финансиране и реализация на интегрирани инвестиционни проекти, обхващащи процесите от производството на суровини до крайната реализация, запазване на производството на продукти, отговарящи на вкусовите предпочитания и хранителни навици на потребителите на вътрешния пазар, както и на т. н. етнически пазари в чужбина, утвърждаване на качествени хранителни продукти със специфични регионални характеристики, вкл. и на такива със защитено географско обозначение на произхода, с традиционен специфичен характер и др.. Това включва разширяване на използването на традиционни и въвеждането на нови технологии, подкрепа на сертифицирането на продукцията, идентифицирането и разработването на пазарите и прилагането на комплексни практики, обединяващи производството с туристически и други сектори и услуги.

Туризм

Туристическият отрасъл представлява комплекс от услуги, свързани с пътуване, пребиваване, изхранване, лечение и задоволяване на потребности, които в своята съвкупност формират продукта на туристическия бранш. Най-важното при развитието на туризма за местните общности е ползността и приноса за по-добър живот на самата местна общност - разкриването на нови работни места, повишаването на доходите или възможността за допълващи доходи, повишаването на самочувствието и чувството за лична удовлетвореност, контактите с много нови хора и разширяването на личния хоризонт - всичко това може да се окаже мощен двигател, който да мотивира и да насърчи за

реализацията на нови идеи и задържането на младите хора в селските райони. В този аспект, туризма е отрасълът с най-много възможности за добавяне на стойност към свързаните с него допълнителни сектори и към територията като цяло.

Туризмът се разглежда като многостранна рекреационна дейност с комплексно влияние върху икономиката, социалната сфера, околната среда, културата и ежедневието на местните общности. Туризмът като интегриращ бизнес концентрира около себе си други отрасли като селско стопанство, търговия, транспорт и услуги и макар и неофициално – съдейства за клъстеризация на различните отрасли. Територията на МИГ Преспа разполага с изключителни антропогенни ресурси за туристическо развитие, културно-исторически и архитектурни паметници, атрактивни планински селища, богати културни традиции, фолклор, местни художествени занаяти. Въпреки богатите ресурси за развитието на туризма, като индустрия, този стопански сектор не е достигнал (с изключение на к.к Пампорово) полагащият му се принос в икономическото и социалното развитие на района. Съществуват множество малки хотели (извън к.к Пампорово и основно в гр.Чепеларе), които имат преобладаващо сезонна заетост и не могат да осигурят достатъчно икономически ползи за територията. Необходими са сериозни усилия и интегриран подход в дългосрочен план, за да се намали сезонният характер на туризма в територията, да се удължи туристическото престоя и да може този отрасъл да осигурява заетост и доходи за по-голяма част от местното население. Неговото развитие обаче не би могло да бъде успешно, ако не се съчетае с общото подобряване на техническата и социална инфраструктура на територията не само на МИГ, но и съседните територии. В същото време трябва да се търси баланс между икономическото развитие на територията и спазване на принципите на устойчиво развитие. Съхраняването на съществуващите екосистеми, щадящо използване на културните и други ресурси, формирането на определен тип култура сред местното население са важни предпоставки за неговото устойчиво развитие в бъдеще. Възможностите за съчетаване на разнообразни туристически ресурси в териториалния ареал на МИГ Преспа – ски, планински, балнеоложки, морски (в Гърция), селски и познавателен туризъм, дегустационен туризъм ще осигури възможности за целогодишен туристически сезон и ще добави стойност към местните ресурси и продукти. Материалните блага от туризма достигат до потребителите като сбор от услуги, чийто състав е променлива величина и е в зависимост от туристическото търсене,

възможностите на териториите и креативността на човешкият фактор. В създаването на туристическия продукт и услуга участват природните и културно-историческите фактори, материално-техническата база, финансовият ресурс, местната и националната политика в туризма, кадрите, сътрудничеството между отделните сектори на икономиката, специализираните учебни заведения и др. Съвременните тенденции в развитието на туризма отчитат ясно нарастващо търсене към СПА услугите. През последните години на територията на България отвориха врати голям брой СПА хотели, които не използват минерална вода за СПА ресурс. Този тип хотели градят своята стратегия върху използване намиращите се в близост туристически забележителности като предлагат рекреационни услуги. Тези хотели също така залагат на конгресния туризъм за привличане на клиенти чрез изграждането на модерни конферентни зали. Наличните на възможности на СПА хотелите, възможността за каране на ски и практикуване на различни видове познавателен туризъм върху територията на МИГ Преспа дава възможности на туристическия бранш да предлага целогодишно интересни туристически пакети и програми с възможности за сезонно разнообразяване и задържане на вниманието на туроператорите и туристите върху територията. За целта е необходимо да се изгради и развие културата на сътрудничество между заинтересованите страни в територията. Туризмът на територията на МИГ Преспа има важен икономически и рекламен принос – той е един от най-значимите източници на приходи и работни места. За успешно развиване на разнообразни туристически дейности качеството на околната среда е от изключително значение. Под околна среда се разбира както природни условия, така и създадената от човека околна среда.

Липса на единна реклама за намиращите се на територията на МИГ защитени зони, духовни храмове и паметници на културата, които взаимно да се рекламират и популяризират е пропусък за туризма и за територията като цяло. Създаването на единен информационен портал за популяризирането на територията на МИГ Преспа би добавило стойност към всяка част от веригата на туристическото предлагане и на териториалната идентичност, към която се стремят заинтересованите страни. В условията на все по-ожесточена конкуренция между туристическите дестинации в България, трябва да бъде оползотворявана всяка възможност за привличането на всеки потенциален турист. Полезно действие в подкрепа развитието на туризма на територията на МИГ би било издаването на брошура с информация и снимки с всички защитени

зони и паметници на културата, туристически забележителности, предизвикателства и др. На територията на МИГ все още няма достатъчно разработени и популяризирани допълнителни туристически атракции, а стратегията за ВОМР би могла да финансира развитието на такъв вид атракции.

Основна пречка пред въвеждането на иновативни туристически продукти би могла да бъде намаляващото население, а основно предимство изключително високия природен потенциал и културно-исторически потенциал, който притежава територията. Туризмът е сектор, който се характеризира със слаба иновативност. Обикновено иновациите в туризма са свързани с повишаване на мобилността и безопасността на туристите или достъпа и презентирането на туристическите обекти. Усилията за насърчаване на иновациите в туризма на МИГ Преспа трябва да бъдат насочени към туристическия бранш. Иновациите следва да са насочени към подобряване на достъпа до туристическите обекти, извън общинските центрове на територията на МИГ и повишаване на осведомеността на потенциалните туристи за обектите, които се намират в териториалният обхват на МИГ и най-вече иновацията може да бъде насочена в модела на презентиране и популяризиране на територията на МИГ.

Иновациите следва да спомогнат за повишаване на конкурентоспособността на туристическия бранш на територията на МИГ, в това число чрез придобиване на знания и умения сред работещите в сектора. В тази връзка, МИГ би била полезна с организирането на семинари и обучения сред представителите на туристическия бранш за развитието на нови форми на туризъм, както през последните години се очертава минният туризъм.

В духа на приетите концепции за развитие на туризма в България на национално и наднационално ниво, за територията на общините в ареала на МИГ Преспа е препоръчително да развият устойчив туризъм.

Устойчивият туризъм е туризъм, който взема предвид настоящото и бъдещото си влияние над икономиката, обществото и околната среда и задоволява нуждите на посетителите, индустрията, природата и приемните общности. Развитието на устойчив туризъм изисква информираното участие на всички заинтересовани страни. Постигането на устойчив туризъм е непрекъснат процес и изисква постоянен мониторинг на въздействията и прилагане на съответните превантивни или коригиращи мерки когато е необходимо.

Устойчивият туризъм трябва да поддържа високо ниво на задоволеност на туристите, да им предостави съдържателно преживяване, повишавайки

информираността им относно проблеми свързани с устойчивостта и да ги приканва към устойчиви туристически практики. Туризмът успешно допринася за популяризирането на екологичните ценности, освен това подпомага финансово защитата на природни зони и подкрепя икономическото им развитие и по този начин добавя икономическа стойност към ресурсите. Чрез подходящ набор от маркетингови инструменти, туризмът има силата да фокусира вниманието на цели групи потребители върху належащи проблеми, свързани с екологичното равновесие, опазване на конкретен район, грижа за разнообразието и запазване на местната флора и фауна. Територията на МИГ Преспа би могла да добави стойност към местният туризъм като подпомогне съфинансирането и разработването на туристически атракции, свързани с наблюдение на дивата природа и фото лов. В тази връзка е добре да се включат в дейностите на местната общност различни НПО, които имат опит в организирането на такъв вид туризъм. За популяризиране на територията на МИГ Преспа като цялостна туристическа дестинация следва трите съставни общини да се възприемат и да се превърнат в обща туристическа дестинация с цялостен туристически продукт. Добра практика в тази посока би била пускането в продажба на общ билет за посещение на туристическите атракции в трите общини. Голяма част от общите туристически дестинации, сформирани в Европа използват тази стратегия като предлагат на туристите общ билет за посещения, които може да бъде закупен от всеки обект на територията на дестинацията. По този начин се намаляват разходите за туристите и се увеличава посещаемостта на всички обекти на територията. Другият важен фактор за превръщане на територията на МИГ Преспа в обща туристическа дестинация е общата реклама и популяризиране. Територията на МИГ трябва да бъде рекламирана и представяна в нейната цялост. За целта е необходимо да има единна туристическа визия, да се изработи общо лого и девиз, който да се превърне в разпознаваем символ сред туристите и туроператорите. Има неограничен избор за лого и девиз, които да рекламират територията на миг-а като обща туристическа дестинация.

Влиянията на туризма върху обществото се изразяват преди всичко в промените в качеството на живот на жителите в множество положителни аспекти, които се изразяват в задоволяване на различни социални потребности, подобряване на общото състояние и информираността, стимулиране на социалната стабилност и социалната интеграция, намаляване на културната дистанция. Като положителен ефект се отчита и преодоляване на предразсъдъците, подобряване на качеството

на живот, спиране на имиграцията, подобряване на възрастовата структура, както и създаване на условия за демонстриране на местните изкуства и занаятите, традиционни за територията на МИГ Преспа. С популяризиране на района на общините в МИГ Преспа като туристическа дестинация ще се повиши и цената на земята и ще се засили интересът към недвижимите имоти, а респективно и инвеститорският интерес. Повишената посещаемост от туристи би довела и до повишаване на доходите и процента на заетост на местното население.

Една от основните движещи сили в сферата на туризма на територията на селските общини са малките семейни места за настаняване, топлото отношение на собствениците им към посетителите и домашно приготвените ястия. Преобладаващия градски тип посетители високо оценяват тези на пръв поглед дребни елементи, с които местните жители са свикнали. Според проучвания най-търсено от посетителите е приветливото отношение, чистотата и вкусната храна. Всички тези фактори са налице и няма причина населените места на територията на МИГ Преспа да не станат предпочитани дестинации през всички сезони на годината.

Факторите, които затрудняват развитието в сферата на туризма са свързани с липсата на комуникация между предлагащите и търсещите страни. Липсата на подходящо представяне на природните дадености, традиционните занаяти, местните традиции и кулинарните особености на населените места на територията на МИГ Преспа ги оставя непознати за голям част от потенциалните посетители.

Друг важен елемент, който липсва на територията на МИГ е слаборазвитата инфраструктура и затруднен достъп до селищната мрежа, което се смята за пропуск от чуждестранните гости - инвеститори и туристи. Възможна задача на МИГ Преспа е да осигури подкрепа за създаване и реализиране на проекти за подобряване, изграждане и разширяване на инфраструктурата. Голяма част от незадоволителните коментари, които оставят туристите са свързани с лошия достъп до туристическите атракции и съпътстващата транспортна инфраструктура. Препоръката е МИГ да продължи както с подкрепата на местната общност в търсенето на възможности за финансиране и решаване на инфраструктурните проблеми в територията на МИГ, така и при идентифицирането на възможни партньорства в тази посока. Препоръчително е МИГ да насочи своето потенциално влияние за финансиране и подкрепа на следните активности:

- Специална грижа за озеленяване на площите - по пътя до настоящи и бъдещи туристически обекти и около самите обекти;
- Поддържане на зоните за отдих по поречието на реките и около екопътеките;
- Подкрепа за развитие и поддържане на културният календар на територията;
- Подпомагане създаването на коалиции между заинтересованите страни за постигане на общи цели и маркетинг на територията - между всички заинтересовани (бизнес, местна власт, читалища, МИГ, НПО). За популяризирането на дестинациите, безспорен е ефекта от т.н. събитийен туризъм - за промотиране и провеждане на фестивали и събори, пленери, организиране и провеждане на празници на местната кухня и за представяне на местните селскостопански продукти, състезания и др.
- Създаване на единен информационен портал - интернет страници на територията;
- Подпомагане развитието и популяризирането на местните занаяти;
- Сътрудничество с НПО, които имат експертиза по отношение на наблюдение на птици (напр. Българско дружество за защита на птиците), колоездене (напр. Сдружение Велоеволюция), стрелба с лък (напр. Клуб по стрелба с лък "Атила" - Пловдив);
- Подпомагане организирането на обучителни пътувания на заинтересовани участници до аналогични туристически дестинации с цел обмяна на опит и добри практики;

Силната конкуренция представлява сериозно предизвикателство за развитието на туризма в територията на МИГ Преспа и следва да накара заинтересованите да потърсят онзи вид туризъм, който все още липсва като предлагане в близката околност, да го развиват стъпка по стъпка и да избягват насочването към твърде големи или твърде амбициозни проекти. Постигне ли се признание у българския турист, проявят ли желание туристи от България да посещават дадена нова дестинация, много скоро ще бъдат привлечени и туристическите фирми, които организират програмите и пребиваването на чуждестранните туристи у нас.

Всяко населено място, което би желало да привлича туристи, следва да се замисли за организация веднъж годишно на местен празник, фокусиран около характерен местен продукт, обичай. На много места в България вече се организират подобни

празници като Празник на еленския бут (Елена), Празник на горнооряховския суджук (Горна Оряховица), Празник на тиквата (Сливен), Празник на сланината и греяната ракия (Априлци), Празник на "Златоградското чеверме" (Златоград), Празник на фасула (Смилян), Фестивал на сливата (Троян), Фестивал на чушките и доматиите (Куртово Конаре) и др. Тези празници се подготвят със съвместните усилия на читалища, местни активни жители и местни фирми и имат голям успех сред посетителите, генерират се приходи в местната общност и се популяризира територията. Оригинална тема за територията на МИГ Преспа би могъл да е картофът или аронията, защото тук е едно от местата в България, където се отглеждат тази култури.

Гори

Най-големият ресурс на територията на МИГ Преспа са обширните и запазени гори, които са в изключително добро състояние. Обширните запазени гори сосвен, че придават красив облик на територията и са основният щрих от пейзажа, допринасят за чистотата на въздуха и създават поминък на населението. Водеща роля в развитието на местната икономика на МИГ Преспа имат дейностите свързани с експлоатацията на горските ресурси. Горският отрасъл е изключително важен в цялостното социално - икономическо развитие на региона. На тази основа постепенно се развиват дърводобива и дървообработването. На мястото на съществуващите някога големи за размерите на региона предприятия, са изградени малки частни предприятия. В голяма част от тях се извършва само първична обработката на дървесината. Необходимо е да се набележат мерки за увеличаване на дълбочинната преработка до производство на отделни детайли за мебели и всякакви продукти от дърво, с цел да се създава заетост на местното население. Отпадъците от преработката на дървесината биха могли да се използват за производство на енергоносители (брикети, дървесни пелети и др.), както и да се стимулира изграждането на предприятие за производство на енергия от биомаса на територията на една от трите общини. Стопанските субекти на територията попадат изключително в групата на малките и средни предприятия (МСП). Най-добрият вариант за добавяне на стойност към тази икономическа сфера би бил да се създадат производства, чиято основна суровина да бъде дървесината, добита в територията. Такива биха могли да бъдат предприятия за производство на мебели, на играчки, на стоки за бита, дограма и др.. Добър вариант за добавяне на стойност в сферата на дърводобива и

дървопреработката би могъл да се случи чрез подкрепа от страна на МИГ за подпомагане на процеса на сертификация – дърводобивните и дървообработващите фирми да бъдат и сертифицирани по системите за устойчиво стопанисване и добиване на горските ресурси. Това би се отразило изключително благоприятно в дългосрочен план както на самата гора, така и на дърводобивните фирми и на търговците на сертифицирана дървесина, тъй като сертифицираната дървесина държи по-високи пазарни цени.

Култура

Всички читалища в територията на МИГ Преспа са доказано активни. Предимно с тяхно съдействие всяка година се организират редица културни мероприятия и прояви, конкурси, състезания и други дейности, с които поддържат духа на местната общност жив и активен. Към всички читалища функционират библиотеки.

Един от значимите ресурси на територията на МИГ Преспа е запазеното живо културно наследство. Запазени и съхранени са много традиции и обичай, а читалищата използват все по-интересни подходи за представяне на културното наследство с нови атракции и така в максимална степен читалищата се включват в културният живот на територията. Територията на МИГ се характеризира с добре запазени традиции в областта на нематериалното културно наследство - различни самодейни състави, кръжоци, клубове по интереси. За запазването и популяризирането на културата и традициите в територията основна роля имат читалищата, но липсата на достатъчен финансов ресурс за осигуряване нуждите на сектора, който трябва да задоволи социално-културните потребности на населението и да представи това запазено наследство като туристическа атракция и да генерира финансови приходи в общността все още липсва..

Добър подход би бил да се направи общ културен календар за цялата територия на МИГ и читалищата и останалите културни средища в територията да бъдат основни негови двигатели и поддръжници. За да се наложи обаче един културен календар и той да бъде част от привлекателните за неща за туристите е важно събитията да са ежегодни, в сравнително постоянно време, да са все по-качествени и интересни и да се поддържат живи и активни.

Като сериозен пропуск туристите, посещаващи културните атракции, музеите и етнографските сбирки в селските общности са определили нещата като :

- Културните атракции не работят през почивните дни, когато има най-много туристи в териториите;
- Липсата на постоянен и популярен културен календар;
- Липсата на аниматори, туристически водачи и местни екскурзоводи в селските територии;
- Голяма част от интересните беседи и атракции са само на български език и не са преведени на чужди езици;
- Част от местата, където се представят културните дейности не са социализирани;
- Няма изграден механизъм, чрез който културните атракции в трите съставни общини на МИГ Преспа да се рекламират взаимно;

МИГ Преспа, чрез финансиране може да подпомогне преодоляването на изброените по-горе слабости в културното развитие на територията, а това би спомогнало културните прояви да станат част от туристическите ресурси на територията на МИГ. Това ще добави на стойност и към двата сектора (туризъм и култура), който са пряко свързани и в голяма степен взаимнозависими и допълващи се.

Марки

Регистрирането на териториална марка, която да рекламира територията на МИГ Преспа би било от голямо значение за популяризирането и пазарното позициониране на стоките и услугите, произведени в територията на МИГ. Също така наличието и поддържането на териториална марка ще повиши много разпознаваемостта на територията на МИГ сред другите селски територии, а индиректно ще повиши и разпознаваемостта на стоките и услугите. Много важно е да има ясна визия върху какво точно ще се концентрира т.н. марка и как точно заинтересованите страни искат тя да влияе на емоционално ниво на потребителите. Несъмнена би била ползата от финансовата помощ на МИГ Преспа за регистрацията на търговска марка за земеделски производители и заинтересовани страни на територията на МИГ Преспа. Необходимо е обследване на географския район и възможностите за регистрация на географско означение на територията на МИГ и респективно търговски марки на отделни селскостопански стоки и/или занаятчийски стоки и услуги, което да допринесе за утвърждаване и популяризиране на типични за региона стоки/услуги и да подпомогне земеделските производители, търговци и занаятчиите, развиващи

дейност на територията на трите общини. В резултат на такова обледване ще се формулират препоръки и критери за преценка на стоките и услугите, за които е подходящо да се регистрира търговска марка, а това е от съществено значение за всички по-нататъчни действия в тази посока.

Сама по себе си Марката представлява знак, който може да бъде представен графично и чиято основна функция е да отличава стоките или услугите на едно лице или географско място от тези на други подобни. Марките могат да бъдат търговски марки, марки за услуги, колективни и сертификатни марки.

Търговската марка и марката за услуги се използват за означаване на стоки или услуги, произведени или предлагани на пазара от притежателя на марката. Търговските марки и марките за услуги могат да бъдат притежание на две или повече лица, като разпореждането с тях се осъществява със съгласието на всички притежатели. Колективна марка е марка, притежание на сдружение на производители, търговци или на лица, извършващи услуги, което е юридическо лице. Тя отличава стоките или услугите на членовете на сдружението от стоките или услугите на други лица. Колективната марка се използва съгласно правила, приети от сдружението и представени в писмена форма в Патентното ведомство при подаване на заявката за регистрация. Сертификатната марка удостоверява материала, начина на изработване, качеството или други характеристики на стоките или услугите, произведени или предлагани от лица, с разрешението и под контрола на притежателя на марката. Притежателят на сертификатна марка не може да я използва за означаването на произведените от него стоки или услуги. За използването на сертификатната марка е необходимо нейният притежател да приеме правила, които съдържат указания за качество, материала или други характеристики на стоките или услугите, мерките за контрол, които притежателят на марката упражнява и санкциите, които налага. Правото върху марка се придобива чрез регистрацията и се счита от датата на подаване на заявката в патентното ведомство на Република България. Правото върху марка е изключително право, което включва правото на нейния притежател да я използва, да се разпорежда с нея и да забранява на трети лица да я използват без негово съгласие. Регистрацията действа за срок от десет години, считано от датата на подаване на заявката, и може да бъде подновявана неограничено за следващи периоди от десет години срещу заплащане на такса.

Друг вариант за добавяне на стойност към продуктите е регистрирането на Географски означения. Под географско означение се разбира наименование за произход и географско указание. Наименованието за произход е наименованието на страна, район или определена местност от тази страна, служещо за означаване на стока, която произхожда от там и чиито качества или свойства се дължат предимно на географската среда, включваща природни и човешки фактори. Географското указание е наименованието на страна, район или определена местност от тази страна, служещо за означаване на стока, която произхожда от там и притежава качество, известност или друга характеристика, които могат да се отдадат на този географски произход.

За географски означения се смятат и традиционни наименования, които отговарят на изискванията на определенията за наименование за произход и географско указание. Друг вариант за защита на териториалните характеристики и качества на продуктите от територията на МИГ Преспа е чрез Защитено наименование за произход. При този вариант на защита продуктът трябва да отговаря на две условия - качеството или свойствата му трябва да се дължат предимно или изключително на географската среда, която включва природните и човешките фактори, като климат, качество на почвата и местното ноу-хау, т.е. традиционните знания на населението и производството и преработките на суровините до крайният продукт трябва да стават в определения географски район, чието име носи продуктът. Регистрацията на географски указания и наименования за произход на земеделски и хранителни продукти в Европейския съюз е безплатна.

Регистрацията на географските означения и указания и наименованието за произход са носители на следните спецификации и биха добавили следните предимства към продуктите от територията на МИГ Преспа:

- Защитените географски указания и наименования за произход са инструмент за насърчаване и реклама на качеството на хранителната промишленост и инструмент за развитие на селското стопанство и производството на хранителни продукти;
- Правната закрила на географското означение в Р България се предоставя чрез регистрацията му в Патентното ведомство и се гарантира чрез него
- Правото на заявяване принадлежи на всяко лице, което извършва производствената си дейност в определеното географско място, и стоката, която произвежда, отговаря на установените качества или особености;

- Границите на географското място и качествата или особеностите на стоките, както и връзката на тези качества или особености с географската среда или с географския произход се определят и установяват от Патентно ведомство;
- Правото на използване на регистрирано географско означение има само лицето/лицата, които са вписани като негов/и ползвател/и;
- Всяко лице, което извършва производствената си дейност в определено географско място и стоката, която произвежда отговаря на установените качества или особености, може да подаде заявка за вписване като ползвател на вече регистрирано географско означение;
- Субекти на правото върху съответното географско означение могат да бъдат лица, чиито брой не е и не може да бъде ограничен;
- Правната закрила на регистрацията на географското означение и наименование за произход се прекратява, когато престане да съществува връзката между качествата и особеностите на стоката и географската среда, в която са произведени или добити.

Означаването на географския район на произход и на използваните методи на производство на определени продукти трябва да дава статут на „регионални“ продукти.

Развитие на местни пазари и регионални продукти

Големите вериги за доставка на храни, чиито дял в търговията нараства непрекъснато налагат производството на големи партии стандартизирани и еднообразни продукти. При тези условия продуктово разнообразие и специфичните качествени характеристики на стоките отиват на заден план. В същото време потребителското предпочитание към качествени продукти, които освен това са част от регионалната идентичност и от многообразието на условията на континента дават шанс на по-малките, но изискващи повече разходи на труд стопанства. Точно тези стопанства трябва да получат подкрепа за развитие на каналите за дистрибуция и за по-пряк достъп до потребителите. Развитието на местните пазари трябва да заема по-значимо място в селскостопанската политика в територията на МИГ Преспа. Аргументите в полза на такова разбиране са от различен характер - отговарят на интересите на потребителите, запазва се създадената през годините култура на производство и потребление, допринася за запазването на местната идентичност и др. От гледна

точка на структурната и регионалната политика това е ефективна, пазарноориентирана мярка, която може да подкрепи малките стопанства и тези от райони с природни ограничения за селскостопанска дейност.

Регистрацията на обща териториална марка с подходящо лого и слоган ще подпомогне хоризонталното и вертикално сътрудничество между участниците във веригата на производство и доставки, като същевременно ще се подпомогне изграждането и развитието на къси вериги на доставки и местни пазари. Предвид плановете за развитие на местния туризъм и свързаните с него производства на нови продукти и технологии, хоризонталното и вертикално сътрудничество за реализация на продукцията ще бъде полезно за цялата общност и ще добави стойност на всеки етап от веригата на стойността.

ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

За да се постигне успех в развитието на една територия е необходимо всички заинтересовани страни да работят в тази посока – бизнес, НПО, местни администрации, населението на територията. Сътрудничеството изисква доверие и признаване на взаимоползите. Генерирането на колективна визия за развитие на дадена територия цели и ангажираност между заинтересованите страни както при нейното формиране и припознаване, така и при нейното достигане. Успехът е тясно свързан с личната отдаденост и приятелския подход във всеки етап по пътя на развитието на териториите. В тази връзка са формулирани следните препоръки, чието прилагане би подпомогнало постигането на желаната визия за развитие на територията, формулирана от местната общност:

- Да се подпомагат проекти, които включват колективни инвестиции на няколко стопани за създаване на пазар или къса верига на доставка на нови и традиционни продукти/услуги, произведени в територията на МИГ;
- Да се подпомагат финансово проекти на производствени предприятия за реконструкция и модернизация на мощности или изграждане на нови модерни неенергоемки производства, които да са гъвкави както при производството и промяна на асортимента, така също да бъдат диверсифицирани възможностите за използване на различни енергийни

източници, например слънчеви батерии, вятърни системи, фотоволтаични установки, газ, биомаса, термални води т.н. ;

- Културните събития дават на туризма допълнителна добавена стойност. Затова културата и туризма трябва да се развиват заедно в името на общия напредък и устойчивото развитие на териториите. В тази връзка е необходимо приоритетно да се подкрепят финансово проекти, които водят до синергия и взаимно подпомагане между културата и туризма в територията на МИГ Преспа. Препоръчително е при наличие на свободни и неусвоени средства от мерките на СВОМР на МИГ-а, същите да бъдат прехвърлени към Мярка с приоритет на финансиране – създаване на устойчиви културни събития и фестивали с възможност те да бъдат представяни и като туристически атракции;
- Да се подпомага стартирането на проекти и инвестиции за производството и продажбата на биологична продукция със сертификат;
- Приоритетно да се подкрепят финансово многосекторни проекти, които добавят стойност и подпомагат едновременното развитие на няколко структуроопределящи производства в територията на МИГ Преспа;
- При определяне на критерий за финансиране да се дава приоритет на проекти, които са насочени към стабилизиране на малките и средни земеделски стопанства, да се подпомага те да станат по-конкурентни, да намерят сигурни и постоянни пазари за своята продукция, да предложат по-добри условия за труд и живот на младото поколение, което да има причина да остане и да не напуска родните места;
- Препоръчително е да се стартира подкрепа за пчеларския сектор, тъй като пчеларската дейност изисква сравнително малък финансов ресурс при инвестиране за стартиращи млади стопани без постоянни доходи. От друга страна дейността на пчелите за опрашване е ключова предпоставка за развитието на земеделските сектори в територията. Производството на пчелен мед и неговото разфасоване, пакетиране и предлагането му на пазара чрез къси вериги на доставка следва да бъде друг приоритет за финансиране, който ще доведе бързо до повишение на дохода на част от семействата в общината, което ще повиши значително тяхната конкурентоспособност. Демонстративното обслужване на кошерите от пчеларите и отделянето на меда от пчелните пити също би могло да бъде интересна атракция за туристите, ако се организира в подходяща форма.

Също така производството на изделия от пчелни продукти създава допълнителни възможности за производство на нови продукти като свещи от восъка, сапуни, шампоани, козметика и други продукти на основата на пчелен мед, восък, пчелен прашец и т.н., които са атрактивни и бързооборотни при развит туристически сектор, каквито са плановете и стратегиите на трите съставни общини на МИГ Преспа;

- При избора на мерки и критерии за финансиране от МИГ, приоритет следва да се даде и на производството на биологично сертифицирани суровини и продукти и там да се насочат достатъчно средствата за инвестиции, тъй като районът е изключително чист и природните дадености на територията дават добри предпоставки за успешно развитие на биопроизводството;
- С цел постигане на синергия между развитието на туризма и развитието на занаятчийството и дребните производства следва да се подкрепят и продуктите и производствата, които имат най-голям потенциал за предлагане на туристите - сувенири, сушени чайове и билки, гъби, сладка от сливи, череши, рачел от тиква, фасул, подправки и др.. Би могъл да се приложи и опита на някои местни общности в производството на сувенири и играчки от дърво, шишарки, руднични камъни и кристали и др. От продуктите от животински произход следва да се даде приоритет на млечните продукти от овче, козе и краве мляко. Създаването на възможности за дегустация в близост до местата на производство, демонстрирането на част от производствените дейности като туристическа атракция и разширение и разнообразяване на асортимента на сирене, кашкавал, кисело мляко и масло от местно произведено мляко ще привлече вниманието на туристите и ще даде възможност за намиране на нови алтернативни пазари, които досега не са усвоени.
- Директната реализация и къси вериги на доставка за хотели, ресторанти и туристически комплекси, супермаркети и крайни клиенти на атрактивни продукти, произведени от традиционни суровини, може да се постигне и чрез насърчаване използването на дигиталните технологии, на електронната търговия или изграждането на местни пазари или други форми за директни доставки;
- При избор на критерии за финансиране да се дава приоритет и подкрепа за разумни и практични иновации във всички сектори;

- Да се поощрява изграждане на мрежи за сътрудничество на всички нива и да се подпомага създаването на местни клъстери и общи вериги за доставка на продукти и услуги;
- Ключово за територията би било да се стартира регистрацията на единна териториална марка за качество или наименование за произход от типа на „Произведено в екологично чистия, високопланински район на МИГ Преспа – общини Баните, Лъки и Чепеларе“. Такъв тип марка ще даде много пазарни предимства на продуктите, които са произведени от качествени местни суровини в територията по традиционен начин;
- Интегриране на селскостопанските производители в хранителната верига с цел подобряване на пазарния достъп. Това би могло да стане чрез създаване на финансови стимули и мерки, насочени към оформяне и създаване на местни и регионални пазари за производителите с акцент върху местните продукти и ресурси;
- Насърчаване и подпомагане за организирането на заинтересованите страни да участват в обучителни пътувания до дестинации, които реализират туристически продукт, подобен на онзи, който те самите биха желали да организират в територията на МИГ Преспа. Разговорите с колеги, минали вече по пътя са много полезни и могат да родят нови и ценни идеи и познание за тяхната реализация;
- Препоръчителни са контактите за съвети и консултации с практикуващи туристически фирми. Експертите практики могат да внесат в разработваните проекти за развитие на туризма погледа на самите туристи - какво очакват, какво търсят, кога са доволни и съответно – недоволни и тези грешки да бъдат избегнати още на ниво кандидатстване;
- Безценни биха били всички подпомогнати инициативи от МИГ, които да насочат вниманието на местните жители и туристите към опазването на природното и културно наследство на територията по нов, интересен и нетрадиционен начин, чрез включване на младите хора от общността и училищата;
- Голям плюс за територията на МИГ Преспа би бил в СМР да се предвидят мерки или ресурс за развитието на малки пилотни проекти за опазване на местните традиции, околна среда или занаяти и които да са достъпни за кандидатстване за училищата в територията. По този начин подрастващите ще могат да бъдат въввлечени на един ранен етап не само в

изпълнението на СМР, но и в развитието на територията като цяло. Всяка инвестиция в знанията и уменията на младите хора сама по себе си вече е носител на добавена стойност;

- Към качеството на туристическите услуги в територията може да се добави много стойност чрез организирането на краткосрочни курсове за повишаване на квалификацията за подготовка на персонала на местата за настаняване и изхранване;
- Синергията между местната власт, МИГ, читалищата, туристическите фирми и представителите на секторите "нощувка", "храна и напитки", "занаяти", "изкуства", "събития/фестивали" е от изключителна важност при реализиране на идеи, които създават нов образ на дадено населено място или възраждат местни традиции. Заинтересованите участници в процеса могат да създадат партньорска мрежа, дори да я формализират, да осигуряват работата ѝ чрез членски внос или други форми на взаимодействие. Всеки един участник в процеса следва да помни, че не става дума за еднократно действие, а за дългосрочен процес и дългосрочен ангажимент и усилие за обогатяване на преживяването на туристите. МИГ Преспа би могла да подпомогне процеса на осъзнаване и развитие на тази синергия и партньорство в името на общото благо на територията;
- При наличие на остатъчен финансов ресурс от различните мерки в СВОМР или слаб интерес към определени мерки, този финансов ресурс би могъл да бъде насочен към други мерки и инициативи, за които не достигат средства, а е регистриран интерес от местната общност. Такива остатъчни средства биха могли да бъдат насочени към развитие на услуги в общността, които обслужват повече от един сектор и допринасят за междусекторното подпомагане и сътрудничество.

Независимо каква дейност ще се стартира в посока добавяне на стойност към територията на МИГ Преспа и постигане на желаната визия, всички участници трябва да осъзнават своята роля и отговорност и че тя не е еднократен акт или само в рамките на един финансиран проект, а е дългосрочен и сериозен ангажимент. Развитието на нови икономически дейности и разнообразяване на икономиката зависи не само от

предприемачите и от земеделските производители в дадена територия, но и от усилията на цялата общност, от регионалните и местни политики и от капацитета на местните администрации на територията на МИГ, които да може да оценят потенциала на идеите и да насърчат финансово най-добрите и ценни за територията.

Практически установено е, че за да бъде една територия или бизнес успешни са необходими преди всичко сърцати хора, предприемчивост, познание и иновации.

ДОБРИ ПРАКТИКИ С ДОБАВЕНА СТОЙНОСТ

„Къщата на сапуна“

Държава: Литва

Период на реализация 2012 – 2014

Nociūnai е селище в югозападната част на региона Kėdainiai и няма природни атракции и забележителности, така че рядко се посещава от туристи. На този фон общността предприема действия за създаване на нова туристическа атракция и стимулиране на местната икономика. 12 отдадени жени превръщат транзитното селище в привлекателна дестинация. Културният център в малко литовско селище е обновен и оборудван, за да подкрепя производството на сапун и курсове за обучение, превръщайки селото в туристическа атракция. Традиционният начин на производство на сапун привлича посетители и дава възможност закупуване на сапунени продукти. Проектът показва как 12 запалени жени от селце с 200 души население възстановяват традиционен местен начин на производство на сапун и създават атракция, привлекателна за литовски и чуждестранни туристи.

Общността решава да произвежда сапун и да научи другите как да го правят. Финансирането по ПРСР подкрепя реновирането на сградата и покупката на

оборудване. По време на проекта са финансирани редица реконструкции: старото котелно е реновирано, покривът е сменен, монтирана е водопроводна система.

Резултати:

- Създадена е нова работилница за производство на сапун;
- Икономически жизнеспособната туристическа атракция е посещавана от повече от 10 000 души годишно;
- Осигурява две постоянни работни места;
- Организира различни образователни дейности.

Местните жители са били скептично настроени към проекта и за хората от селото първоначално е било трудно да повярват, че успешното изпълнение на този проект е възможно, и че всяко село може да бъде уникално и интересно за чужденци. Но активните жени доказват, че дори ако едно село няма природни атракционни забележителности и е транзитно селище по пътя към по-големия град, възможно е то да се превърне в атрактивен и уникален туристически обект, който след това осигурява икономическия растеж на селото и удовлетвореността на местните жители. Чрез възстановяването на старинния традиционен начин за производство на сапун е създадена нова туристическа атракция в общността, разкрити са работни места, привлечен е интереса на туристите и дадена възможност за допълнителни доходи на няколко домакинства. Така с един проект е добавена стойност в няколко сектора от местната икономика

Създаване на интегриран спортен и приключенски център

Държава: Гърция

Период на реализация: 2007 - 2013

Финансирането по ПРСР позволява създаването на интегриран спортен и приключенски център, където посетителите могат да се насладят на природата и да се възползват от услугите за екологично образование.

Проектът създава интегриран спортен и приключенски център, предназначен както за възрастни, така и за деца. Неговата приключенска арена се състои от алпийска писта, стрелба с лък, пътеки за планинско колоездене и детска площадка. Има места за храна на спортисти и посетители. Центърът има и съоръжения за екологично образование.

Центърът е на надморска височина 600 м и заема площ от 25 хектара. Той отговаря на всички стандарти за безопасност.

Резултати:

- Очаква се центърът да увеличи броя на посетителите в района и да подобри разбирането и уважението към природната стойност на планинските райони.
- Повишаването на привлекателността на района като туристическа дестинация ще бъде от полза за други оператори в региона и ще подобри местната икономика като цяло.

Създаване на културна и кулинарна марка в долината на Висла

Държава: Полша

Период на реализация: февруари - септември 2016

Финансирането по ПРСР допринася за създаването и популяризирането на нова културна и кулинарна марка за привлекателната долина Висла в Полша, която помага на региона да привлече туристи.

Долината на Висла в района на Кужавско-Помпоркье, Полша, е красив район с богато културно и кулинарно наследство. Реализираният проект е насочен към популяризиране на храната и културните атракции в района. Резултатът е пакет от добре проучени оферти за туристите, нова марка за култура и храна и бизнес подход за привличане на туристи.

Резултати:

- Стартирана е нова мрежа, която популяризира хранителния и културен туризъм във долината на Висла и са създадени 6 туристически пакета, свързани с храни, включително екскурзии до долината на Висла и района Dobrzynska.
- Около 100 души вземат участие в семинари, учебни пътувания и дейности, насочени към споделяне на знания, подобряване на уменията и разработване на нови подходи в туристическата индустрия.
- Туризмът в региона вече е добре развит, включващ различни хора в предлагането на иновативни и разнообразни оферти.
- Предварително е извършен задълбочен анализ на туристическия потенциал на района. Предприети са обучителни пътувания до Елзас, Нормандия и Каталония за запознаване с действащи добри практики. Широката популяризация на проекта от най-ранни етапи помага за привличане на голям брой участници и съмишленици, а в последствие и много туристи.

Маковата къща

Държава: Австрияг.

Период на реализация:2014

В маковото село Армшлаг има Макова къща, в която можеш да опиташ макови кифлички и да се намажеш с маково масло. С огромното си природно разнообразие областта около Мондорф (Маковата къща) е съвсем различна от всички останали региони в Долна Австрия. Една от най-колоритните атракции на 750 метра надморска височина е известна още от 13 век и това са 1500 хектара полета с макове - алпийски и ориенталски. Селото е превърнало тази даденост в атракция и поминък. В Маковата къща можете да се информирате за здравословните съставки на мака и тяхното приложение в кулинарията и козметиката, да научите историята на маковите полета и да опитате вкусни рецепти. През трите седмици на юли, когато цъфтят маковете, тук пристигат много туристи, които се любуват на прекрасните полета, опитват специалитетите с мак, пазаруват козметичните продукти и масла и почиват в хотелите и къщите за гости. През август туристи правят велосипеден 9-километров тур из полетата на Маковата къща.

Маковата къща е отличена с престижната Награда за туризъм на Долна Австрия 2014 г.

Създаване на уникална музейна инсталация "Midnight in the Meadow",

Държава: Латвия

Период на реализация: 2016 - 2017

Културна асоциация в отдалечена селска Латвия използва подкрепата на ЛИДЕР за насърчаване на съвместното усилие на местната общност, което води до музейна изложба, която е уникална за балтийските държави.

Сдружение "Ūdenszīmes" работи в малко и отдалечено село с население от по-малко от 200 души. Сдружението създава "Музей на поляната", който е посветен на нощта преди Еньовден от гледна точка на етнографията, народните традиции и автентичните артефакти. Музеят привлича около 2 500 посетители годишно и сдружението иска да подобри и разнообрази изложбата, за да привлече още повече посетители.

Подкрепата на ЛИДЕР помага на сдружението да създаде мултимедийна изложба, наречена "Полунощна поляна". Новата инсталация се състои от осем видео прожекции със звукови и текстови менюта на четири езика. Новата изложба бе показана на обществеността по време на лятното слънцестоене на 20 юни 2017 г.

Резултати:

- Създадена е нова изложба, уникална за балтийските държави;
- Изложбата е на английски, руски и литовски език. Това дава възможност на туристите от съседни страни да посетят музея;
- Броят на посетителите нараства с 30% през 2017 г. в сравнение с около 2 500 посетители през 2016 г.
- Повишеният брой посетители генерира допълнителни възможности за доходи за жителите, бизнеса и фермите на селото.

Без финансова помощ по ЛИДЕР проектът не би могъл да се реализира. Не бива да се подценява времето за подготовка на подобен проект - необходими са поне 6 месеца за набиране на материал за изложбата и поне 4 месеца - за подготовка на помещенията.

Пътят на лука

Гържава: Естония

Период на реализация: 2009 - 2014

Пътят на лука е мрежа от доставчици на туристически услуги и уникално културно пространство в източната част на Естония.

Пътят и мрежата характеризират региона около езеро Peipsi. До момента многото атракции се промотират от множество дребни бизнеси, които дори не се познават помежду си.

Четири последователни проекта по ПРСР помагат да се изгради тематичният туристически маршрут „Пътят на лука“, около който са обединени други атракции. Създадени са общи маркетингови и рекламни материали и те се популяризират на панаири и изложби. В целия процес участват и представителите на МИГ.

Резултати:

- Регионът става по-конкурентен и се наблюдава икономическо оживление благодарение на вътрешното развитие, маркетинга на качествени продукти и трансфер на знания.

- Пътят на лука обединява 17 предприемачи и създаването на мрежата се оценява като истински успех.

Районът постигна национално признание благодарение на „Пътя на лука“, който представлява местна земеделска традиция, представена и като туристическа атракция. Най-важното за успеха е постигането и поддържането на доверие и добри отношения между участващите в мрежата. Проектът е устойчив, благодарение на постигнатото съгласие за заплащане на членски внос, който дава възможност за бъдещо развитие на организацията.

Производство на зеленчуци в парници, използващи възобновяема енергия

Държава: Унгария

Период на реализация: 2013 - 2014

Цената на изкопаемите горива може да бъде значително ограничение за функционирането на малка ферма. Използването на енергия от възобновяеми източници, като биомаса, може да спомогне за повишаване на конкурентоспособността на фермата чрез намаляване на оперативните и разходи, като същевременно се опазва околната среда.

Малката семейна ферма произвежда различни видове чушки в парници. Производството е органично и най-голямата оперативна цена е тази за отопление. Собственикът решава да реализира проект за модернизация на отоплението с финансовата подкрепа на ЛИДЕР. Бенефициентът използва финансирането по програма ЛИДЕР за инсталирането на котли Збр. за биомаса с мощност 300 кВт. След задълбочено търсене е избран унгарски производител и е подписан договор с местен предприемач за изграждането на сградата за котелното помещение.

Резултати:

- Разходите за отопление са намалени значително - с около 33%.
- Новата отоплителна система позволява култивацията да се провежда цялогодишно с намалени разходи. По този начин фермата може да отговори на новите пазарни възможности и да увеличи рентабилността си.

- Закупуването на дървесни стърготини за гориво от съседните дърводобивни индустрии има пряко положително въздействие върху местната икономика и околната среда.
- монтира аларма, която да сигнализира фермера нощем, в случай на възникване на проблем с горивото.

В конкретният случай сътрудничеството с МИГ е ключово за успеха на проекта благодарение на предоставените от МИГ консултации и подкрепа;

Билкова градина “Трите билкови лели“ в Бад Траунщайн

Държава: Австрия

Период на реализация 2011г.

Траунщайн е община в областта Цветл в Долна Австрия. През 2010 г. официалното ѝ име е променено на Бад Траунщайн в пряка връзка с местния балнеологичен комплекс, открит няколко години по-рано.

В продължение на 3 десетилетия Бад Траунщайн е известен с билковите си чайове от различни билки и растения. Всичко започва, когато няколко жени фермери от Бад Траунщайн обединяват усилията си, за да възродят старото знание на майките и бабите си за забравените стари билкови градини и намират билка за всяка болка.

Първа започва работа с билките леля Флора Зотл, която, освен двете си професии като учител и фермер, се стреми да възобнови старото знание. Духовен баща на билкарите от Бад Траунщайн е Игнац Шлифни, международен експерт и автор на книги, който ги вдъхновява да създадат обща билкова градина и билковия чай "Бад Траунщайн". Създадената преди 20 години рецепта и днес остава тайна, макар да е известно, че в състава на чая влизат равнец, лимонов балсам, малина, листа от мента, листа от къпина, листа от ягоди, листенца от невен, златист балсам, бъз, розови листенца, цветове на слез.

Резултати:

- Реализацията на проекта допринася изключително много за популяризиране на специалният чай и на Бад Траунщайн. Болшинството от туристите, които посещават околията задължително дегустират чая и си купуват.

- Чаят се предлага в няколко варианта – за пиене, като подправка, с лечебна цел и за ароматерапия.
- Туристическият бранш региона първи отчитат ползата от реализацията на проекта и насърчават усилията на „лелите“ за създаването на други подобни проекти на базата на известни в миналото продукти и рецепти

За изготвянето на настоящият анализ са използвани следните източници на информация:

- НСИ
- ЕВРОСТАТ
- Регистри в трите общински администрации – Баните, Лъки и Чепеларе
- Доклади и проучвания наДФЗ и МЗХ
- Доклади и проучвания на МИГ Преспа
- Национален доклад за развитието на България 2017-2018

На базата на събраната и анализирана информация са формирани изводи и препоръки и е рамкиран потенциала за развитие на икономически дейности, с възможност за добавяне на стойност.