

Міністерство освіти і науки України
Одеський національний технологічний університет
Кафедра туристичного бізнесу та рекреації



КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

на тему

ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ ЧЕРЕЗ ТРАНСКОРДОННЕ
СПІВРОБІТНИЦТВО МІЖ РУМУНІЄЮ ТА БОЛГАРІЄЮ

Здобувача Владислава ДЕСЮКЕВИЧА

___5___ курсу ___МТз-51___ групи

Керівник Сергій ЯРЬОМЕНКО

Кваліфікаційна робота допускається до захисту

Рішення кафедри від _01.06. 2023 р., протокол №10

Завідувачка кафедри ТБ та Р _____ Добрянська Наталя Анатоліївна
(підпис)

Одеса – 2023 рік

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТФакультет Технології вина та туристичного бізнесуКафедра Туристичного бізнесу та рекреаціїСтупінь вищої освіти БакалаврСпеціальність 242 ТуризмОсвітня програма Міжнародний туризм

ЗАТВЕРДЖУЮ

Зав.кафедри ТБ та Р
Наталя ДОБРЯНСЬКА

«___» _____ р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧА****ДЕСЮКЕВИЧА ВЛАДИСЛАВА ГЕННАДІЙОВИЧА**

1. Тема роботи

Планування туристичного регіону через транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією.Затверджена наказом ОНТУ від 31.08.2023. наказ № 506-03

2. Термін здачі здобувачем закінченої роботи «1» червня 2023 р.

3. Вихідні дані роботи: підручники, навчальні посібники, первинні документи, законодавчі та нормативні акти, статистична звітність, звіти туристичних підприємств, звіти органів місцевої влади.

4. Перелік питань, які потрібно розробити:

- характеристика досліджуваного регіону Болгарії та Румунії;
- аналіз розвитку транскордонного туризму та визначення ключових проблем та можливостей подальшого розвитку туризму;
- рекомендації з планування розвитку транскордонного туризму в Румунії та Болгарії.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначення обов'язкових креслень): картографічний матеріал – 1 (район дослідження), діаграми – 3 (аналіз розвитку регіону), схеми – 1 (схема реалізації стратегічного плану розвитку).

6. Консультанти по роботі із зазначенням розділів роботи (для кваліфікаційної роботи бакалавра):

Розділ	Консультант	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 3	Наталя ДОБРЯНСЬКА		

7. Дата видачі завдання – «06__» _02__ 2023_ р.

Керівник



Сергій ЯРЬОМЕНКО

Завдання прийняв до виконання _____ Владислав ДЕСЮКЕВИЧ

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи бакалавра	Термін виконання етапів роботи
1	Підбір наукової літератури	16.02.2023
2	Написання 1 розділу	01.03.2023
3	Підбір та аналіз статистичної інформації	13.03.2023
4	Написання розділу 2	04.04.2023
5	Надсилання розділів науковому керівнику	14.04.2023
6	Розробка рекомендації щодо розвитку транскордонного туризму	25.04.2023
7	Надсилання розділу 3 науковому керівнику	10.05.2023

Здобувач _____ Владислав ДЕСЮКЕВИЧ

Керівник роботи _



Сергій ЯРЬОМЕНКО

Несу відповідальність за ідентичність електронного та друкованого варіантів кваліфікаційної роботи, даю згоду на обробку персональних даних та не заперечую проти розміщення кваліфікаційної роботи на офіційних web-ресурсах ОНТУ.

Підтверджую, що в кваліфікаційній роботі відсутні порушення норм академічної доброчесності.

Здобувач-дипломник _____ Владислав ДЕСЮКЕВИЧ

АНОТАЦІЯ

до кваліфікаційної роботи бакалавра

Робота містить 104 сторінок, список літератури з 40 найменувань, 2 додатків.

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню транскордонного співробітництва між Румунією і Болгарією в контексті туризму. Оскільки ці дві країни межують між собою і мають багатий культурний та природний спадок, вони мають потенціал для розвитку спільних туристичних проектів та ініціатив.

Метою дослідження є аналіз поточного стану транскордонного співробітництва в галузі туризму між Румунією і Болгарією, виявлення його переваг та недоліків, а також визначення можливостей для подальшого розвитку та покращення співробітництва.

У роботі будуть проведені аналітичні дослідження та аналіз статистичних даних з метою збору інформації про потоки туристів між Румунією і Болгарією, а також про наявні туристичні ресурси та інфраструктуру в обох країнах.

На основі зібраної інформації будуть запропоновані конкретні рекомендації щодо зміцнення та розвитку транскордонного співробітництва в галузі туризму, включаючи створення спільних туристичних маршрутів, обмін досвідом та знаннями, спільні маркетингові кампанії та інші ініціативи.

Результати цієї роботи можуть бути корисними для органів влади, туристичних організацій та підприємців, які займаються розвитком туризму в регіоні, а також для вчених та студентів, які цікавляться темою транскордонного співробітництва та туризму 2023 р.

Рік захисту 2023.

ANNOTATION

for the bachelor's qualification work

The work consists of 104 pages, a list of references with 40 references, 2 appendices.

The qualification work is dedicated to the study of cross-border cooperation between Romania and Bulgaria in the context of tourism. Since these two countries border each other and have a rich cultural and natural heritage, they have the potential for developing joint tourism projects and initiatives.

The aim of the research is to analyze the current state of cross-border cooperation in the tourism sector between Romania and Bulgaria, identify its advantages and disadvantages, and determine opportunities for further development and improvement of cooperation.

The work will involve analytical research and analysis of statistical data to gather information on tourist flows between Romania and Bulgaria, as well as on the available tourism resources and infrastructure in both countries.

Based on the collected information, specific recommendations will be proposed to strengthen and develop cross-border cooperation in the tourism sector, including the creation of joint tourist routes, exchange of experiences and knowledge, joint marketing campaigns, and other initiatives.

The results of this work can be useful for government authorities, tourism organizations, and entrepreneurs involved in tourism development in the region, as well as for researchers and students interested in the topic of cross-border cooperation and tourism in 2023.

Year of defense: 2023.

ЗМІСТ

Вступ	8
РОЗДІЛ 1. Профіль туристичного транскордонного регіону Румунія-Болгарія	8
1.1. Транскордонне співробітництво. Теорія та загальні значення	8
1.2. Поняття туристичного регіону: основні підходи, складові	9
1.3. Основні характеристики туристичного регіону	11
РОЗДІЛ 2. Організація пропозиції туристичного транскордонного регіону Румунія-Болгарія	13
2.1. Загальна характеристика транскордонного регіону Румунія-Болгарія	13
2.2. Розташування – загальна інформація	17
2.3. Основні природно-рекреаційні характеристики туристичного регіону та ключові види туризму	21
2.4. Транспортна доступність транскордонного регіону	33
2.5. Туристичні потоки транскордонного регіону Румунія-Болгарія	35
2.6. Умови для туристичних відвідувань – туристична інфраструктура	39
2.7. Туристичне районування в Румунії та Болгарії	42
2.8. Ринкові позиції та ринковий потенціал туристичного регіону	44
2.9. SWOT аналіз	51
РОЗДІЛ 3. Рекомендації з планування розвитку транскордонного регіону Румунії-Болгарії	54
3.1. Бачення розвитку регіону	54
3.2. Маркетингова та комунікаційна політика	56
3.3. Очікувані результати	77
3.4. Показники результату, продукту, та впливу	86
Висновок	89
Список використаних джерел	94

ВСТУП

Дунайський регіон привабливий своєю спільною історією та традиціями, культурою та мистецтвом, які відображають різноманітні громади регіону, а також своєю чудовою природною спадщиною. Дельта Дунаю є об'єктом світової культурної та природної спадщини та пропонує можливості для спорту та інших видів розваг.

Тема, яка розглядається в цьому дослідженні, є актуальною як з теоретичної, так і з практичної точки зору. Планування туристичного регіону через транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією є можливістю побудови сталого туризму та створення сприятливих умов у транскордонному регіоні для різноманітного туризму.

Метою даної роботи є дослідження потенціалу транскордонної території для побудови туристичного регіону на основі успішного співробітництва між двома країнами та вивчення факторів, що впливають на розвиток туристичного продукту в транскордонному регіоні Румунія-Болгарія. Додатковою метою дослідження є створення впізнаваності транскордонного регіону Румунія – Болгарія та перетворення його на привабливе місце для туризму шляхом створення сприятливого середовища для туристичного бізнесу, доступності дестинації для споживачів. Зміцнення регіону як туристичного продукту може об'єднати зусилля та залучити підтримку всіх зацікавлених сторін для максимізації соціально-економічних ефектів для місцевого населення. Розвиток регіону як туристичного продукту має базуватися на повазі до навколишнього середовища, захисті біорізноманіття та сталому використанні природних ресурсів на природоохоронних територіях.

Об'єктом дослідження є прикордонний регіон Румунії та Болгарії з рекреаційно-туристичною системою – туристичними ресурсами, інфраструктурою, що формують підґрунтя розвитку регіону.

Предметом дослідження є підходи до планування розвитку туристичного регіону, що розміщений в болгарсько-румунському прикордонні.

Завданням кваліфікаційної роботи є підтвердження тези, що транскордонний регіон Румунії та Болгарії може стати привабливим туристичним регіоном для європейських споживачів та споживачів шляхом створення спільного транскордонного туристичного напрямку та використання ефекту туризму, пов'язаного з культурною, історичною та природною спадщиною, і застосування спільного та сталого підходу для покращення та популяризації цих можливостей.

Основними методами дослідження є аналіз статистичних даних, анкетування та опитування, SWOT-аналіз.

У першому розділі розглянуто поняття транскордонного співробітництва, питання розвитку регіонального продукту, територіального маркетингу та створення продукту туристичного прикордонного регіону.

У другому розділі дослідження пов'язане з туристичним регіоном та можливістю транскордонного співробітництва між Румунією та Болгарією шляхом побудови сталого туризму. Розглядається поточний стан міжнародного ринку з точки зору туристів, доходів і напрямків, що визначають загальний характер туристичних можливостей у регіоні. Аналізується профіль туристичного регіону в транскордонному ррайоні Румунія-Болгарія. Аналіз потенціалу регіону та можливостей для розвитку туризму з точки зору транспортної доступності, розміщення, ринкових позицій та ринкового потенціалу. Решта завдань пов'язані з сегментацією цільових ринків, SWOT-аналізом, аналізом конкуренції, а також уточненням стратегії розвитку продукту.

У третьому розділі питання пов'язані з ефектами та діяльністю від реалізації запланованого регіону, підприємництвом для розвитку транскордонного регіону в Болгарії та Румунії, опис діяльності, дослідження комплексу маркетингу – продукт, ціна, розподіл, уточнюється комунікаційна політика, специфічна для продукту. Крім цього, пропонується система моніторингу виконання плану розвитку на території транскордонного регіону, висвітлює приклади з реальним станом регіону в нашій країні, а також для розширення діяльності туроператорів та рекомендації.

РОЗДІЛ І. ПРОФІЛЬ ТУРИСТИЧНОГО ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ РУМУНІЯ-БОЛГАРІЯ

1.1. Транскордонне співробітництво: теорія та загальні значення

Транскордонне співробітництво, також відоме як співробітництво в прикордонних регіонах або співробітництво по перетину кордонів, є формою міжнародного співробітництва, яке здійснюється між суміжними країнами з метою вирішення спільних проблем та розвитку пограничних територій. Ця форма співробітництва передбачає активний обмін інформацією, ресурсами, знаннями та досвідом між регіонами, що знаходяться по обидві сторони кордону.

Основні цілі транскордонного співробітництва включають поліпшення життєвих умов та рівня благополуччя населення в пограничних регіонах, розвиток економіки, створення нових робочих місць, захист природи та довкілля, підтримку культурного спадку та спільної історичної спадщини, забезпечення безпеки та боротьбу з транскордонною злочинністю.

Транскордонне співробітництво зазвичай охоплює різні сфери, такі як торгівля, туризм, транспорт, енергетика, культура, освіта, охорона здоров'я та інфраструктура. Воно вимагає ефективної координації міжнародних та регіональних органів, державних установ, громадських організацій та місцевих самоврядувань для досягнення спільних цілей.

Транскордонне співробітництво є важливим інструментом для розвитку пограничних регіонів, покращення співіснування та взаєморозуміння між сусідніми країнами.

Воно сприяє зміцненню довіри, взаємодії та спільних інтересів між різними культурами і національностями. Транскордонне співробітництво також сприяє зменшенню негативних наслідків кордонів, таких як економічна та соціальна диспропорція між суміжними регіонами.

У контексті Єврорегіону Чорне море, транскордонне співробітництво між Болгарією та Румунією має особливе значення. Воно спрямоване на розвиток

туризму, економіки, культури, транспорту та охорони довкілля в районі Чорного моря. Регіон володіє багатими природними ресурсами, і транскордонне співробітництво сприяє їх ефективному використанню та захисту.

Болгарія та Румунія спільно розробляють та реалізують проекти, спрямовані на розвиток інфраструктури, забезпечення безпеки на морі, підвищення якості туристичних послуг та створення сприятливих умов для привабливості регіону для іноземних туристів.

Транскордонне співробітництво також включає обмін досвідом та навчання між регіонами, що допомагає покращити професійну компетентність та розвиток людського капіталу. Це сприяє підвищенню рівня життя та соціального розвитку в обох країнах.

Загалом, транскордонне співробітництво в Єврорегіоні Чорне море має на меті створення стійкого розвитку, збереження природних та культурних цінностей, поліпшення якості життя людей та сприяє зближенню народів та розвитку міжкультурного діалогу. Це створює сприятливу атмосферу для спільної роботи, обміну ідеями та інноваціями, а також побудови міцних партнерських відносин між Болгарією та Румунією.

Транскордонне співробітництво в Єврорегіоні Чорне море виконує важливу роль у розвитку цього регіону, сприяючи зміцненню його конкурентоспроможності, стійкості та інтеграції. Це позитивно впливає на життя людей, господарський розвиток і збереження навколишнього середовища в цьому унікальному та гарному, чудовому єврорегіоні Чорного моря.

1.2. Поняття туристичного регіону: основні підходи, складові

Поняття туристичного регіону базується на ідеї групування територій з подібними характеристиками та ресурсами з метою розвитку туризму. Основним завданням формування туристичного регіону є створення конкурентоспроможного продукту, привабливого для відвідувачів із збереженням його природних, культурних та історичних цінностей.

Основні підходи до формування туристичного регіону включають:

Географічний підхід: відповідно до цього підходу, туристичний регіон формується на основі географічних характеристик, таких як розташування, природні ресурси, кліматичні умови тощо. Наприклад, гірські райони, прибережні зони або місцевості з особливими природними пам'ятками.

Культурний підхід: у цьому випадку, туристичний регіон формується навколо культурних атрибутів, таких як історичні пам'ятки, національні традиції, народні ремесла, кухня та інші аспекти культури. Цей підхід надає можливість вивчити та презентувати культурну спадщину регіону.

Економічний підхід: згідно з цим підходом, туристичний регіон формується на основі економічних аспектів, таких як наявність туристичних інфраструктур, готелів, ресторанів, магазинів тощо. Цей підхід спрямований на розвиток туристичної галузі і стимулювання економіки регіону.

Культурна спадщина: історичні пам'ятки, музеї, храми, фольклорні традиції та інші культурні атрибути, що визначають ідентичність регіону.

Інфраструктура: належна розвинутість туристичних об'єктів, готелів, ресторанів, транспортних засобів та іншої необхідної інфраструктури для комфортного перебування туристів.

Туристичні послуги: наявність різноманітних туристичних послуг, таких як екскурсії, гіді, розваги, спортивні та рекреаційні активності, які задовольняють потреби туристів.

Маркетинг та промоція: ефективні стратегії маркетингу та промоції регіону, що допомагають залучати більше туристів і підвищувати свідомість про туристичний потенціал регіону.

Управління та планування: належне управління туристичними ресурсами та координація дій між різними зацікавленими сторонами для досягнення сталого розвитку туристичного регіону.

Концепція туристичного регіонування поєднує ці складові, створюючи інтегрований туристичний продукт, який привертає туристів, сприяє розвитку місцевої економіки, збереженню культурної спадщини та забезпеченню сталого розвитку регіону. Впровадження такої концепції сприяє розкриттю туристичного потенціалу регіону та підвищенню конкурентоспроможності на міжнародному рівні.

1.3. Підходи до планування розвитку прикордонного туристичного регіону

Вибір регіону є результатом попереднього обстеження території, пов'язаного з переглядом чинного національного та європейського законодавства у сфері охоронюваної природної спадщини та туризму, вивчення передового досвіду розвитку, управління та просування туристичного регіону у сфері охоронюваної природної спадщини, розробка методології для попередніх досліджень (документація, аналіз, оцінка та презентація), ідентифікація об'єктів охоронюваної природної спадщини в транскордонному регіоні Румунія-Болгарія, детальний опис та аналіз екосистем, середовищ існування, охоронюваних видів рослин і тварин, аналіз цінності об'єктів як потенційної привабливості для екотуризму, обговорення варіантів оптимального маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» і вибір варіанту.

Основним підходом, який використовується при створенні та плануванні регіону, є просторове з'єднання ключових і додаткових об'єктів в один загальний маршрут, що дозволяє їх спільне просування та слугує для планування туристичних відвідувань. Транскордонний характер підкреслюється через просторове розташування регіону, щоб максимально використати існуючі можливості для перетину кордону, в т.ч. два мости через Дунай, наземні контрольні-пропускні пункти та поромні лінії. Туристичний продукт «Охороняється природна спадщина на території транскордонного регіону

Румунія-Болгарія» спрямований на сприяння сталому використанню спільних природних ресурсів у транскордонному регіоні шляхом створення спільного туристичного продукту та кампанії з його захисту, промоції і розвитку. Стратегія розвитку та маркетингова стратегія спільного продукту разом із рекламними заходами взаємно пов'язані з досягненням спільної мети.

РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОПОЗИЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ РУМУНІЯ-БОЛГАРІЯ

2.1. Загальна характеристика транскордонного регіону Румунія-Болгарія

Основні аспекти транскордонного співробітництва між Румунією та Болгарією включають:

Кордон: Румунія та Болгарія мають спільний кордон, що забезпечує географічну близькість та зручність для розвитку транскордонних відносин.

1. **Торгівля:** Обмін товарами та послугами між двома країнами є важливим аспектом транскордонного співробітництва. Можливість вільного переміщення товарів та інвестицій сприяє економічному розвитку обох країн.

2. **Туризм:** Румунія та Болгарія є популярними туристичними напрямками. Транскордонне співробітництво у цій сфері сприяє розвитку туризму, обміну досвідом та просуванню культурної спадщини обох країн.

3. **Транспорт:** Розвиток транскордонних транспортних маршрутів та інфраструктури сприяє більш ефективному переміщенню людей та вантажів між Румунією та Болгарією.

4. **Культурні зв'язки:** Румунія та Болгарія мають спільне історичне, мовне та культурне коріння. Обмін досвідом у сфері культури, мистецтва, освіти та спорту зміцнює взаєморозуміння та дружні стосунки між країнами.

5. **Межі та безпека:** Співпраця у сфері прикордонної безпеки, включаючи боротьбу з контрабандою, незаконною міграцією та іншими транскордонними злочинами, є важливим аспектом транскордонного співробітництва.

Ці аспекти демонструють різноманітні галузі співпраці між Румунією та Болгарією в контексті транскордонного співробітництва.

Транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією протікає через наступні населені пункти на їхньому спільному кордоні:

1. Гіургіу - Калафат
2. Оршова - Бежичко
3. Макрініца - Орляк
4. Бежда - Зимниця
5. Варна - Констанца (морський портовий пункт)
6. Мангалія - Дуранкулак (морський портовий пункт)
7. Мангалія - Вама Веке (морський портовий пункт)

Ці населені пункти є важливими точками співробітництва в різних сферах, таких як торгівля, транспорт, туризм та культурний обмін між Румунією та Болгарією.

Транскордонне співробітництво між Болгарією та Румунією в єврорегіоні Чорне море має низку особливостей та важливих аспектів:

Географічне розташування: Єврорегіон Чорне море розташований на узбережжі Чорного моря і включає прибережні райони Болгарії та Румунії. Це створює сприятливі умови для розвитку транскордонного співробітництва у різних галузях.

Екологія та природні ресурси: Регіон Чорного моря має багаті природні ресурси, включаючи унікальні екосистеми та біорізноманіття. Транскордонне співробітництво між Болгарією та Румунією спрямоване на захист та стійке використання цих ресурсів.

Туризм: Регіон Чорного моря приваблює безліч туристів завдяки своїм пляжам, історичним та культурним пам'яткам. Болгарія та Румунія активно розробляють транскордонні туристичні маршрути та програми, щоб залучити

більше відвідувачів та розвивати туристичну індустрію.

Транспорт та логістика: Розвиток транспортної інфраструктури та транскордонних транспортних маршрутів між Болгарією та Румунією сприяє більш ефективному переміщенню людей, вантажів та туристів. Важливі проекти включають розвиток портів, автомобільних доріг та залізничних зв'язків.

Економічне співробітництво: Болгарія та Румунія активно співпрацюють в економічній сфері, включаючи торгівлю, інвестиції та створення спільних підприємств. Транскордонне співробітництво сприяє розвитку малого та середнього бізнесу та стимулює економічне зростання в регіоні.

Прикордонна безпека: Болгарія та Румунія приділяють увагу співпраці у сфері прикордонної безпеки для забезпечення захисту кордону, боротьби з незаконними перетинами кордону, контрабандою та іншими транскордонними злочинами. Обмін інформацією, координація дій та спільні операції сприяють підвищенню безпеки у регіоні.

Культурна та освітня співпраця: Болгарія та Румунія мають спільні історичні, культурні та лінгвістичні зв'язки. Транскордонне співробітництво у сфері культури та освіти сприяє обміну досвідом, розвитку культурної спадщини, організації спільних заходів, дослідницьких проектів та академічного обміну.

Охорона навколишнього середовища: Регіон Чорного моря стикається з різними екологічними викликами, такими як забруднення води, втрата біорізноманіття та зміна клімату. Болгарія та Румунія співпрацюють у галузі охорони навколишнього середовища, розробці та реалізації проектів зі збереження екосистем та зниження негативного впливу людської діяльності на морське середовище.

Соціальне співробітництво: Болгарія та Румунія активно розвивають співробітництво в галузі соціального розвитку, охорони здоров'я, обміну досвідом у сфері соціальної політики та соціального забезпечення. Обмін знаннями та передача кращих практик сприяють покращенню умов життя людей у регіоні. Транскордонне співробітництво між Болгарією та Румунією в

еврорегіоні Чорне море має безліч аспектів, які сприяють розвитку та співпраці між двома країнами, а також зміцнюють економічну, соціальну та культурну взаємодію в регіоні.

Транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією на Чорному морі охоплює такі пункти:

1. **Констанца (Румунія) - Варна (Болгарія):** Це ключовий маршрут на Чорному морі, що з'єднує два великих портових міста. Через цей маршрут відбувається торгівля товарами та розвиток морського транспорту.

2. **Мангалія (Румунія) - Дуранкулак (Болгарія):** Цей маршрут також є важливим з погляду морського співробітництва. Мангалія та Дуранкулак - це прикордонні пункти, де здійснюються перевезення пасажирів, вантажів та розвиток туризму.

3. **Балчик (Болгарія) - Мамає (Румунія):** Цей пункт є важливим для туристичного співробітництва. Балчик є відомим курортним містом, а Мамає - популярним туристичним напрямком. Через цей пункт відбувається обмін туристами, культурні події та спільні проекти в сфері туризму.

4. **Каварна (Болгарія) - Мангалія (Румунія):** Цей пункт є ще одним важливим маршрутом на Чорному морі. Він сприяє розвитку торгівлі, транспорту та спільних інфраструктурних проектів між Румунією та Болгарією.

Ці пункти транскордонного співробітництва на Чорному морі мають **велике значення** для розвитку економіки, туризму, культурного обміну та спільних ініціатив між Румунією та Болгарією. **Чорне море** відіграє важливу роль у транскордонному співробітництві між Румунією та Болгарією. Ось деякі аспекти його ролі:

Транспортний коридор: Чорне море забезпечує водний шлях, який сполучає Румунію та Болгарію. Це дає можливість для транспортування вантажів та пасажирів між двома країнами та сприяє розвитку торгівлі та економіки.

Морський туризм: Чорне море є популярним туристичним напрямком для відпочинку та відпрацювання. Відпочивальники з Румунії та Болгарії мають можливість відвідувати пляжі, курорти та історичні місця, що сприяє

туристичному обміну та економічному розвитку обох країн.

Морський екологічний захист: Чорне море є унікальним екосистемою, яка потребує спільних зусиль для її збереження та охорони. Румунія та Болгарія співпрацюють у сфері екологічного моніторингу, вирішення проблем забруднення та охорони природних резерватів Чорного моря.

Культурний обмін: Чорне море створює сприятливу атмосферу для культурного обміну між Румунією та Болгарією. Історичні зв'язки, спільні традиції та культурні події сприяють підтримці і розвитку культурного співробітництва між двома країнами.

Таким чином, Чорне море виступає як важлива транскордонна ділянка, яка об'єднує Румунію та Болгарію,

сприяє розвитку економічного співробітництва, торгівлі, туризму та культурного обміну між двома країнами. Чорне море забезпечує зручний транспортний шлях, створює можливості для спільних проєктів та співробітництва в сферах морського транспорту, енергетики, екології та інших галузях. Румунія та Болгарія використовують потенціал Чорного моря для зміцнення дружніх відносин, співпраці та розвитку своїх регіонів, що сприяє загальному прогресу і процвітанню.

2.2. Розташування – загальна інформація

Туристичний регіон охоплює територію 7 районів Румунії (Мехедінці, Долж, Олт, Телеорман, Джурджу, Кларац, Констанца) і 8 районів Болгарії (Відін, Монтана, Враца, Плевен, Велико Тирново, Русе, Сілістра, Добрич) (рис. 2.1).

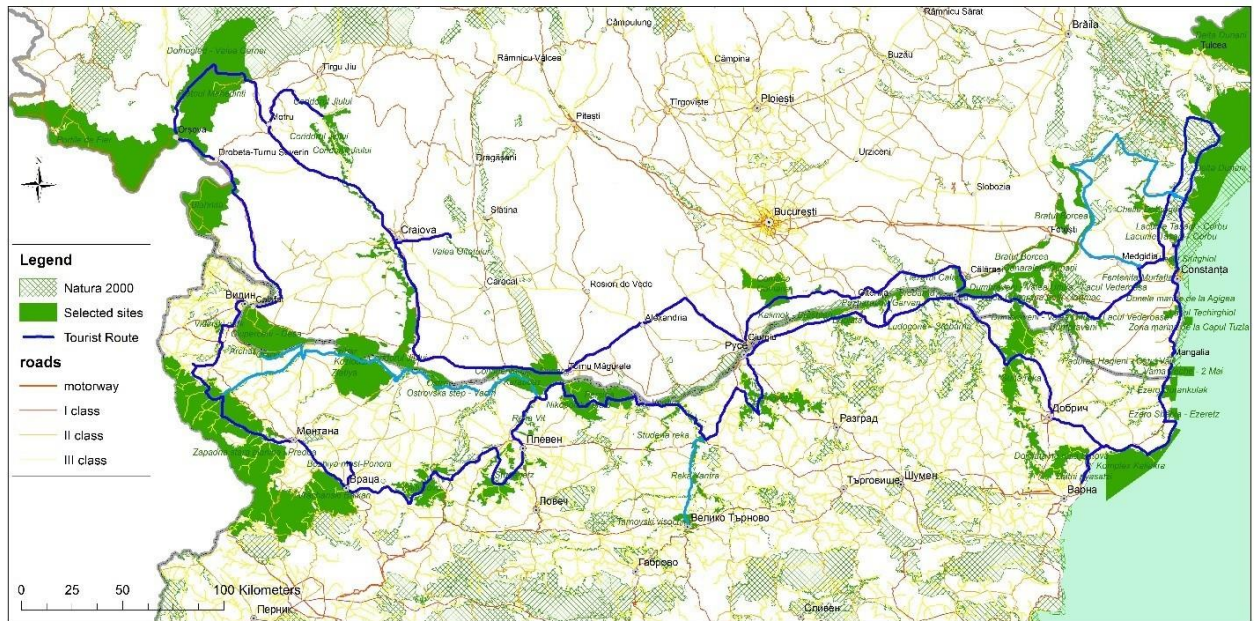


Рис. 2.1. Розташування транскордонного регіону Румунія-Болгарія

[Веб-сайт Дунайської комісії: <http://www.danubecommission.org/>]

Транскордонний регіон з'єднує пріоритетні об'єкти для екотуризму в усьому регіоні TGS, максимально дотримуючись першокласних і другокласних шляхів сполучення.

Транскордонний регіон складається приморських Добрицької, Варненської, Бургаської областей, що входять до кількох регіонів – Північно-Східного та Південно-Східного регіонів. На території Румунії адміністративні одиниці складають повіти Констанца, Тульчі, що входять до регіону Нижній Дунай.

У **Болгарії** регіон починається від Дунайського мосту II біля міста Відін, проходить вздовж головної дороги E79 до села Дунавці, де зупиняється біля парку Відінські; Після повороту на місто Грамада маршрут повертає на головну дорогу E79 до села Дунавці, де повертає на захід у бік печери Магурата, до міста Білоградчик та ділянки Білоградчішки скали – Венеца; Після Білоградчика маршрут пролягає через велику заповідну територію Західна Стара Планина - Передбалкан по мальовничій дорозі з можливими об'їздами до Чупрене та Чипровці; Після міста Монтана маршрут знову виходить на головну дорогу E79 до міста Враца та під'їжджає до Врачанської Балканської дороги. З Враци

маршрут робить бічний обхід до місця Божого мосту - Понорою і продовжується на схід у бік великої зони Карлуківського карсту. Після міста Червень Бряг маршрут виходить на головну дорогу E83 і прямує до міста Плевен. Є кілька можливих об'їздів до ділянки Студенець, основний з яких – через село Садовець. Після міста Плевен вона проходить через річку Река Віт і досягає міста Гулянці. Тут основний маршрут відхиляється на схід через ділянки Нікопольське плато, ПП Персина та Острів Вардім. Від Гулянців на захід починається бічний кругообіг, який проходить через стоянки Карабоаз, Островський степ – Островське блато, Козлодуй, Злаття, Цибар, Орсоя – Арчар, що дає змогу замкнути регіональний цикл. На схід основний маршрут відхиляється від річки Дунай після ділянки Вадим, на ділянці Студена река, до ПП Русенський Лом. Після міста Русе він тягнеться вздовж Дунаю до міста Сілістра, включаючи багато найважливіших водно-болотних угідь Дунаю. У Добруджі маршрут виходить з району річки Дунай і прямує на південний схід через Суху річку, долину річки Батова, щоб вийти на берег Чорного моря на Золоті Піски. На останній ділянці маршрут пролягає узбережжям Чорного моря, включаючи всі прибережні території природоохоронного значення на північ від Варни. З території Болгарії він виїжджає на прикордонному переході Дуранкулак.

У Румунії, починаючи із заходу на схід, початок регіону представлено прикордонним переходом Калафат-Відін, звідки можна в'їхати через територію Чуперчені-Десса через DN55A. Сполучення з Дунаєм - Гарла-Маре-Маглавіт здійснюється через E79, а потім DN56A. Потім маршрут знову повертається до Дунаю в Грла Маре - Маглавіт, щоб продовжити до Бланіки, або можна зробити пряме сполучення через DJ606. До природного парку Железні ворота - дорогою DN56A, потім E70, проїжджаючи через Дробета-Турну-Северін і прямуючи до Швініці. Потім геологічний парк плато Мехедінці перетинається, слідуючи DN67 від Дробета-Турну-Северін, а потім по DJ670, що проходить через Ісверну, Поноареле та Бая-де-Арам. Від Бая-де-Арам треба їхати до Національного парку Домогляд - Валя Черней, слідуючи DN67D через Обаршії - Клошані та Годіану. Від Бая-де-Арам слідувати по DJ671B і DN67A, потім виїхати на E70 і проїхати

вздовж коридору річки Giu, пройти через Filiassi і досягнуТИ Крайова. З Крайови треба виїхати на DN65 і їхати до Балша, що в північній частині долини річки Олтек. З долини річки Олтек до Радомирського лісу можна дістатися, повернувшись із Балша в Крайові та слідуючи DN6 до Радомирського лісу, проїхавши через Грозавести та Другичені, або подорожуючи по DN64 і проїхавши через Каракал. З Радомирського лісу можна знову увійти в коридор річки Джіу, слідуючи Каракалом до Leu DN 6, а потім DJ604 і DJ551A до

Брати їдці. Звідти, коридором річки Жіу до Бекета, де в Оряхово можна перетнути Болгарію. Від Бекета дорога продовжується до гирла річки Олт при її впадінні в Дунай, слідуючи DN54A до Корабії та DN54 до Турну-Магуреле, де можна знову з'єднатися з Болгарією. З Турну-Магуреле можна дістатися до природного парку Комана або по DN52 до Олександрії, а звідти по DN6 до Stalpu, а звідти по DJ411 до Комана, або паралельно Дунаю по DN51A до Зимнічі, потім по DN5C до Гюргево, де можна з'єднати з Болгарією поблизу Русе. З Сілістри можна в'їхати в країну по DN3 і дістатися до Дунайських Канарських островів, лісу Канарава та долини Фетхіє.

- Йортмак і Думбравені - долина річки Урлуджа - озеро Ведероаса, проходячи через Адамклісі, а потім повз фонтан Мурфатлар. З Мурфатлара можна їхати по DN22C, DJ228, DN2A і DJ222 до ущелин Добруджі. Крім того, з Мурфатлара на Дунайські Канарські острови можна знову в'їхати через Черनावод на A2, а потім можна продовжити шлях DJ223, DJ224, DJ225 і DJ226. З ущелин Добруджа можна відправитися в дельту Дунаю (частина, розташована на території округу Констанца) по DJ222 до Grdina, DJ226B, DJ226A і DJ226 до Істрії та Sinoe. З Істрії подорож до озера Ташаул - Корбу на DJ226, що проходить через Корбу. Після цього дорога продовжується через Наводарі, Мамає - Село, виїжджає на E87 і їде вздовж берега озера Зютголь. Далі, проїхавши через Констанцу, можна проїхати по DN39 і DN39A до морських дюн біля Аджидії. Вона продовжується до Ефорі-Норд (північ) на DN39 і повз озеро Текірголь, а потім до Мангалії дорога проходить вздовж узбережжя Чорного моря та вздовж морських природних територій: Морська зона на мисі Тузла, Костінешт-23

серпня, мис Аврора та Підводне море сірчаних джерел біля Мангалії. Між природною зоною Мангалія та Вама Веке - 2 травня дорога до лісу Хаджієні - Котул Вій відхиляється, проходячи через Албесті та Котул Вій. Потім знову повертаємось до DN39 і дорога продовжується до Вама Веке - 2 травня, де перетинає Болгарію через пункт пропуску Вама Веке - Дуранкулак.

Прикордонні пункти, які зможуть з'єднати дві частини регіону по обидва боки кордону, створені, щоб максимально використати транспортне сполучення між двома країнами. Ці прикордонні пункти проходять із заходу на схід наступним чином: Калафат (Долж) – Відін, Бекет (Долж) – Оряхово, Турну Магуреле (Телеорман) – Нікополь, Гюргево (Гюргево) – Русе, Келераш (Колораш) – Силістра, Вама Веке (Констанца) – Дуранкулак.

2.3 Основні природно-рекреаційні характеристики туристичного регіону та ключові види туризму

Транскордонний регіон з'єднує пріоритетні об'єкти для природного туризму в усьому транскордонному регіоні Болгарія – Румунія, максимально слідуючи першокласним і другокласним автомобільним сполученням.

Детальний опис об'єктів із зони «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія», включаючи опис охоронюваних видів або середовищ існування, режим обмежень, опис доступності, варіанти розміщення та наявність навколо них інших природних чи культурних пам'яток представлено у додатку 1.

Аналіз об'єктів зосереджений на зв'язку режимів охорони та управління природними об'єктами з розвитком туристичної діяльності, включаючи туристичні відвідування та будівництво туристичної інфраструктури.

Важливою частиною європейського законодавства з охорони навколишнього середовища для обох країн – Болгарії та Румунії є дві основні європейські директиви:

- Директива 2009/147/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 30 листопада 2009 року про захист диких птахів (також називається «Директива про птахів»)

- Директива Ради 92/43/ЄЕС від 21/05/1992 про охорону природних середовищ існування та дикої флори і фауни (також називається «Директива про середовища проживання»).

Статус і режими охорони природоохоронних територій регулюються національним законодавством загалом у таких категоріях без упорядкування за важливістю (див. табл. 2.1.).

Таблиця 2.1. Типи природоохоронних територій

Болгарія	Румунія
Заповідник	Національний парк
Національний парк	Природний парк
Природна пам'ятка	Науковий заповідник
Підтримується резерв	Природний заповідник
Природний парк	Пам'ятка природи
Заповідна територія;	Біосферний заповідник
Водно-болотні угіддя міжнародного значення (Рамсар) Natura 2000	Водно-болотні угіддя міжнародного значення (Рамсар) Natura 2000
Визначення ЄС та ЮНЕСКО	Визначення ЄС та ЮНЕСКО

Джерело: [Офіційний веб-сайт ЮНЕСКО: <https://whc.unesco.org/>]

Об'єктами охоронної природної спадщини за цілями є:

- Заповідні території, оголошені відповідно до національного законодавства Румунії та Болгарії: національні парки, природні парки, заповідники, заповідники, заповідні території, природні пам'ятки;
- Охоронювані зони Natura 2000, оголошені або призначені для оголошення відповідно до Директиви ЄС про птахів (SPA) та ПТ згідно з Директивою про середовища проживання (SCI);
- Об'єкти природної спадщини під егідою ЮНЕСКО;
- Водно-болотні угіддя міжнародного значення, оголошені відповідно до Рамсарської конвенції (RAMSAR).

Пріоритетними та основними об'єктами регіону є природні та національні парки, біосферні заповідники та водно-болотні угіддя міжнародного значення. Природні парки забезпечують довготривалий захист природних і штучних екосистем своєї території, водночас вони можуть підтримувати такі види діяльності, як туризм, сільське господарство та промисловість, які не забруднюють навколишнє середовище. Основним прагненням у цьому типі заповідної території є досягнення сталого розвитку. Вибрані місця в Болгарії: природний парк «Врачанський Балкан» (вважається другим за величиною в Болгарії), природний парк

Персина, природний парк Русенський Лом (об'єкт ЮНЕСКО) і природний парк Золоті Піски. Для Румунії основними об'єктами в регіоні є природний парк «Залізні ворота», національний парк «Домогляд», геологічний парк і природний парк плато Мехединці.

«Комана». Заповідники Срібна та Дельта Дунаю, об'єкти ЮНЕСКО, як частина маршруту, є основними об'єктами з численними природними цінностями, які мають надзвичайно важливе значення для біосистем на транскордонному маршруті.

Білоградчикські скелі, печера "Магура", Карлуковський карст і комплекс "Каліакра", обрані як додаткові відхилення від лінії річки Дунай у Болгарії, охороняються як природні пам'ятки, також мають виняткову природну цінність. Для Румунії додаткові об'єкти високої природної цінності та туристичного потенціалу зосереджені у східній частині Чорного моря – озера Зютгьол, Ташул і Корбу, Національний науково-дослідний інститут морської геології та геоекології – сірчані підводні морські джерела в Мангалії, заповідна морська зона «Вама Веке», ліс Хаджієні та фонтан Мурфатлар.

Усі території, включені до маршруту, належать до мережі Natura 2000. Ділянки Рамсарської конвенції про охорону водно-болотних угідь (RAMSAR) мають виняткову природну цінність.

Для Румунії список об'єктів охоплює 189 охоронюваних природних територій, з яких 79 територій вважаються основними, а 110 – другорядними,

включеними до первинних територій.

На території болгарської частини транскордонного регіону встановлено:

- 4 (чотири) природні парки, оголошені відповідно до статті 29 ЕРА;
- 7 (сім) резервів, оголошених відповідно до статті 16 AZT;
- 6 (шість) підтриманих резервів, оголошених відповідно до статті 26 AZT;
- 122 (сто двадцять дві) заповідні території, оголошені відповідно до статті 33 Закону про охорону навколишнього природного середовища;
- 62 (шістдесят дві) пам'ятки природи, оголошені відповідно до ст.
- ЗІЗ;
- 83 (вісімдесят три) заповідні території для охорони природних типів
- місця існування та середовища існування видів згідно з Директивою 92/43/ЄЕС, відповідно до статті 6, частини 1 та 2 ЗБР;
- 39 (тридцять дев'ять) охоронних територій для охорони середовищ існування видів птахів згідно з Директивою 2009/147/ЄС, відповідно до статті 6, параграфа 3 ЗБР.

За європейським та державним значенням на території транскордонної траси розташовані:

- ✓ 2 об'єкти зі статусом біосферного заповідника: Срібна та дельта Дунаю,
- ✓ 3 об'єкти під охороною ЮНЕСКО – ПП Русенський Лом, заповідник Сребарна та дельта Дунаю;
- ✓ 1 НПП - НПП «Домогляд» - долина р. Черня;
- ✓ 8 територій, які охороняються Рамсарською конвенцією - рибальство Хаджі-Дімітрово, озера в Шаблі та Езерец, озеро Дуранкулак, природний парк Комана, озеро Текірголь, Глибоке озеро (Єзер) - Кулараш, Бланіка, гирло

річки Олт при впадінні та в Дунай;

- ✓ 1 геологічний парк - плато Мехединці;
- ✓ 25 об'єктів європейського значення – Natura 2000, Директива про середовища існування
- ✓ 8 територій, що охороняються відповідно до Директиви про птахів - Natura 2000;
- ✓ 20 територій, що підпадають під дію двох директив - Директиви про середовище існування та Директиви про птахів - Natura 2000;
- ✓ Заповідна територія – Ботанічний сад Балчика.

Тематична пов'язаність сайтів у транскордонному регіоні визначається, з одного боку, пропонованими туристичними послугами, а з іншого – специфікою інтересів у конкретному регіоні.

Що стосується пропонованих туристичних послуг, то до них приймаються природні парки, які мають розроблені туристичні програми, маршрути, інформаційні центри та туристичну інфраструктуру – вказівники та інформаційні щити, навчальні чи демонстраційні центри, екодоріжки, велодоріжки та туристичні маршрути різного рівня складності. опорні пункти, а також і екскурсоводи.

Для болгарської сторони це ПП "Врачански Балкан" - ПП "Персина" - ПП "Русенски Лом" і ПП "Золоті Піски". Доповнюючи маршрут у Болгарії, є більш організовані туристичні об'єкти в Західній Старій Планині – Белоградчик (включаючи скелі Белоградчик, село Магура та село Венец) і Карлуковський карст, а також приморська частина – Балчик, Каліакра, Шабла, Дуранкулак.

Для Румунії це національний парк «Железні Врата», національний парк «Домогляд» - долина річки Черня, геологічний парк «Платото на Мехединці», національний парк «Комана», дельта річки Дунай. Великий інтерес представляють акваторія моря навколо мису Тузла, озеро Текірголь, морські дюни в Аджідья, озеро Сютголь.

Специфіка інтересів визначає відвідування об'єктів із відповідними характеристиками, наприклад, спостереження за птахами, піший туризм,

рекреаційний туризм, любительське рибальство, пригодницький туризм, велосипедний туризм, пізнавальний туризм тощо.

Також інтереси визначаються доступністю, складністю, організаційністю відвідувань (організовані чи самоорганізовані) і, відповідно, ціною.

Спільним для всіх можливих комбінацій маршрутів є акцент на природних пам'ятках – будь то охоронювані рослини чи тварини, природні пам'ятки, а також сполучний елемент – річка Дунай.

Туризм, орієнтований на природу, зараз відомий у різних варіантах з різними акцентами. Ось основні з них, які пов'язані з транскордонним регіоном, предметом маркетингової стратегії та будуть використані для цілей транскордонного маршруту. Їх сформулювала Болгарська асоціація альтернативного туризму.

Альтернативний туризм. Альтернативні форми туризму поєднують туристичні пакети або окремі туристичні послуги, які визначаються як альтернатива продукту масового туризму з точки зору пропозиції, функціонування та залучених людських ресурсів. Це: сільські, екологічні, гірські, пригодницькі (походи на велосипеді, верхи, на лижах і снігоступах, катання на човнах, дайвінг, входження в неосвітлені печери, проходження альпійських маршрутів з гідом), тематичні – пов'язані з культурною та історичною спадщиною, туризм, пов'язаний з релігією, вином, традиційною кухнею, етнографією та традиційною музикою та ремеслами.

Екотуризм

Це туризм у місцях, мало уражених людиною, який має сприяти охороні природи та добробуту місцевого населення. Він базується на спостереженнях і є новим етапом у розвитку, який вимагає співпраці між туроператорами, приймаючими агентствами, місцевими громадами, асоціаціями, що керують природоохоронними територіями, науковими спільнотами. Усі вони зобов'язуються мінімізувати вплив на відвідувані території, інформувати мандрівників про місцеві правила та норми, брати участь у будь-якій регіональній програмі захисту природного середовища та його мешканців,

керувати будь-якою формою відвідування території. Найбільше і найрізноманітніших програм екотуризму можна знайти в країнах з великим біорізноманіттям, де природа має вражаючі розміри, національні парки та місцеві громади, які зберегли свої традиції. Освітній та освітній характер - в екотуризмі є ключовим елементом, який відрізняє його від інших частин природно-орієнтованого туризму, що робить його впізнаваним. Освіта та інтерпретація природного середовища (включаючи екологічну освіту) є важливими інструментами для створення приємного, змістовного та повноцінного досвіду екотуризму.

Пригодницький туризм

Це набір туристичних практик, в яких домінує спілкування з природою та активна участь з певними фізичними зобов'язаннями для туристів. Ця різна за сезонністю та середовищем група турів має найбільших прихильників серед молоді та людей, які працюють у стресовому середовищі, для яких надзвичайно важливим є спілкування з природою та його поєднання з певною діяльністю чи спортом. Найчастіше він продається в пакеті з послугами, які по суті є сільським туризмом, і має характеристики сталого туризму.

Приймаються такі види діяльності/види спорту: яхтинг, підводне сафарі та підводна археологія, катання на каное по воді та річці, рафтинг (пересування на надувному човні швидкими водами), пригоди, гірські та шосейні велосипеди, кінні походи, скелелазіння з гідом, гірські походи. у різних вимірах складності тощо.

Сільський туризм

Різновидами альтернативного туризму є сільський та агротуризм. Характеризується перебуванням у сільському середовищі (будинок чи сусідній кемпінг, інший заклад розміщення), контакт із господарями, доступ до ферми. Він може з'являтися як прохідний, тобто. перебування в рамках туру в обидві сторони або як вихідні чи навіть тижневе перебування. В обох випадках туристи очікують залучення до повсякденного життя домогосподарства: збирання фруктів і овочів, трав, приготування традиційних страв, залучення до звичаїв і

фестивалів місцевості, спостереження або вивчення місцевих ремесел, фольклору та сільськогосподарських традицій. Ці види діяльності зазвичай доповнюються різними видами активного чи культурного туризму (пішохідний, велосипедний, верхова їзда, відвідування монастирів, музеїв, археологічних та інших пам'яток, школи ремесел), і найчастіше це суміш усього цього.

Сталий туризм

Сталий туризм є новою концепцією і є продовженням концепції сталого розвитку, започаткованої на конференції в Ріо в 1992 році. Це результат турботи про захист загрозливих територій планети загалом і тропічних лісів зокрема. У той же час, однак, він також розглядає урбанізовані території, села, культурну та архітектурну спадщину - тому має ширшу структуру, ніж екотуризм. Сталий туризм спрямований не лише на мінімізацію впливу на біологічне середовище, але й на формування поглядів туристів до та під час їхньої подорожі, а також на стимулювання екологічно чистих туристичних практик на етапі концепції на емітентних туристичних ринках. Всі заходи в зоні прийому повинні узгоджуватися з граничною потужністю природних ресурсів, тобто. дотримуватися принципу максимально економного використання ресурсів.

Транскордонний маршрут має всі якості альтернативного, екологічного, пригодницького, сільського та сталого туризму, поєднуючи широку палітру біорізноманіття, туристичної інфраструктури, культурного розмаїття та транскордонних зв'язків, щоб поділитися спільною природною спадщиною Дунаю.

Наприклад, обидва береги річки Дунай пропонують маршрути, які, крім походів, також пропонують спостереження за птахами та інші види діяльності для залучення туристів.

Екотуризм пізнавального характеру

Природні парки також пропонують цей вид туристичних послуг, як для організованих груп, так і для індивідуальних туристів. Найчастіше путівки на один день або вихідного дня використовуються студентами як доповнення до навчального туристичного процесу.

Спостереження за птахами.

З болгарської сторони маршруту найбільш підходящими пунктами є Цибар - болото Цибар - острів Ібіша, Козлодуй, ПП Персина - Нікопольське плато, острів Вардім - гирло річки Янтра, Студена река, рибні ставки Хаджі Димитрово (Орнітологічно важливе місце) , ПП Русенський Лом / Кар'єри - Орлова Чука (внесено до ЮНЕСКО), Лудогір'я - Сребарна (територія RAMSAR, включена до ЮНЕСКО), Сухата Река, ПП Золоті піски, мис Каліакра.

Мис Каліакра розташований на північному сході Болгарії і є однією з перших природоохоронних територій в країні. Стрімкі скелі в поєднанні з унікальним вапняком околиць створюють ідеальні умови для періоду розмноження багатьох видів птахів. Сюди мігрують численні лелеки та хижі птахи, а також дивовижна кількість середземноморських буревісників, чайок, поганок, бакланів та водоплавних птахів.

Озеро Шабла, озеро Езерець, озеро Дуранкулак є одними з найбільш значущих водно-болотних угідь уздовж Чорного моря. Прісні води, великі зарості очерету вздовж морського узбережжя та перетинання маршруту Віа Понтіка є одними з його найбільших переваг, які приваблюють велику кількість птахів протягом року. Але найбільше воно відоме в зимові місяці, коли тут зимує величезна кількість водоплавних птахів (чорнозоба поганка, малий баклан, лебідь-шипун. Озеро Срібна – частина заповідника Срібна також є прісноводним озером міжнародного значення. Він розташований у північно-східній Болгарії вздовж річки Дунай. Він найбільш відомий своєю колонією курчавих пеліканів. Зарості очерету та кущі верболозу також приваблюють багато інших водних видів під час гніздування.

Природний парк Русенський Лом - неймовірне розмаїття природних ресурсів, таких як широколистяні ліси, озера, вертикальні вапнякові скелі, пасовища та русла річок, є притулком для багатьох птахів, особливо в період їхнього розмноження. Тут можна побачити чорного лелеку, єгипетського стерв'ятника, малого хохла, канюка білохвоста, орлана-вухака, сову тощо.

Холодна річка і рибальські угіддя Хаджі-Дімітрово - виявлено 116 видів

птахів, з них 33 занесені до Червоної книги Болгарії (1985). З видів, що зустрічаються, 53 мають європейське природоохоронне значення (SPEC) (BirdLife International, 2004). 1 вид включено як глобально зникаючий до категорії SPEC1, 12 видів, що знаходяться під загрозою зникнення в Європі відповідно до категорії SPEC2, і 40 видів до категорії SPEC3.

Завдяки своєму стратегічному географічному положенню, різноманітному рельєфу та наявності безцінних природних ресурсів Болгарія вважається дуже сприятливим місцем для спостереження за птахами. Особливо навесні та восени, коли відбуваються дві найбільші міграції птахів. Через нашу країну, розташовану на перехресті між Європою та Азією, проходять два найважливіші шляхи міграції птахів – Віа Понтіка та Віа Аристотеля. І це, мабуть, одна з причин того, що на його території зареєстровано понад 400 видів птахів, деякі з яких важко побачити десь у Європі.

Маршрут спостереження за птахами в Румунії:

Чуперчені-Деса – Дунай у Гарла-Маре-Маглавіт – Бланіка – Природний парк Железні ворота – Національний парк Домоглед – Долина річки Черна – Коридор річки Жіу – Радомирський ліс – Естуарій річки Олт при її впадінні в Дунай – Природний парк Комана – Дезезер Кулараш - Рукав Борча - Дунайські Канарські острови - Ліс Канарава і долина Фетхіє-Йортмак

– Думбравені-Долина Урлуя-Озеро Ведероаса-Добруджанські ущелини-Дельта Дунаю-Ташаул-Озеро Корбу-Озеро Зютгьол-Озеро Текіргьол-Ліс Хаджиєні- Котул Вій.

Оскільки було відмічено велику відстань між лиманом річки Олт при впадінні в річку Дунай і природними територіями Комана, запропонований альтернативний маршрут як для основного маршруту, так і для спостереження за птахами – продовження дороги через Болгарію, виїзд через Турну Магуреле – Нікополь і знову в'їхав у Румунію через Джурджево — Русе.

Пішохідний і пригодницький маршрут

Західний маршрут: природний парк «Железні ворота» - геологічний парк «Мехединське плато» - національний парк «Домогляд» - долина річки Черна.

Західний маршрут - це тур між природним парком Железні ворота, геологічним парком плато Мехединці та національним парком Домогляд - Валя Черней. Дороги такі ж, як і основний маршрут. Тур починається і закінчується в Дробета - Турну Северин. Сполучення з Болгарією здійснюється по дорозі, що з'єднує Дробета-Турну-Северин і Відін, а саме DN56A.

Східний маршрут: Дунайські Канарські острови - Думбравені - долина Урлуя - озеро Ведероаса - ущелини Добруджа - ліс Хаджієні - Котул Вій - Вама Веке - 2 травня.

Східний маршрут починається від прикордонного переходу Каллараш - Сілістра і закінчується на прикордонному переході Вама Веке - Дуранкулак. Наступний маршрут проходить через DN3 від Сілістри до П'єтрени, проходячи через Дунайські Канарські острови та Думбравені - долину річки Урлуя - озеро Ведероаса. Від П'єтрени продовжуйте рух по DJ222 до ущелин Добруджа, потім до Хаджієнського лісу - Kotul Vii і подорожуйте вздовж узбережжя по DJ222, DN2A, A4, DN39, DJ391. З Хаджієнського лісу - Котул Вій повертайтеся тією ж дорогою, DJ391, до Мангалії, а потім слідуйте DN39 до Вама Веке - 2 травня, через Вама Веке ви повертаєтеся до Болгарії.

Основні охоронювані природні території, включені в пішохідний та пригодницький маршрут, об'єднані тим, що пропонують можливості для піших прогулянок, їзди на велосипеді, скелелазіння, дайвінгу, відвідування печер та інших спелеологічних, геологічних, геоморфологічних форм і охоронюваних ландшафтів.

Велосипедні маршрути

Завдяки побудованим веломаршрутам та інфраструктурі, а також використанню асфальтових доріг найбільш придатними для Болгарії є: Західна Стара Планина та Передбалкан, ПП Врачанський Балкан, Карлуковський карст, Божий міст – Понора, ПП Персіна – Нікопольське плато, Вардім Острів

- гирло річки Янтра, кар'єр Руссен / Ломовете - Орлова чука, Калімок - Брашлен - Боблата, Златні П'єсті, для Румунії: природний парк Железні Врата,

прибережна акваторія моря Вама Веке - 2 травня, ліс Канарауа і долина Фетхіє - Йортмак.

EuroVelo 6

Вздовж річки Дунай пролягає найпопулярніший у Європі веломаршрут EuroVelo 6. EuroVelo – це мережа з 15 міжміських маршрутів, що з'єднують і об'єднують увесь європейський континент. Маршрутами можуть скористатися як туристи, так і місцеві жителі, які щодня їздять на роботу.

Маршрут Euro Velo 6 є одним із найпопулярніших маршрутів. Вона проходить через Німеччину, Австрію, Словаччину, Угорщину, Хорватію, Сербію, Болгарію та Румунію. Дунайська велодоріжка пролягає здебільшого по обидва боки Дунаю, іноді лише по одну сторону, тому під час подорожі річку доводиться часто перетинати. Він пролягає давньоримською дорогою вздовж Дунайського лімесу, яка з'єднувала станції та фортеці з дельтою Дунаю. Euro Velo 6 - Дунайська стежка проходить уздовж болгарського узбережжя річки Дунай. Маршрут проходить біля Брегово, Відіна і через Лом, Козлодуй, Свіштов і Русе досягає Сілістри, де велосипедисти можуть продовжити рух до дельти Дунаю. Велосипедна доріжка має переважно асфальтові дороги якомога ближче до річки та пропонує хороші можливості, особливо для спостереження за птахами та тісної взаємодії з незайманим природним середовищем. Європейська федерація велосипедного спорту володіє торговою маркою EuroVelo та координує її розвиток на європейському рівні.

У рамках проекту «Сталість мобільності вздовж новітнього коридору EuroVelo «Дорога залізної завіси», що фінансується ЄФРР в рамках Програми транснаціонального співробітництва Південно-Східної Європи, Болгарська асоціація альтернативного туризму, як партнер проекту, підготувала дослідження можливостей розвитку нового європейського маршруту на території Болгарії, а також визначає ряд проблем, з якими стикається розвиток цього виду туризму на даному етапі в Болгарії, від відсутності визнання в національних стратегічних документах для розвитку велосипедного туризму, до необхідності класифікації велосипедних доріг на різних рівнях (міжнародний,

національний та місцевий), запровадження критеріїв для велосипедних доріг та рівності велосипедистів з іншими учасниками дорожнього руху Відсутність інтеграції між велосипедними маршрутами, відсутність уніфікованого інформація про існуючі туристичні та міжміські маршрути, погана інфраструктура, незахищеність пт безпеки.
 [http://www.baatbg.org/veloturizym/43/]

Круїзний туризм

Круїзний туризм не відомий як природний, але в даному випадку це може бути можливість модернізувати існуючі розроблені туристичні маршрути річкою.

Дунай, орієнтуючись на іноземних туристів як користувачів цього виду туризму та популяризуючи природні об'єкти по обидва боки річки.

На даний момент Відін, Русе, Сілістра і Тутракан є зупинками для круїзного туризму по річці Дунай з болгарської сторони, які пропонують відвідування природних пам'яток - Белоградчіські скелі, печера Магура і Венец. Для румунської сторони постачання здійснюється переважно по дельті Дунаю.

На жаль, круїзний туризм не можна ототожнювати зі сталим туризмом. Він не забезпечує перебування туристів навколо туристичних об'єктів, не створює робочих місць у районі, і доходи від цього для місцевої влади є символічними.

2.4 Транспортна доступність транскордонного регіону

До всіх місць можна дістатися наземним транспортом, за винятком островів Дунаю - Ібіца, Вардін, Сібар, Козлодуй, Белен, Персіна, Пожарево, Дуранкулак і румунських морських островів Марє і Корбулуй. До всіх них можна дістатися водним транспортом - човнами і поромами.

Через територію проходить пан'європейський транспортний коридор №7, утворений річкою Дунай як внутрішньоконтинентальний зв'язок між Західною, Центральною та Східною Європою, з'єднує Європу та Азію, а через Чорне море здійснюється пряме сполучення з внутр. мережа навігаційних каналів Росії і

країн Каспійського басейну. По цьому коридору доступні такі об'єкти з болгарської частини маршруту: Студенець, р. Віт, Карабоаз, острів Вардім та гірло р. Янтра, ПП «Персіна» та Нікопольське плато.

Через муніципалітет Велико Тирново проходить магістральна залізнична лінія в напрямку Стара Загора - Горна Оряховиця, яка є частиною національної залізничної мережі. Він також є частиною Європейської угоди про основні міжнародні залізничні лінії (AGC), включаючи Русе - Г. Оряховиця - Стара Загора - Подкова і є складовою частиною пан'європейського транспортного коридору - ОЕТК № 9. Це також єдиний залізничний напрямок з наземним доступом до Румунії через Дунайський міст. Цей коридор знаходиться поблизу ділянки Тарновські висоти на болгарській частині маршруту в муніципалітеті Велико Тирново.

Для ділянки Суха Ріка можна використовувати залізницю. лінія Самуїл — Сілістра (відхилення від IX магістралі Русе — Варна).

Для східної частини маршруту можна використовувати прибуття в аеропорт Варни або порт Балчик або поромний комплекс Варни.

Болгарські морські та річкові порти державного значення мають достатню пропускну здатність для обслуговування пасажирів. Було побудовано портове сполучення громадського транспорту національного значення з національною мережею доріг і залізниць, а через річку Дунай також доступна європейська система каналів для внутрішнього водного транспорту. Проте в цілому стан значної частини транспортної мережі є незадовільним, що негативно позначається на максимально допустимих швидкостях, тривалості руху, комфорті та експлуатаційних витратах. Враховуючи активне використання дорожньої мережі болгарськими та іноземними туристами, необхідно терміново шукати рішення щодо інвестицій у транспортну інфраструктуру від відповідальних органів.

Для цілей та розвитку туристичного маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія», з об'єднуючою ланкою – річкою Дунай, найбільш привабливим є основний рух по

річці поромом або ін. пасажирський річковий транспорт як альтернативний шлях доступу до об'єктів.

Прикордонні пункти, які можуть з'єднати два запропонованих маршрути з обох боків кордону, встановлені таким чином, щоб максимально використати переваги транспортного сполучення між двома країнами. Ці прикордонні пункти проходять із заходу на схід наступним чином:

- ✓ Калафат (Долж)-Відін
- ✓ Бекет (Долж) - Оряхово
- ✓ Турну Магуреле (Телеорман) - Нікополь
- ✓ Гюргево (Giurgevo) - Русе
- ✓ Колораш (Колораш) - Силістра
- ✓ Вама Веке (Констанца) - Дуранкулак

2.5 Туристичні потоки в транскордонного регіоні Румунія-Болгарія

Залежно від походження та призначення відвідувачів можна виділити три види туризму:

- «внутрішній туризм» означає відвідування країни відвідувачами, які є резидентами цієї країни.
 - «в'їзний туризм» означає відвідування країни громадянами, які не є резидентами цієї країни.
 - «виїзний туризм» означає подорожі громадян країни за її межі.
- Виїзний туризм не розглядається в аналізі стратегії маркетингу та просування транскордонного маршруту, оскільки він не є цільовою групою.

Територія регіону «Охоронювана природна спадщина на території прикордонного регіону Румунія-Болгарія», розташована вздовж річки Дунай – водного кордону між Болгарією та Румунією, є найменш розвиненою територією з точки зору туристичної привабливості для обох країн . Як видно з безлічі природоохоронних територій, які становлять значну частину загальної площі

транскордонного регіону, територія задокументована як багата середовищами існування та видами рослин, що знаходяться під загрозою зникнення, згідно з положеннями європейського законодавства, але цей потенціал дуже слабкий представлений з точки зору його використання для розвитку регіону через популяризацію природних багатств і залучення тієї конкретної групи туристів, які цінують і турбуються про їх збереження.

Статистичний моніторинг, який регулюється в ЄС відповідно до Регламенту 692/2011 Європейського Парламенту та Ради про статистику європейського туризму, охоплює дані про всі категоризовані та функціонуючі заклади розміщення з 10 або більше ліжками та ночівлями та ночівлями за національними та іноземні громадяни, кількість ліжко-місць, номерів та ліжко-днів, виручка від ночівлі вітчизняних та іноземних громадян, статистичною одиницею вважається місце розміщення. Таким чином, прийнято враховувати та контролювати туристичні потоки. При аналізі розташування туристичного маршруту з точки зору туристичних потоків, офіційна статистика туристичних потоків міжнародного та внутрішнього туризму в двох країнах, а також зокрема в транскордонному регіоні вздовж річки Дунай, були розглянуті.

Таким чином, більше половини всіх туристичних поїздок жителів країн-членів ЄС у 2018 році були за кордоном. Це стосується Люксембургу, Бельгії, Мальти та Словенії (а також Швейцарії). Однак у Румунії, Іспанії та Португалії 10% або менше поїздок були за кордоном. Схоже, що на ці значення впливає як розмір, так і географічне розташування держав-членів (мешканці менших і північних країн, як правило, більш схильні подорожувати за кордон).

Для Болгарії та Румунії також зареєстрована позитивна динаміка туристичних потоків, виміряних кількістю ночівель.

Зона регіону охоплює з болгарської сторони округи Відін, Монтана, Враца, Плевен, Велико Тирново, Русе, Силистра і Добрич, а з румунської сторони — округи Мехединці, Долж, Олт, Телеорман, Джурджево, Калрас і Констанца.

Туристичні потоки досліджуються та реєструються в закладах розміщення або на сайтах, де стягується вхідна плата. На жаль, в

природоохоронних територіях така практика відсутня, за кількома винятками (наприклад, вхід у печеру, використання екскурсовода, катання на човні тощо). Тому місце розташування маршруту аналізується з точки зору туристичних потоків, вивчається за кількістю ночівель на території.

Вибір об'єктів природної спадщини, що охороняється, для визначення транскордонного туристичного регіону є наслідком методології з конкретними показниками, яким відповідають об'єкти. Аналіз потенціалу досліджуваних природних об'єктів для включення до екотуристичних маршрутів включає 3 основні показники: режим охорони та управління об'єктом, природну цінність і потенціал туристичної привабливості та розташування та взаємозв'язок з іншими туристичними об'єктами. У цьому відношенні концентрація об'єктів у східній частині румунського боку маршруту (понад 50%), що збігається з дельтою Дунаю, і пропозиція виділити туристичну територію в Національному туристичному генеральному плані Румунії на 2007-2026 рр. свідчить про консенсус у визначенні області як одного з шести туристичних регіонів Румунії. Статистика відвідувань сайтів також свідчить про найбільший інтерес до цієї частини країни, багатой на заповідні території та розвинену туристичну інфраструктуру та послуги.

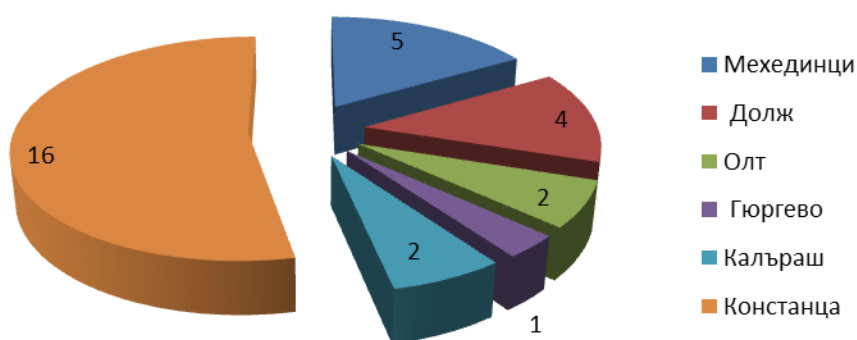


Рис. 2.2: Розташування туристичних об'єктів транскордонного маршруту по повітах Румунії.

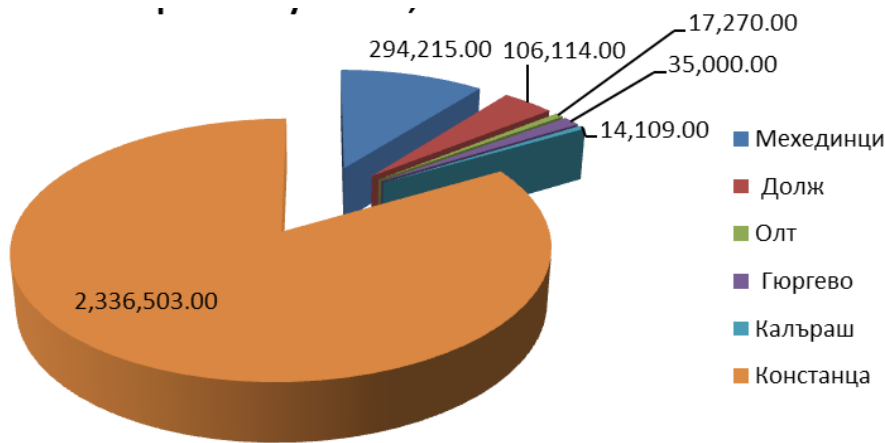


Рис 2.3: Відвідуваність туристичних об'єктів по округах Румунії, дані попереднього опитування, 2015 г.

На болгарській стороні маршруту ми спостерігаємо рівномірний розподіл ділянок уздовж річки Дунай. Інтерес і відвідуваність об'єктів в приморській частині і регіоні Плевен і Велико Тирново, природно, мають перевагу, через інший напрямок туристичного інтересу до цих областей в цілому - морський і культурно-історичний.

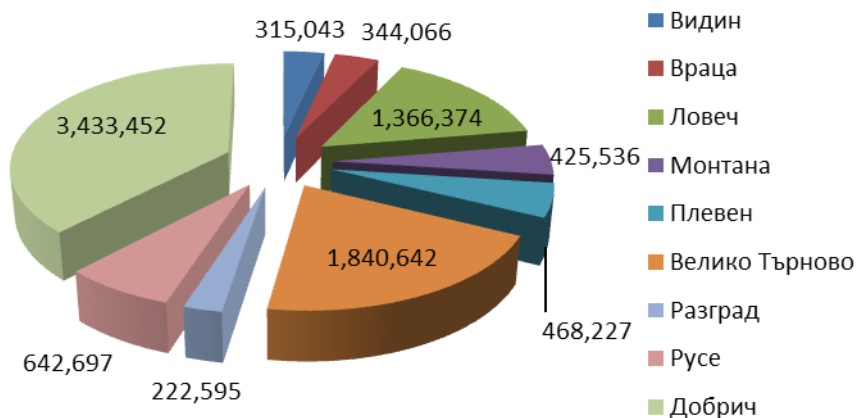


Рис 2.4 3: Відвідуваність туристичних місць Болгарії по регіонах, дані NSI.

Загалом регіон з румунського боку розташований нерівномірно вздовж

річки Дунай, з акцентом на східну та приморську частину, де зареєстровано більший туристичний потік, а також потенціал зацікавлених сторін. Для болгарської сторони розвиток регіону рівномірний як за розташуванням об'єктів, так і за туристичним потоком, з невеликою перевагою чорноморської частини.

2.6 Умови для туристичних відвідувань – туристична інфраструктура

Туристична інфраструктура на території транскордонного регіону Болгарія - Румунія може бути узагальнено визначена в наступних категоріях:

Місця проживання та харчування

Інфраструктура доступності

Додаткова інфраструктура

Місця проживання та харчування

З точки зору місткості та порівняно з туристичним попитом на даний момент, інфраструктура розміщення в цьому районі цілком достатня, з рівнем зручності, нижчим за середній, і з категорією, яка відповідає попиту.

У Румунії регіон пропонується з нерівномірним розподілом місць, і одним із критеріїв відбору місць є саме наявність туристичної інфраструктури. Однак висока природна цінність заповідних територій у Думбравені - долина річки Урлуя - озеро Ведероаса, Радомирський ліс, коридор річки Жіу, Чуперчені-Деса, гирло річки Олт при впадінні та в Дунаї, Дунай у горлі Маре - Маглавіт і Vanjou Mаре взяв першість у виборі об'єктів туристичного маршруту, незважаючи на низьку або не надто розвинену туристичну інфраструктуру для розміщення на даний момент.

У Болгарії об'єкти розподілені рівномірно, але з точки зору наявності місць проживання та харчування на маршруті є об'єкти, в яких відсутня туристична надбудова. Це Арчар - Орсоя, Болото Цибар - острів Цибар - Златітія, Островське Блато - Островський степ, Студенець, річка Віт, острів Вардім, Студена Река - Рибалки Хаджі Димитрово, Калімок - Брашлен - Боблата, Пожарево - Ворон, Суха Река, долина р. річки Батова. Звичайно, в безпосередній близькості від населених пунктів є всі умови для перебування туристів, що є однією з умов

вибору цих заповідних територій, і це одна з цілей маршруту – популяризувати весь Придунав'я як територія особливо багатой природной спадщини.

Інфраструктура доступності

За результатами виїзних візитів для вивчення додаткової інформації щодо поточного стану туристичної інфраструктури було зроблено наступні висновки, важливі для формулювання стратегічних завдань реалізації маркетингових цілей Стратегії просування туристичний маршрут «Охоронювана природна спадщина території транскордонного регіону Румунія-Болгарія».

Налагоджено розвинену мережу доріг та під'їзд до конкретних об'єктів траси, якість якої є хорошою на дорогах республіканського першого класу та гіршою (різною мірою) на дорогах другого та третього класу комунальної дорожньої мережі. в обох країнах. Деякі ділянки вздовж річки Дунай важкодоступні. Найкращий доступ на автомобілі до природних парків і природних визначних пам'яток, які складають основну частину маршруту - для Болгарії - Белоградчіські скелі, Карлуковський карст, Божий міст, Ботанічний сад в Балчику, комплекс Каліакра, а для Румунії - дельта Дунаю, озеро Текіргьол, Мис Аврора, акваторія Вама Веке, озеро Зютголь, морська зона навколо мису Тузла.

Наявність вказівних та інформаційних вказівників також мізерна, туристам дуже важко самостійно зорієнтуватися на туристичних точках маршруту поза основними. На більшості сайтів відсутня інформація іноземними мовами. Мережа центрів туристичної інформації в Болгарії добре розвинена, але вона підтримується муніципалітетами і рідко працює у вихідні дні. З румунського боку є туристичний центр у біосферному заповіднику Дельта Дунаю та в національному парку Домогляд – долина річки Черня, а також є інформаційні пункти в природному парку Залізні ворота та природному парку Комана.

Мобільний інтернет, вода та електрика є всюди по маршруту. Згідно з даними муніципалітетів та обласних адміністрацій, стан водопровідної та каналізаційної мережі знаходиться в дуже поганому стані та сильно зношений.

У румунській частині необхідне більш точне планування часу відвідування

маршруту, з точки зору варіантів розміщення та відстані від інших визначних місць.

Додаткова інфраструктура

Екодоріжки, велосипедні доріжки, туристичні притулки тощо розглядаються як додаткова інфраструктура, яка сприяє підвищенню якості туристичних атракцій.

Встановлено, що існує багато маркованих маршрутів, екодоріжок, велодоріжок, центрів для відвідувачів – лише в основних місцях маршруту – природних (для Румунії та 1 національного) парків, заповідників та природних пам'яток. Другорядні сайти мають погано розвинену або відсутню додаткову інфраструктуру.

У парків є бюджети, а також фінансування за різними міжнародними програмами фінансування, за допомогою яких була побудована додаткова інфраструктура.

Муніципалітети також сприяють покращенню додаткової інфраструктури шляхом фінансової підтримки програм і проектів. Необхідно побудувати таку інфраструктуру в додаткових об'єктах маршруту, особливо вказівників та інформаційних табло для орієнтування індивідуальних туристів, а також створити GPS-карти маршруту.

Дорожня інфраструктура на території траси є власністю відповідної держави чи муніципалітету. Інфраструктура необхідна не лише для розвитку туризму, а й для мобільності населення та бізнесу та для розвитку економічної діяльності, частиною якої є туризм. Для потреб розвитку транскордонного шляху заходи щодо покращення інфраструктури пов'язані переважно з будівництвом доповнюючої інфраструктури, в т.ч. інформаційні щити, більше інформаційних центрів і, насамперед, успішна реклама маршруту та природного потенціалу регіону. Після реєстрації підвищеного інтересу з боку любителів природного туризму очікується реакція як бізнесу – щодо пропонованих послуг, так і державної чи муніципальної влади – щодо задоволення потреб регіону.

Популяризація природних багатств і безліч природоохоронних територій

різного ступеня тяжкості передбачає залучення нішевих туристів, які віддають перевагу екологічному, альтернативному та сільському туризму. Обмеження природоохоронних територій також впливають на інвестиції в деякі види інфраструктури, але мета маркетингової стратегії туристичного маршруту полягає в тому, щоб створити визнання транскордонного регіону Румунія-Болгарія та зробити його кращим місцем для природного туризму шляхом будівництва емоційний зв'язок між пунктом призначення та користувачами. Регіон орієнтований на екологічний та природний, пішохідний та велосипедний туризм, що відповідає існуючим обмеженням природоохоронних територій, альтернативу стандартному, масовому туризму як способу пересування та філософії.

2.7 Туристичне районування в Румунії та Болгарії

Концепція туристичного районування Болгарії

Туристичне районування, запропоноване в Концепції туристичного районування Болгарії, є передумовою для розвитку конкурентоспроможного туризму, реалізації регіональної туристичної політики з урахуванням територіальних особливостей і специфіки різних частин країни та впровадження ефективного регіонального маркетингу, щоб зробити туристичні території відомими потенційними туристами та успішно просувати їх як усередині країни, так і за кордоном.

Дунайський регіон є найбільшим із запропонованих у концепції регіонів за територією та кількістю муніципалітетів і другим за чисельністю населення після Софії, незважаючи на його великий розмір (24% території та 19% населення) і слабкі показники щодо кількості зареєстрованих ночівель (2,5% від загальної кількості по країні) та менше ніж 20 млн левів доходу від ночівель (2,2%). Його показники концентрації туризму вкрай низькі – щільність ліжок (у 0,3 або 26 разів нижча від середнього по внутрішніх районах країни) та

туристична інтенсивність (у 0,4 або 23 рази нижча від середнього по внутрішніх районах). Згідно з аналізом Концепції туристичного районування Болгарії, дані не вказують на оптимістичний варіант існування Дунайського туристичного регіону. Не випадково цей регіон як потенціал був відсутній у схемах туристичного районування Болгарії в минулому. Вперше в національному стратегічному документі щодо розвитку туристичних територій Болгарії Дунайський регіон виділяється як туристичний потенціал.

Пропозиція базової та розширеної спеціалізації туристичного районування для Дунайського регіону така: базова спеціалізація: культурний та круїзний туризм та розширена спеціалізація: культурно-історичний туризм, річковий круїзний туризм, пригодницький та екотуризм, міський дозвілля та шопінг-туризм, винний та кулінарний туризм, релігійний та паломницький туризм.

Звичайно, ця пропозиція є орієнтовною і жодним чином не зобов'язує регіон до певних видів спеціалізації туризму.

Згідно з опитуванням зацікавлених сторін, найбільшою перевагою території транскордонного маршруту є річка Дунай і багата природна та культурна спадщина. Види туризму, визначені респондентами як придатні, це екологічний, пішохідний та організований туризм, як найбільш придатні для транскордонної території. Велосипедний туризм також був визначений як відповідний, поєднуючи спорт з турботою про навколишнє середовище та звичною частиною природи.

Концепція туристичного районування Румунії має на меті розвиток конкурентоспроможного туризму шляхом впровадження ефективної регіональної туристичної політики, урахування територіальних особливостей та специфіку різних частин країни. Така концепція передбачає створення туристичних районів, які стануть відомими та привабливими для потенційних туристів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Одним з потенційних туристичних районів Румунії є Дунайський регіон, який є найбільшим з запропонованих у концепції за територією та кількістю муніципалітетів. Незважаючи на його великий розмір, цей регіон має слабкі

показники щодо кількості зареєстрованих ночівель та доходу від ночівель. Його показники концентрації туризму також є низькими порівняно з іншими внутрішніми районами країни.

Проте, згідно з аналізом Концепції туристичного районування Болгарії, дані не свідчать про оптимістичний варіант існування Дунайського туристичного регіону. У минулому цей регіон не був визнаний потенціалом у схемах туристичного районування Болгарії, проте вперше в національному стратегічному документі щодо розвитку туристичних територій Болгарії Дунайський регіон виділяється як туристичний потенціал.

Пропозиція базової та розширеної спеціалізації туристичного районування для Дунайського регіону включає культурний та круїзний туризм як базову спеціалізацію. Розширена спеціалізація включає культурно-історичний туризм, річковий круїзний туризм, пригодницький та екотуризм, міський дозвілля та шопінг-туризм, винний та кулінарний туризм, релігійний та паломницький туризм. Варто зазначити, що ця пропозиція є орієнтовною і не зобов'язує регіон до певних видів спеціалізації туризму.

За результатами опитування зацікавлених сторін, річка Дунай та багата природна та культурна спадщина вважаються найбільшими перевагами території транскордонного маршруту. Екологічний, пішохідний та організований туризм були визначені респондентами як найбільш придатні види туризму для цієї території. Також велосипедний туризм був відзначений як відповідний, оскільки він поєднує спорт з екологічною свідомістю та натуральним оточенням.

Ця інформація надає загальний огляд концепції туристичного районування Румунії і специфічної ситуації Дунайського регіону в рамках цієї концепції.

2.8. Ринкові позиції та ринковий потенціал туристичного регіону

Методом дослідження потенціалу ринку є суб'єктивний метод, при якому аналізується інформація про внутрішній і зовнішній ринок і загальні характеристики: розмір ринку; переважні види туризму; економічні аспекти; структура поїздок тощо. При підготовці аналізу були використані офіційні джерела інформації (документи Міністерства туризму, дані NSI, муніципалітетів тощо), а також результати опитування, проведеного серед туроператорів та туристичних інформаційних центрів. Було проаналізовано інформацію про наявні ресурси, тенденції розвитку туризму, профіль туриста та його вподобання та опитування серед туристичних операторів та зацікавлених сторін у районі маршруту.

Аналіз порівняльних конкурентних переваг туристичного регіону.

При виборі переваг маршруту конкурентів за «зразковим» маршрутом порівняння Донауштайг (Баварія – Австрія) використовувався ряд критеріїв оцінки та питань. Мета полягає в тому, щоб під час порівняльного аналізу висвітлити ці відмінності, які можна використовувати як перевагу при пропозиції подібного типу продукту – туристичного маршруту.

Значення продукту: Поєднання багатьох об'єктів з високою міжнародною охороною та значенням, а також різноманітних за природою об'єктів, розташованих на відносно невеликій території, призводять до позитивної оцінки значущості продукту. **Специфіка продукту:** об'єднує об'єкти під егідою ЮНЕСКО, 2 біосферних заповідника (Дельта Дунаю та Срібна) та 8 об'єктів RAMSAR – надзвичайно важливих для специфічних нішевих туристів.

Перевага продукту порівняно з аналогічними маршрутами: водний кордон річки Дунай між Болгарією та Румунією є найменш розвиненою територією з точки зору туризму порівняно з рештою річки. Це обмеження можна використовувати як конкурентну перевагу перед іншими туристичними продуктами вздовж річки Дунай, які вже освоєні та відомі любителям природи. Невідома частина річки, багате біорізноманіття, в т.ч. Дельта Дунаю, які водночас знаходяться в Європі та легкодоступні, мають потенціал, щоб

перевершити при виборі маршруту.

Охороноздатність продукту: Наявність унікальних екосистем з унікальними середовищами існування також має важливе значення для розвитку цього виду туристичного продукту. Одним із завдань маркетингової стратегії є запропонувати завдання для формування єдиного бренду транскордонного маршруту. Це відбуватиметься у конструктивному діалозі з державними органами влади, відповідальними за політику розвитку туризму, та всіма зацікавленими сторонами.

Унікальність продукту: Маршрут «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» пропонує унікальні об'єкти охоронюваної природної спадщини вздовж річки Дунай – природні об'єкти, які охороняються ЮНЕСКО, біосферні заповідники, національні та природні парки та різноманітна флора і фауна з європейської мережі Natura 2000. З іншого боку, відвідування природно-заповідних територій уздовж маршруту дає можливість ознайомитися з різноманітними культурними та історичними пам'ятками, традиційними подіями та звичаями господарів з різним способом життя та культури, з ключовим географічним положенням – близька відстань до Європи, Азії. і Близький Схід.

Ефективність: ефективність продукту буде досягнута з точки зору його цінової стратегії. Нижчі витрати виробництва, нижчі кінцеві ціни для споживачів порівняно з країнами Західної та Центральної Європи через нижчий стандарт у Болгарії та Румунії. Низькі ціни на проживання та достатня база проживання в території навколо траси. Ціна є одним із факторів при виборі подорожі для туристів.

У стратегії маркетингу та просування маршруту туристичного продукту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» застосовано диференційований підхід при виборі конкурентних переваг продукту, підкреслюючи його унікальність, специфічність, значимість і досконалість у порівнянні з маршрутом «Донауштайг Баварія – Австрія».

Аналіз ринкового потенціалу туристичного маршруту

Ринковий потенціал території розглядається з точки зору наявних ресурсів, тенденцій туристичного попиту та поведінки та визначення профілю туриста, на якого має бути спрямована маркетингова стратегія продукту - туристичного маршруту.

Природні ресурси:

Транскордонний регіон складається з численних природних пам'яток різного характеру та пропонує унікальні об'єкти охоронюваної природної спадщини вздовж річки Дунай. Природні ресурси для Румунії є найпривабливішим ресурсом для розвитку туризму, а для Болгарії другим за значимістю ресурсом після культурно-історичної спадщини.

Об'єкти розміщення туристів: з точки зору пропозиції, оцінки показують, що в 2015 році в ЄС-28 працювало трохи більше 578 тисяч об'єктів розміщення туристів із загальною ліжковою базою понад 31 мільйон місць. Майже третина (32,1 %) усіх ліжок у ЄС-28 зосереджена лише у двох державах-членах ЄС, а саме у Франції (5,1 мільйона ліжок) та Італії (4,9 мільйона ліжок), за якими йдуть Велика Британія (дані 2013 року), Іспанія та Німеччина.

Тенденції: За останні роки в цілому спостерігається тенденція до збільшення кількості ночей у туристичних закладах розміщення та зменшення терміну перебування. Після падіння, зафіксованого внаслідок фінансово-економічної кризи у 2008 та 2009 роках, у 2010 році кількість ночівель зросла на 4,7%, і ця позитивна тенденція продовжилася зі зростанням на 3,3% у 2011 році, 4,4% у 2012 році, 2,2% у 2013 році та 1,5% у 2014 році. У 2015 році кількість ночей у туристичних закладах ЄС-28 досягла максимуму в 2,8 мільярда ночей, що на 3,8% більше, ніж у 2014 році.

У 2015 році спостерігалася позитивна динаміка щодо участі населення різних країн у туристичних поїздках. На останніх місцях у цьому рейтингу знаходяться Болгарія та Румунія – менше 30% населення бере участь у туристичних поїздках.

Туристичні візити

У Румунії кількість ночівель у туристичних районах демонструє постійне зростання, хоча дельта Дунаю, як окремий незалежний регіон, є найменш розвиненим у всій країні, якщо не рахувати повіт Констанца. Найбільша частка туристичних поїздок в Румунії припадає на внутрішній туризм, що становить майже 73% від загальної частки туристів. Лише за минулий 2016/2017 рік зростання внутрішнього туризму склало 6%, іноземного – 15%. Згідно з даними Національного статистичного інституту, за минулий рік у Румунії зростання туризму зросло більш ніж на 6% порівняно з серпнем 2016 року, із зареєстрованими 1693,9 тисячами ночівель. Щодо розподілу туристичних відвідувань за повітами з маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія», абсолютним фаворитом є повіт Констанца, за яким іде повіт Мехідінці.

Болгари, які залишилися на ніч, розподілені за регіонами більш рівномірно, причому найбільша частка припадає на Причорномор'я (всього) та Ріло-Пірінську область. Привабливими для зовнішніх ринків є території, що пропонують масовий морський та гірськолижний туризм, а також Софія як столиця та місце призначення для ділового та міського туризму. Решта напрямків, що спеціалізуються на альтернативних видах туризму, більш популярні на внутрішньому ринку. Найменшу частку в цій статистиці мають Дунайський регіон разом із Долиною троянд. У шести туристичних регіонах Болгарії домінуючим сегментом ринку є Болгарія. У двох чорноморських регіонах і в Софії традиційно переважають іноземні туристи. У цих регіонах співвідношення болгар до іноземців становить 1:2 на користь іноземців. Однак це не так у районах туристичних маршрутів. Там ночівлі, реалізовані іноземцями, значно менші, ніж ночівлі болгар, за винятком регіону Добрич, де є прибережні муніципалітети з великим туристичним потоком, наприклад, на курорті Албена. Реалізовані ночівлі на болгарській стороні туристичного маршруту становлять 14,41% від загальної кількості реалізованих ночівель у країні за 2015 рік.

Профіль туриста

Характеристики туристів, зроблені в Національній стратегії сталого розвитку туризму в Республіці Болгарія, 2014-2030 (оновлена версія 2017, стор. 45-48) щодо болгарських та іноземних туристів, дають наступний опис:

Болгарський турист зі столиці або південно-західного регіону планування, високо або помірно активна людина, яка шукає нижчу ціну на послугу, особисту безпеку та збережену природу в пункті призначення та можливість відпочинку (релаксації) важливо для вибору місця призначення, він віддає перевагу морському, культурному, гірському та загалом – оздоровчому туризму (бальнео, оздоровчий та спа). Вибір виду туризму залежить від віку та рівня активності мандрівника. Зростає кількість людей, пов'язаних з природою та екологічним способом життя, з вимогами до відповідного використання природних ресурсів та практики сталого туризму. Інформує про поїздки з Інтернету. Середня вартість 1 поїздки 189 лв. Середня тривалість поїздок 1-3 дні.

Профіль болгарського туриста, визначений опитуваннями: демонструє інтерес до річки Дунай як найбільшої переваги транскордонного регіону з точки зору туристичної привабливості разом із наявністю охоронюваних територій (Natura 2000) і багатою культурною та історичною спадщиною. Він є прихильником менш популярних напрямків і схильний платити за туристичні послуги, але в межах середньої денної зарплати по країні (близько 20 левів), хоча він не має хорошої оцінки туристичних послуг у цьому районі. Існуючу транспортну доступність, природні пам'ятки, культурно-історичну спадщину та доступну туристичну інфраструктуру на об'єктах оцінюють як добрі. Віддає перевагу індивідуальним формам туризму, організованому груповому туризму з гідом та індивідуальному туризму з гідом.

Іноземні туристи в основному відвідують країну для відпочинку. Найважливішими факторами для вибору місця призначення є умови розміщення та обслуговування, клімат, природа та чистота або принаймні уявлення про них, безпека, можливість огляду визначних пам'яток. Під впливом реклами при виборі місця призначення. Термін перебування іноземців становить від 5 до 6 ночей влітку та 4-5 в інші пори року. Іноземні туристи активні – вони поєднують

враження та отримують максимум задоволення від кожної відпустки. Вони витрачають в середньому 906 левів за відвідування.

Основні висновки щодо профілю туриста в Румунії, зроблені в Румунському національному туристичному генеральному плані на 2007-2026 рр., можна підсумувати таким чином: молоді люди віком від 20 до 29 років і туристи віком від 30 до 39 років, поінформовані через друзів, туристичні оголошення та Інтернет, активні люди, які витрачають від 25 до 85 євро на день.

Тенденції розвитку туризму в європейському та світовому аспекті свідчать про постійну активність поїздок європейців за кордон, особливо жителів Ірландії, Нідерландів, Данії, Фінляндії, Великої Британії, Німеччини, Австрії, Бельгії, Естонії. Це також країни з вищим рівнем життя. Серед балканських країн активнішими у туристичних поїздках є Хорватія, Чехія, Словаччина, Латвія та Польща. Це також потенційні зовнішні туристичні ринки для маршруту, що є предметом маркетингової стратегії.

Характеристики туристів, зроблені в Національній стратегії сталого розвитку туризму в Республіці Болгарія, 2014-2030 (оновлена версія 2017, стор. 45-48) щодо болгарських та іноземних туристів, дають наступний опис:

- Серед традиційних ринків для болгарського туризму – самі болгари.
- Серед традиційних зовнішніх ринків Болгарії – Балканські країни, Польща, Угорщина, Німеччина та Росія.
- У 2015 році Болгарія привернула найбільше відвідувачів з Румунії, Греції та Німеччини.

При виборі пріоритетних ринків для маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» маркетингові цілі будуть спрямовані на туристів наступного профілю:

- **Західна Європа** – туристи з високою купівельною спроможністю, висока інтенсивність

поїздки за кордон і вищий бюджет, ніж середній турист по країні (наприклад, Великобританія, Німеччина та Швеція).

- **Східна Європа** - країни колишнього соціалістичного блоку - реєструються історична близькість і пам'ять про болгарський туристичний ринок, незважаючи на їх нижчу купівельну спроможність. Країни Східного блоку мають спільний інтерес до своїх туристичних ринків, близьких культур, мов і релігій. **Сегментований ринок для конкретних форм туризму** – любителів природи, велосипедні, спелеонтологічні, освітні та наукові, що поєднують природні з культурними та емоційними враженнями - орієнтовані на любителів природи, людей, які відповідально ставляться до природи та цікавляться природою, авантюристичних та відкритих для знайомства з найменш популярною частиною річки Дунай, а не претензійних про високу якість туристичних послуг.

2.9. SWOT аналіз

Сильні сторони

1. Нова та незвідана територія як туристичний напрямок
2. Велика різноманітність заповідних природних об'єктів і природних туристичних визначних пам'яток
3. Різноманітні культурно-історичні доповнення
4. Наявність передового досвіду розвитку туристичних маршрутів річкою Дунай
5. Потенціал для децентралізованого управління спільним транскордонним маршрутом у партнерстві з усіма зацікавленими сторонами
6. Наявність туристичної інфраструктури
7. Наявність добре розвиненої мережі доріг і транскордонного сполучення між Болгарією та Румунією
8. Наявність уже сформованого ринку природного (еко) туризму з потенціалом повторного відвідування туристами
9. Включено популярні об'єкти високої природної цінності, які є основною частиною маршруту

10. Наявність європейської стратегії розвитку Дунайського регіону – чітко виражена воля до успіху
11. Конкурентні ціни на туристичні продукти в Болгарії та Румунії.

Слабкі сторони

1. Відсутня однорідність призначення
2. Відсутність чіткого іміджу транскордонного Дунайського регіону
3. Обмеження розвитку туризму на заповідних територіях
4. Постійний дисбаланс між туристичною надбудовою та інфраструктурою
5. Низька якість туристичної інфраструктури (низька категорія ночівлі, доступність, водопостачання, оздоровлення)
6. Забруднення в деяких частинах Дунаю (місцеве, промислове)
7. Стійке транскордонне співробітництво ще не розвинене (тільки на основі проекту)
8. Незначна промоція регіону
9. Низька конкурентоспроможність туристичних пропозицій
10. Моноструктурний розвиток туризму - сильна сезонність
11. Демографічні, економічні та соціальні проблеми в транскордонному регіоні
12. Немає спеціальної відповідальної структури, відповідальної за розвиток транскордонної території як екодестинації
13. Місцевим людям бракує знань про природоохоронні території
14. Бракує узагальненої інформації з реалізованих проектів та створених туристичних продуктів вздовж річки Дунай – маршрутів, стратегій, досліджень тощо.

Можливості

1. Можливість розвитку «зеленого туризму»
2. Розширення програм транскордонного співробітництва
3. Наявність попиту на «нові» продукти та пам'ятки з боку туристів
4. Можливість скористатися величезним досвідом країн Західного Дунаю
5. Фінансова підтримка ЄС для вирішення інфраструктурних проблем
6. Інтерес ЗМІ
7. Активний національний та регіональний маркетинг, реклама та просування туризму
8. Побудова впізнаваного бренду на транскордонному туристичному маршруті
9. Поєднання природного з культурно-історичним туризмом
10. Підвищення самосвідомості туристів, спрямованих на захист природи

Погрози (втрати)

1. Виникнення потенційного конфлікту між різними організаціями, що представляють зацікавлені сторони в маршруті
2. Політична чи економічна невизначеність
3. Потенційна загроза охороні заповідних територій під час розвитку туризму
4. Наслідки зміни клімату (повені тощо в туристичній зоні)

РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЇ З ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТРАНСКОРДОННОГО РЕГІОНУ РУМУНІЇ-БОЛГАРІЇ

3.1 Бачення розвитку регіону

Після відображення особливостей транскордонного регіону було запропоновано три версії бачення, з яких було обрано, випробувано та затверджено остаточний варіант. З метою визначення бачення розвитку маршруту було здійснено перегляд окремих бачень у поточних стратегічних документах на європейському, національному, регіональному та транскордонному рівнях. За результатами розгляду Замовнику було запропоновано три варіанти визначеного бачення, які були адаптовані до специфіки продукту, а також до його конкурентних переваг. Бачення є коротким описом ідеї розвитку туризму, зокрема природного туризму в транскордонному регіоні Румунія-Болгарія.

Бачення є важливою частиною стратегії. Він відображає кінцевий бажаний результат у довгостроковій перспективі, досягнення якого є предметом Стратегії, що розробляється в рамках цього наказу. Згідно з «Методологією стратегічного планування в Республіці Болгарія», бачення має бути: надихаючим – ясним і викликаючим; фокусування - дає мету і спрямованість; орієнтований на майбутнє – враховує хороші речі минулого; керівний – дає орієнтири, не обмежуючись, але спрямовані на подолання соціально значущих проблем, висвітлених у аналізі галузі; стійкий – дає довгострокову перспективу».

Бачення розвитку регіону: Розвиток туристичного регіону «Охороняється природна спадщина на території прикордонного регіону Румунія-Болгарія» має на меті створити впізнаваність прикордонного регіону Румунія-Болгарія та зробити його кращим місцем для природного туризму шляхом побудови емоційного зв'язку між місцем призначення та користувачами. Зміцнення території як продукту об'єднає зусилля та залучить підтримку всіх зацікавлених сторін для максимізації соціально-економічних ефектів для місцевого населення.

Розвиток території як туристичного продукту має базуватися на повазі до навколишнього середовища, захисті біорізноманіття та сталому використанні природні ресурси на заповідних територіях.

Основний вид туризму – екологічний та природолюбний, пішохідний та велосипедний туризм, за існуючі обмеження щодо природоохоронних територій. Додатковий вид туризму - сталий туризм з відповідальним ставленням до природних ресурсів.

Це бачення базується на розумінні того, що природний туризм є найбільш логічним варіантом розвитку транскордонного регіону. Його просування призведе до його перетворення на економічний двигун збереження природного капіталу. Бачення передбачає розробку різноманітних і взаємодоповнюючих фінансових механізмів, включаючи пряму підтримку прямих природоохоронних заходів, компенсацію за втрачену вигоду при регулюванні використання та оплати ринкових екосистемних послуг. Бачення гарантує, що відвідування заповідних територій здійснюватиметься відповідально, створюючи можливість для господарської діяльності місцевого населення. Дотримуючись бачення, можна також розвивати додатковий тип туризму, створюючи додаткову вартість до природних пам'яток шляхом включення об'єктів культурного та історичного значення. Водночас стимулюватиметься регіональний розвиток та створення постійної зайнятості.

Як обґрунтування для формулювання вищеописаного бачення можна додати результати стандартизованих інтерв'ю та опитування за допомогою анкет у процесі підготовки Стратегії, згідно з якими екологічний, пішохідний та організований туризм визначені як найбільш придатні для транскордонний регіон. Велосипедний туризм респонденти також вважають доцільним, оскільки він поєднує спорт із турботою про довкілля та знайомство з природою.

Сучасне бачення також посиляється на бачення, сформульоване в 2011 році в день річки Дунай - 29 червня, коли міністри та представники делегацій з Румунії, Болгарії, Сербії та Хорватії під час «Дунайської плавучої конференції» «Блакитного тижня» представили перші кроки в реалізації бачення того, як міг

би розвиватися Середній і Нижній Дунай: регіон із різноманітними туристичними об'єктами, розміщенням усіх категорій, розвинутою інфраструктурою, широкою мережею велосипедних доріжок і розвиненими водними видами спорту, регіон, який би кожен хотів відвідати та відкрити для себе його незайману природу та культурно-історичні пам'ятки (DCC, 2011).

Очевидно, що співпраця є запорукою майбутнього розвитку. Конкуренція між різними країнами вздовж Дунаю може мати деякі безпосередні переваги, але в довгостроковій перспективі без спільної стратегії регіон не зможе конкурувати з іншими подібними регіонами, наприклад, Балтійським морем. Однак розвиток туризму в Дунайському регіоні залежить від ряду факторів:

- Будівництво нової та гармонізація існуючої інфраструктури;
- покращення екологічних умов у Дунаї;
- розвиток сучасної системи освіти та підготовки кадрів у сфері туризму;
- по річці Дунай;
- розвиток територіального співробітництва переважно між країнами ЄС – Середнім і Нижнім Дунаєм.

3.2. Маркетингова та комунікаційна політика

Маркетингово-комунікаційна політика або маркетинг-мікс - це основа, яка спрямована на охоплення конкретного туристичного продукту в цілому, а не на рівні конкретних об'єктів, що складають туристичний маршрут. Для його розробки використано розгорнуту модель маркетинг-міксу з 7-П, яка використовується в туризмі: 1. Продукт; 2. Ціна; 3. Місце; 4. Реклама; 5. Люди (кадри); 6. Процеси; 7. Фізичне середовище. Ця суміш аналізує все, що пропонує туристичний маршрут, і є основою для створення стратегії маркетингу та просування.

Маркетинг-мікс є потужним інструментом управління окремими елементами планування туристичної системи. Інструменти комплексу

маркетингу використовуються по-різному на різних етапах життєвого циклу продукту. Кожна фаза передбачає різне поєднання (комбінацію) елементів, щоб впливати або підтримувати певний ритм реалізації конкретного продукту. Інструменти маркетинг-міксу використовуються для впливу на споживачів (туристів), зокрема для спонукання їх купувати або споживати конкретні туристичні продукти (програми, пакети) за привабливими для них цінами (з різними видами бонусів і знижок), через різні форми розподілу (розміщення). У тому числі через прямих чи опосередкованих посередників на основі вираженої комунікаційної (рекламної та рекламної) політики.

1. Продукт – в рамках стратегії можна створювати різні туристичні продукти, адаптовані як до основного, так і до другорядних маршрутів. Продукти повинні бути адаптовані до можливостей розміщення у відповідних населених пунктах. З попереднього дослідження зрозуміло, що на даний момент недостатньо добре розроблених комплексних продуктів, але є потенціал для розвитку природного організованого та незалежного туризму. Регіон має потенціал для нішевого туризму, пов'язаного зі спостереженням за птахами, дослідженням флори та фауни. Не можна нехтувати можливостями велосипедного туризму, а також екологічного туризму в поєднанні з відвідуванням культурних та історичних пам'яток.

2. Ціновий - підхід до цін пропонованих туристичних продуктів повинен бути диференційований залежно від цільової групи, на яку спрямований продукт.

3. Місце - розташування туристичного маршруту має великий потенціал, оскільки знаходиться в транскордонному регіоні з унікальною природою. Однак при проектуванні продуктів необхідно враховувати доступність, розташування кожного майданчика та наявну інфраструктуру.

4. Реклама – Необхідно розробити єдину комунікаційну платформу – спільний сайт транскордонного регіону, який демонструватиме всі його можливості.

Метою рекламної стратегії є підвищення поінформованості про транскордонний регіон Румунія – Болгарія як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Рекомендовано активізувати участь у туристичних ярмарках і виставках.

5. **Люди (персонал)** - правильне використання людського потенціалу є найважливішим у розробці нового туристичного продукту. У цьому випадку під час розробки та просування маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» важливо мати хорошу взаємодію між місцевим населенням та туристами. Залучення людських ресурсів після місцевого населення може призвести до розвитку нових, додаткових послуг, таких як розвиток місцевих традиційних ремесел. Підвищення загальної та спеціальної підготовки всіх людей у регіоні, які займаються або планують займатися туризмом та обслуговуванням клієнтів, природно призведе до збільшення кількості робочих місць серед місцевого населення.
6. **Процеси** – ведення процесу реалізації маркетингової стратегії просування туристичного маршруту призведе до результатів, пов'язаних із загальним розвитком регіону. Стандартизація комунікацій, залучення туроператорів та збільшення туристичного потоку в транскордонному регіоні призведе до збільшення інвестицій та покращення інфраструктури.
7. **Фізичне середовище** – у транскордонному регіоні фізичне середовище потребує суттєвих покращень, починаючи від будівництва діючих інформаційних центрів, закінчуючи встановленням та ремонтом розпізнавальних знаків і табличок і закінчуючи забезпеченням транспортного доступу до деяких з сайти. Не варто залишати без уваги об'єкти, які є важкодоступними, але є привабливими та викликають туристичний інтерес.

Рекомендації щодо попереднього перегляду продукту

- Мати чітку ідентичність;
- Автентичність збережена;

- Запам'ятовується, впізнаваний і відрізнити від інших;
- Цінний для окремих сегментів ринку
- Викликання позитивних емоцій у потенційних користувачів.

Рекомендації щодо розвитку бренду

Успішний бренд – це впізнаваний продукт, послуга, місце, позиціоновані та представлені таким чином, що, купуючи їх, споживач отримує додаткову цінність, яка задовольняє його потреби краще, ніж конкуренти. Сильний бренд, його більш широке поширення та визнання серед клієнтів сприятиме охопленню більшої кількості користувачів туристичних послуг. Бренд створює чітку ідентичність, привабливий, автентичний вигляд. Це обіцянка, прохання чогось цінного, пам'ятного, впізнаваного, відмінного від інших.

Вимоги до застосування загального бренду

- Бренд повинен бути присутнім у кожному акті маркетингової діяльності;
- Бренд має бути доступним для всіх, хто працює та розвиває бізнес у транскордонному регіоні.

Маркетингові цілі

Поточні маркетингові цілі деталізують бачення Стратегії. Сформульовані довгострокові, середньострокові та короткострокові цілі. Довгострокові пов'язані зі стратегією, розподілом і перерозподілом ресурсів; короткостроковий здебільшого стосується тактики, тоді як середньостроковий зосереджуватиметься на ефективному використанні ресурсів.

Довгострокові цілі

- Підвищити обізнаність про транскордонний регіон Болгарія – Румунія та, зокрема, про туристичний маршрут «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія – Болгарія»;
- Розвивати та нав'язувати регіональний бренд Дунайського регіону як кращого місця для практики природного туризму в регіоні, багатому на заповідні території;
- Підвищувати якість існуючих послуг та розвивати нові шляхом навчання гідів,

аніматорів та туристичного персоналу;

- Інтегрувати природоохоронні території та бути функціонально пов'язаними з туристичними територіями, що дозволяє використовувати їх для туризму та інших видів сталої діяльності;
- Залучити достатню кількість туристів, щоб сприяти відродженню місцевої економіки, зберігаючи при цьому баланс збереження заповідного статусу територій;

Середньострокові цілі

- Сприяти розвитку екотуризму як економічної сили для збереження виробничого капіталу. Інтегрувати підходи до природокористування та збереження;
- Зробити привабливим та ефективним для місцевого населення та зацікавлених сторін залучення їх до розробки маршруту загалом та його пунктів, що знаходяться поблизу їхнього населеного пункту зокрема;
- Заохочення пошуку різноманітних фінансових механізмів, що сприяють заходам з охорони довкілля;
- Створити сертифікат якості, який ідентифікує регіон і гарантує мінімальну якість обслуговування, водночас повідомляючи про регіональний бренд.

Короткострокові цілі

- Позичіювати продукт на ринку та сформулювати основні повідомлення для цільових груп;
- Створення робочих партнерських відносин з туристичними агентствами для залучення туристів з інших областей Болгарії та Румунії, а також з інших країн;
- Створити загальний сайт для проекту, який надає інформацію про всі можливості;

При формулюванні цих цілей було враховано як обране бачення розвитку регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія», так і концепцію, визначену ще в 1991 році Міжнародним товариством екотуризму, а саме «відвідування природних районах у відповідальний спосіб, підтримуючи навколишнє середовище та добробут

місцевого населення, а також на основі інтерпретації та освіти».

Вибір цілей здійснювався відповідно до існуючих стратегічних документів, як на європейському та національному рівнях, так і на основі існуючих стратегічних документів на регіональному рівні, що стосуються транскордонного регіону Румунія – Болгарія.

Формулювання маркетингових цілей базується на аналізі передового досвіду країн Західної та Центральної Європи. Цей аналіз показав деякі загальні тенденції в управлінні охоронюваною природною спадщиною та, зокрема, розвитку сталого туризму. Транскордонний аспект представлений в управлінні багатьма природними комплексами Європи. Вивчені передові практики з річок Морава, річки Сава та країн Балтії показують, що незважаючи на різне законодавство в прикордонних країнах, транскордонна ініціатива призводить до успішного впровадження спільної діяльності різних організацій (урядових і неурядових) і, зрештою, до ефективного управління та збереження біорізноманіття та сталого розвитку території. Також враховується зведена інформація попереднього опитування.

Маркетингові цілі базуються на глибокому знанні стану та тенденцій внутрішнього та зовнішнього середовища. Вони пристосовані до ринкового позиціонування інтегрованого туристичного продукту, його конкурентних переваг, фінансових ресурсів, управління, прибутковості та соціальної відповідальності. При визначенні маркетингових цілей шукали синергетичний ефект з усіма існуючими, новопропонованими та ін. інструменти для розвитку природного туризму в транскордонному регіоні Румунія – Болгарія.

Маркетингові цілі відповідають основним принципам розвитку екотуризму, ідея полягає в тому, що їх реалізація призведе до максимальної соціальної та економічної вигоди для місцевих громад і мінімального негативного впливу на довкілля.

Продуктова стратегія

Метою продуктової стратегії є визначення спільного природно-туристичного

продукту: маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» як сталого продукту, який буде запропоновано туристичному ринку. Природний туризм має великий потенціал для розвитку, і це є необхідною умовою для утвердження на туристичному ринку не лише в Румунії та Болгарії, а й на міжнародному рівні.

Під час розробки товарної стратегії будуть визначені конкретні заходи, пов'язані зі створенням гарного іміджу продукту, пов'язаного з підтримкою високої якості послуг, що пропонуються; охорона природних багатств та утримання прилеглої туристичної інфраструктури.

Незважаючи на незаперечні природні та культурні особливості, інтерес до транскордонного регіону набагато слабкіший, ніж міг би бути. Зусилля комунікаційної стратегії туристичного маршруту в цілому повинні бути спрямовані на підвищення маркетингу та продажів туристичних пакетів і встановлення чіткого фокусу. У короткостроковій перспективі, принаймні протягом перших 3 років, було б виправдано як зусилля та витрати коштів зосередитися на традиційних ринках і ринках у безпосередній близькості до Болгарії та Румунії, які досі генерують основну частину овернайтів залишається в області. Будуть необхідні значні інвестиції в заходи, пов'язані із залученням відвідувачів із сусідніх ринків, і це слід поєднувати зі спеціальними пропозиціями від готелів, особливо у зв'язку з офіційними національними та місцевими святами чи привабливими подіями. Також потік туристів не повинен обмежуватися великими містами області, а стимулювати розвиток менших населених пунктів.

Продуктова стратегія базується на ідеї створення доданої вартості від експонування природних особливостей та їх практичної трансформації в об'єкт туристичної цінності, що призводить до створення конкретних продуктів і послуг. Існує також можливість зв'язати інтегрований туристичний маршрут для природного туризму з існуючими та встановленими туристичними маршрутами в межах транскордонного регіону. Впізнавані туристичні напрямки, а також

знайомі туристичні об'єкти дають можливість для додаткового продуктового позиціонування маршруту. Прихильність до т. зв «субсайти», розташовані поблизу обраного варіанту туристичного маршруту, збільшать можливості проникнення продукту на ринок.

Продуктова стратегія передбачає розвиток наступних видів туризму:

- Природний туризм;
- Природно - дослідницький туризм - спостереження за птахами, дослідження фауни та флори;
- Велосипедний туризм;
- Пішохідна екскурсія;
- Спортивний туризм;

Види туризму узгоджуються з категоріями охоронюваних територій, якими в Болгарії є:

- бронювання;
- Національний парк;
- пам'ятка природи;
- підтримуваний резерв;
- природний парк;
- заповідна зона;

а в Румунії це:

- національні парки;
- біосферні заповідники;
- природні заповідники;
- водно-болотні угіддя міжнародного значення (RAMSAR);
- природні об'єкти всесвітньої природної спадщини (ЮНЕСКО);
- спеціальні природоохоронні зони;
- території охорони видів птахів;
- об'єкти громадського значення та геологічні парки.

Вже на етапі попереднього дослідження було використано прагматичний підхід,

за якого основний маршрут з'єднує пріоритетні для екотуризму об'єкти через першокласні та другокласні автомобільні зв'язки, оскільки найважливішою передумовою для відвідування туристами є те, що сайти легко доступні. Це впливає з логіки, що природні об'єкти мають бути синхронізовані із загальною подачею туристичного потенціалу регіону.

Наявність природних явищ як об'єктів на маршруті є запорукою його привабливості та зацікавить туристів. Це дає можливість комбінувати туристичні продукти, тобто пропонувати різноманітні комбіновані пакети. Турпакети повинні бути різної тривалості, щоб задовольнити потреби індивідуальних (неорганізованих) туристів і тих, хто користується послугами турфірм та інших організаторів. Це також пов'язано з можливістю туроператорів і продавців туристичних пакетів організовувати та координувати свою діяльність з перевезення туристів.

Тривалість туристичних пакетів може бути:

- одноденні поїздки,
- багатоденний
- короткі та довгі вихідні.

Крім того, продукти можна розділити на неорганізовані або організовані туристичні поїздки, пов'язані з різними видами туризму, засновані на чартерних однокілометрових відпустках літаком, організованих для одного місця або за програмами маршрутних турів.

Підсумовуючи, продуктова стратегія має ґрунтуватися на розвитку екотуризму, що означає «відповідальне відвідування природних територій, підтримка навколишнього середовища та добробуту місцевого населення, а також на основі інтерпретації та освіти». Це визначення Міжнародного товариства екотуризму (TIES) – програми, місія якої полягає у визначенні стандартів, інструментів, інструкцій та технічної допомоги для розвитку екотуризму (TIES, 2016). У той же час TIES також пропонує набір основних принципів, доданих до концепції, яка стосується:

- Мінімізація фізичного, соціального, поведінкового та психологічного впливу;
- Розвиток обізнаності та поваги до навколишнього середовища та місцевої культури;
- Пропонувати позитивний досвід як для відвідувачів, так і для господарів;
- Створення фінансових вигод як для місцевого населення, так і для приватного бізнесу;
- Пропонувати відвідувачам незабутні враження, які зможуть підвищити ступінь розуміння особливостей приймаючої країни з точки зору політики, навколишнього середовища та соціальних аспектів;
- Планування, будівництво та експлуатація засобами, що мають низький рівень впливу на навколишнє середовище;
- Визнання прав і духовних переконань місцевого населення в їхніх власних громадах і співпраця з ними з метою створення в партнерстві можливостей для розширення їх прав і можливостей;
- Запровадження різноманітних і взаємодоповнюючих фінансових механізмів, включаючи пряму підтримку прямих природоохоронних заходів, компенсацію за втрачену вигоду при регулюванні використання та ринкові платежі за екосистемні послуги.

Цінова стратегія

Цінова стратегія є індикативною, вона визначає загальні рамки, які мають бути запропоновані зацікавленим сторонам, які фактично здійснюватимуть туристичну діяльність, наприклад туроператорам, туристичним клубам, власникам готелів. Стратегія ціноутворення також пов'язана з чинниками зовнішнього і внутрішнього середовища. Зовнішнє середовище визначається конкурентними факторами, інтересом потенційних туристів, сервісом і якістю розміщення. Внутрішніми факторами є готовність місцевого населення надавати якісні та конкурентоспроможні послуги, забезпечувати робочою силою основні та додаткові туристичні послуги.

Вибираючи цінові переваги продукту, необхідно розробити стратегію управління витратами на виробництво продукту або послуги з метою досягнення

позитивного балансу продажів. Щодо сегмента ринку, на який орієнтований продукт, готується стратегія фокусування для вузької цільової групи, яка забезпечує відносно низькі ціни на продукт, але підтримує хорошу якість для утримання ринку. Залишається відкритим питання про те, наскільки вузьким є цільовий ринок і наскільки він може бути стабільним з часом.

Загальна стратегія спрямована на нішеву групу туристів – любителів природи, яким запропонувати таку цінову стратегію: прийнятна якість за прийнятними цінами. Він адаптований до конкурентних переваг туристичного маршруту та тенденцій попиту та пропозиції туристичних послуг.

Стратегія пропонує варіанти можливих типів туризму, визначених у процесі аналізу, які включають широкий спектр видів природного туризму, що поєднує велотуризм, природничо-дослідницький туризм – спостереження за птахами, дослідження фауни та флори, пішохідний туризм та спортивний туризм.

Туризм – це галузь, у якій більшість опитаних на попередніх етапах проектної роботи бачать багато невикористаних можливостей для розвитку потенціалу транскордонного регіону. Однак необхідна сильна диференціація та точне сегментування продуктів та їх ціни, відповідно. Ідея цінової стратегії – бути реалістичною, не відштовхувати потенційних туристів і стимулювати місцевих жителів розвивати підприємницьку діяльність. Ось які туристичні послуги можуть стати джерелом доходу для місцевого населення:

- Туроператорські послуги – організація логістики та супровід тощо;
- Проживання в готелях, хостелах і гостьових будинках;
- Транспортні послуги;
- Розваги та культурно-розважальні послуги для забезпечення приємного відпочинку;
- Екскурсійні та екскурсійні послуги;
- Продаж продуктів харчування та напоїв місцевого виробництва;
- Продаж сувенірів;
- Здатність пропонувати різні види туризму дозволяє створювати різноманітні

комбінації продуктів/послуг і залучати різні цільові групи;

- Пропонування спільних маршрутів на одному типі ділянок, розташованих по обидва боки річки Дунай.

До яких груп туристів необхідно сформуванати різні цінові пропозиції:

- Внутрішні для регіону (румунни та болгары) та зовнішні (мешканці інших країн);
- З різних вікових груп – студенти, активний вік та старший вік;
- Сімейні (з дітьми та без) та індивідуальні туристи;
- Виявлення інтересу до різноманітних видів туристичних послуг;
- Неплатоспроможні (молодь та пенсіонери) та високодохідні;
- Спеціальні туристи, зацікавлені в конкретних аспектах природного туризму – спостереження за птахами, дослідження флори та фауни;
- Велосипедисти.

Стратегія ціна-якість

Ціна		Якість продукту		
		Висока	Середня	Низька
Висока	Стратегія досконалості	Стратегія високої вартості	Стратегія супер вартості	
	Довгострокове проживання, індивідуальні туристи, туристи та групи з використанням гідів. Підходять іноземні туристи високого класу.	Нішові туристи цікавляться конкретними аспектами природний туризм - спостереження за птахами, дослідження флори та фауни. Середній термін перебування 3-5 днів.	Короткострокові поїздки, вихідні пакети. Підходить для сімей з дітьми	
	Середня	Стратегія завищення цін	Стратегія середньої вартості	Хороша стратегія цінності
Середня	Туристичні продукти с додана вартість, напр. відвідування культурно-історичних пам'яток та розміщення в спа та оздоровчих готелях.	Туристичні продукти, орієнтовані на болгарських та румунських туристів. Підходить для сімей з дітьми.	Освітні туристичні продукти для шкільних груп.	
	Низька	Стратегія обману	Стратегія фальшивої економії	Стратегія економії
	-----	Підходить для велосипедистів і туристів, націлених на спорт туризм.	Підходить для студентів та пенсіонерів	

Посилаючись на Стратегію просування та використовуючи її частини в майбутньому ціноутворенні, важливо уточнити туристичну діяльність, якість і роль туриста в місцевій економіці та середньо- та довгостроковий розвиток

населеного пункту. Тільки так можна започаткувати ініціативи, які мають реальний вплив на громаду. Потенціал для розвитку в цьому напрямку є у співпраці місцевої влади, адміністрацій заповідних природних територій та власників житла.

Рекламна стратегія

Першочергове значення для туристичного маршруту має рекламна стратегія «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону «Румунія-Болгарія» має бути впізнаваною для максимальної кількості туристів. Для цього орієнтовані як національні ринки Болгарії та Румунії, так і міжнародні ринки. Рекламна стратегія пропонує різні канали та інструменти для рекламування маршруту, що в свою чергу сприятиме популяризації окремих об'єктів та населених пунктів, що входять до його складу. Основи рекламної стратегії визначатимуть можливі канали взаємодії з потенційними цільовими групами. Визначення каналів є результатом визначених потреб, відповідно до популярності та публічного позиціонування окремих об'єктів, які складають туристичний маршрут. При визначенні маршруту «Охоронювана природна спадщина» спочатку було здійснено визначення його головної вісі, яка з'єднує об'єкти, що є частиною охоронюваної природної спадщини, визначені в рамках попереднього дослідження з найбільшим потенціалом розвитку природного туризму.

Основні меседжі рекламної кампанії узгоджені зі Стратегією ЄС з біорізноманіття 2020 «Наше страхування життя, наш природний капітал». Це для того, щоб визначити відмінності в рекламі звичайного туристичного продукту. Стратегія ЄС з біорізноманіття до 2020 року. Наше страхування життя, наш природний капітал має на меті повернути назад процес втрати біорізноманіття та деградації екосистем в ЄС до 2020 року. Для досягнення своєї головної мети Стратегія встановлює шість пріоритетних завдань, а саме:

- Ціль 1: Збереження та відновлення природи;
- Ціль 2: підтримувати та покращувати екосистеми та їхні послуги;
- Ціль 3: Гарантування сталого розвитку сільського та лісового господарства;

- Ціль 4: Забезпечення сталого використання рибних ресурсів;
- Ціль 5: Боротьба з інвазивними чужорідними видами
- Ціль 6: Подолання глобальної кризи біорізноманіття.

Цю інформацію необхідно враховувати при подальших діях у напрямку реклами та сприяння розвитку туристичних послуг.

Основою рекламної кампанії має стати побудова бренду регіону через єдину концепцію та комунікаційну платформу. Бренд – це не лише логотип та візуальна ідентичність, а й впізнаваний знак, наповнений змістом, який можна використовувати як додаткову вартість у будь-якій подальшій маркетинговій діяльності окремих елементів туристичного маршруту. Бренд туристичного маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону «Румунія-Болгарія» в першу чергу сприятиме розвитку місцевого туризму та підтримці місцевої підприємницької ініціативи. Представляти можливості регіону в усьому різноманітті через єдиний підхід і під одним брендом вигідніше і за рахунок оптимізації витрат на рекламу. Єдиний бренд може відігравати роль сполучної ланки в рекламній діяльності кожного туристичного об'єкта, муніципалітету, природного парку чи окремо.

Першим кроком у запуску рекламної кампанії має бути розробка та розміщення інформації на веб-сторінці, яка буде основною платформою проекту та яка буде просуватися окремо. Сторінка повинна містити наступні категорії інформації, які доступні для кожного сайту в досліджуваній області, у форматі та вчасно, що дозволяють порівняльний аналіз для цілей дослідження:

- Назва об'єкта: назва заповідної території та/або природоохоронної території з Natura 2000;
- Природоохоронний статус: опис природоохоронного статусу, у тому числі у разі просторового перекриття об'єктів;

- Регіон: адміністративна область; може бути вказано більше одного, якщо об'єкт територіально потрапляє більш ніж в одну область;
- Відповідальна установа: у випадках, коли для управління об'єктом створено спеціалізовану адміністрацію, вказується; в інших випадках вказується регіональна екологічна інспекція (РЕІОСВ), до територіальної сфери діяльності якої входить об'єкт;
- Природоохоронне значення: зазначається коротка та узагальнена інформація про найважливіші характеристики об'єкта заповідної справи та оголошення відповідної заповідної території чи заповідної зони;
- Види, що охороняються: вказується як загальна цифра або розділена на систематичні категорії, якщо інформація доступна з офіційних джерел;
- Доступність: короткий опис транспортної доступності;
- Обмеження доступу: описує обмеження доступу до об'єкта або його частин;
- Можливості розміщення та харчування: вказати наявні в радіусі 10 км;
- Можливості для походів: вказано на основі опублікованої інформації;
- Інші атракції: додаткові атракції.

Відповідні рекламні засоби та канали для просування туристичного регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону «Румунія-Болгарія»:

- Розробка бренду (логотипу, повідомлення) для визначення вдалих рекламних форм або видів рекламних засобів;
- Спеціальний захід для засобів масової інформації та зацікавлених сторін, щоб повідомити про створення маршруту;
- Туристична геоінформаційна онлайн-платформа;
- Календар подій муніципалітетів, природних парків та інших зацікавлених сторін, який буде використовуватися як основа для спеціалізованих пропозицій від туристичного бізнесу;
- PR, інформаційно-рекламні матеріали та публікації в регіональних, національних та європейських ЗМІ;

- Участь у туристичних ярмарках та виставках;
- Прямий маркетинг через телефонні розмови з потенційними групами зацікавлених туристів;
- Прямий маркетинг – електронна пошта – з персоналізованим повідомленням і можливістю підписки на регулярну електронну розсилку;
- Спеціалізовані журнали - статті та рекламні сторінки з можливістю точного таргетування цільової аудиторії;
- Реклама через брошури та листівки;
- Зовнішня реклама в місцях з інтенсивним трафіком - першокласна дорожня мережа;
- Радіореклама в місцевих ЗМІ;
- Банерна реклама на спеціалізованих туристичних сайтах і порталах;
- Розробка YouTube-каналу з навчальними відеоматеріалами;
- Створення та розвиток профілів у соціальних мережах та блогах, які вдало поєднуються з іншими цифровими каналами та комунікаційною діяльністю;
- Інформаційні кампанії в соціальних мережах; обмін відео та фото, можливість обміну контентом за маршрутом відвідувачів
- Статті, інтерв'ю, коментарі та аналіз, коментарі "третіх сторін", інформація про продукт.

Саме характеристики ринку визначають як пропозицію, так і синхронізацію (інтеграцію) відповідних каналів зв'язку. Існує багато видів і засобів зв'язку (каналів зв'язку). Сфера їх можливого використання в цілях комерційної комунікації надзвичайно широка, і з цього випливає, що цільова група або групи, а також характеристики продукту вказують, яке з усіх засобів масової інформації слід використовувати, як довго і з чим. інтенсивність. Відповідно до характеристик кожного з них готується відповідна форма повідомлення. Залежно від того, як подається повідомлення, засоби комунікації можна в основному класифікувати на: друковані, електронні, міжособистісні та неформальні. Також важливо мати спеціалізовані/галузеві журнали, інформаційні бюлетені, каталоги та брошури.

Рекламні повідомлення мають бути емоційно та візуально інтригуючими, водночас надавати достатньо інформації для залучення потенційних туристів.

Позиціонування спрямоване на створення образу об'єкта в уявленнях цільових груп, який пов'язується з певними позитивними рисами, які йому притаманні. Вони можуть бути не характерними й унікальними лише для нього, але вони можуть бути передані та закріплені у свідомості споживачів як такі. З аналізу потенціалу транскордонного регіону та поглибленого дослідження було виявлено, що є три аспекти, які інтригують і які можуть бути основою для його позиціонування: унікальна природа; непопулярність регіону; транскордонний характер, який приносить додаткову цінність маршруту, водночас роблячи його дуже доступним.

Рекомендовані елементи для загострення при створенні рекламних повідомлень:

- Включення ділянок річки Дунай, як головної привабливості, і існуючих специфічних екосистем (річки, прирічкові болота та водозливи, острівні екосистеми) та біологічне різноманіття;
- Обов'язкове включення природних і національних парків, як великих природоохоронних територій з комплексною цінністю, наявність спеціалізованої адміністрації для управління та вже зроблені значні інвестиції в туристичну експозицію та популяризацію природної спадщини;
- Включення різноманітних об'єктів із заповідних природних територій, заповідних зон, які представляють природне різноманіття транскордонної території. Це включає в себе представлення різних типів екосистем – гірських, лісових, водно-болотних угідь, прісної води, морських екосистем тощо;
- Взаємодоповнення об'єктів природного та культурного туризму;
- Елементи транспортного доступу: дорожня мережа, пункти пропуску, мости через Дунай та поромне сполучення;
- Інтегрований туристичний маршрут має загальний стратегічний характер для розвитку територій транскордонного регіону та сприятиме створенню сталого продукту;

- Залучення інтересу місцевого населення та його активності щодо забезпечення та використання маршруту забезпечить його сталість;
- Розглянути шляхи управління природними об'єктами недержавним сектором; це також місце «зелених» екоорганізацій, які можуть розвивати екологічний туризм;
- Маршрут необхідно презентувати на міжнародних форумах, туристичних виставках, ототожнюючи його з популярними міжнародними маршрутами подібної тематики;
- Посилити використання річкового транспорту при організації відвідувань туристів;
- Виокремити тематичні мікрозони: для спостереження за птахами, печерного туризму, водного шляху по Дунаю тощо, щоб збагатити туристичну пропозицію.

Після розробки веб-сайту та прийняття рекламної стратегії слід надіслати запрошення місцевим адміністраціям, туристичним інформаційним центрам і туристичним агентствам для розробки своїх туристичних продуктів відповідно до визначених маршрутів.

Комунікаційна стратегія

Комунікаційна стратегія включає комунікаційні підходи з ключовими повідомленнями, засобами комунікації, інформування, залучення та взаємодії з цільовими групами. Визначення ефективних каналів передачі точних повідомлень є результатом аналізу, проведеного в дослідницькій частині попередніх заходів.

Передбачено особливе ставлення до спілкування з туроператорами та турагентами, які є важливим каналом, оскільки вони все ще мають найбільший вплив на туристичному ринку.

Комунікаційна стратегія сфери «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону «Румунія-Болгарія» спрямована на визначення каналів розповсюдження туристичного продукту та забезпечення

його визнання на національному, транскордонному та міжнародному рівнях. . У маркетинговій практиці реалізація кожного продукту відбувається через його донесення до цільових аудиторій, провокуючи їх активну участь. Це створює залучення, що є ключовим для подальших дій на ринку.

Першою та найважливішою метою комунікаційних зусиль є створення обізнаності споживачів про існування транскордонного регіону Румунія-Болгарія як єдиної туристичної пропозиції з унікальними характеристиками та можливостями. Ця обізнаність має бути спрямована як на потенційних користувачів, так і на т.зв «внутрішня аудиторія», яка представляє зацікавлені сторони. Головне в продуктах, пов'язаних з певними географічними територіями, — це їх унікальність як природних ресурсів, культурних особливостей і людського капіталу. У випадку транскордонного проекту відбувається розпад поняття «географічний» регіон у його значенні території, замкненої в межах національних кордонів. Сума двох географічних територій робить проект наднаціональним, повністю в дусі європейських цінностей і політики, але змістовним і пов'язаним з ресурсами, що робить його цікавим і з серйозним потенціалом, оскільки умови між двома залученими в нього країнами можна досягти синергічного кінцевого ефекту. У туристичному плані «об'єднання» різноманітних можливостей для різних видів природного туризму принесе більше цінності користувачам і партнерам, ніж якщо вони відвідають лише одне, два чи три місця (міста, культурні, спортивні чи природні об'єкти) без організації зв'язок між ними та без надання додаткової інформації та залучення відвідувачів до об'єктів та заходів у цьому районі. Успішні туристичні продукти – це ті, які забезпечують максимальний рівень досвіду у відповідному місці/місцях залежно від можливостей часу та простору, шляхом поєднання видів діяльності, підтримки інтересу за допомогою унікальних подій, заходів, пам'яток, конкретних маршрутів. І, звичайно, об'єднуюча мета цих зусиль полягає в тому, щоб той самий відвідувач був достатньо задоволений, щоб повернутися принаймні ще раз і/або поділитися своїм досвідом з іншими людьми навколо нього, тобто. з потенційними новими користувачами. З точки зору

маркетингу практика показала, що жоден продукт не може сприйматися аудиторією як унікальний, якщо він не представлений як такий, що передбачає цілісну і послідовну за своїм повідомленням комунікаційну систему всього проекту, а також підготовка кожного окремого підрозділу у внутрішній системі для виконання того, що обіцяно в комунікації. У цій логіці не слід забувати, що туризм – це набагато більше послуга, ніж заснована на фізичному продукті.

Комунікаційна стратегія також передбачає проактивну та ефективну комунікацію з представниками туроператорів. Необхідно також налагодити тривалі відносини та активізувати туристичні інформаційні центри. Участь у міжнародних виставках і туристичних ярмарках як окремий продукт або частина національних презентацій також є ключовою для розвитку продуктових комунікацій. Необхідно створити загальний комітет, до якого увійдуть представники всіх зацікавлених сторін. Комітет буде запропоновано його учасниками і створить таку організаційну форму, щоб він міг приймати гнучкі рішення, не нехтуючи інтересами жодної із зацікавлених сторін. Комітет буде представницьким і легітимним для всіх зовнішніх організацій, на які буде покладена частина діяльності з реалізації стратегії маркетингу та просування. Важливо включити представників національних органів влади, щоб гарантувати прихильність Румунії та Болгарії через їх представництво для досягнення спільних цілей та спільного бачення розвитку транскордонного регіону.

Розвиток туристичного продукту неможливий без підвищення освіти та потенціалу кадрового потенціалу. Передбачається, що це створить нову перспективу для місцевого населення, яке матиме мотивацію залишатися працювати в регіоні, додасть економічну цінність і повірить, що весь проект працює на його користь.

Діяльність щодо реалізації пропозиції в туристичному регіоні:

Щоб конкретизувати заходи щодо реалізації пропозиції в туристичному регіоні, нам необхідно простежити життєвий цикл маршруту. Враховуючи сезонний характер природного туризму, а також дотримання певних заборон на

природоохоронних територіях, його однозначно визначають як криву з повторюваним циклом.

Життєвий цикл продукту - це концепція, яка розглядає розвиток товару від моменту його виходу з нього до виходу з нього. Як і будь-який продукт, туристичний маршрут буде представлено з метою його швидкого та постійного позиціонування на ринку як інноваційного та конкурентоспроможного маршруту з моменту його реалізації. У результаті рекламної та комунікаційної діяльності маркетингової стратегії вона прагнучиме швидше досягти т.зв. стадія зрілості, на якій досягається оптимальне споживання. Слід зазначити, що екотуризм на заповідних територіях має поріг насичення, перевищення якого в результаті рекламної діяльності може завдати шкоди навколишньому середовищу і, відповідно, швидко досягти спаду споживання. Правильне відстеження цих етапів буде одним із завдань майбутнього управління та моніторингу маршруту.

Стратегія диференціації, обрана для визначення конкурентної переваги продукту, визначає сегмент ринку, на який буде спрямований продукт, і вибирає стратегію фокусування як найбільш відповідну орієнтацію на вузьку цільову групу, яка забезпечує відносно низькі ціни на продукт, але підтримує хорошу якість, щоб утримувати ринок. .

Стратегія диверсифікації прийнята як найбільш активна інноваційна стратегія. Інноваційна діяльність веде до нових стратегічних сфер діяльності, як технологічних, так і продуктових рішень. Тут доречний термін повна диверсифікація. На відміну від стратегії інтенсивного або широкого входження, стратегія вибіркового (диверсифікованого) входження на ринок є вибірковою маркетинговою стратегією, яка забезпечується підтриманням доступних цін і обмеженими ціновими стимулами.

Варіація продукту буде зведена до пропозиції комбінації різних видів туризму, транскордонного поєднання туристичних маршрутів, що містять об'єкти різноманітної природної цінності та привабливості, що призводить до зміни властивостей товарної продукції. Багата різноманітність сайтів і їх

специфіка дозволяє пропонувати пакети, адаптовані до попиту і специфіки туриста, представляючи варіацію продукту.

Найменший ступінь варіації продукту досягається за допомогою стратегії диверсифікації маркетингових методів за межами продуктового асортименту, тобто. однакові продукти, які будуть запропоновані для окремих сегментів ринку з певним розвитком комплекс маркетингу. По суті, сегментація виконана. Таким є приклад пропонування маршрутів для спостереження за птахами, їзди на велосипеді, піших прогулянок або відвідування природних пам'яток з більшою інфраструктурою (наприклад, печер, природних парків тощо).

Найвищим ступенем варіації продукції є стратегія диференціації. При диференціації продукції на ринку пропонуються різні варіанти продукції з однієї групи. В принципі, диференціація створює варіанти продукту, які походять від уже освоєних продуктів, і асортимент продуктів розвивається в глибину. Це буде одна з ролей зацікавлених сторін, особливо туроператорів, агентів і клубів. Вони зможуть запропонувати різні варіанти природного туризму, забезпечуючи різні типи незабутніх вражень для туриста.

3.3. Очікувані результати

Очікувані результати	Індикатори результату		
Підвищення обізнаності про транскордонний регіон Болгарія – Румунія			
	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="641 1937 1061 2038">Розвинений і визнаний регіональний бренд для Дунайського регіону як кращого</td> <td data-bbox="1061 1937 1508 2038">Створено регіональний бренд для маршруту в транскордонному регіоні.</td> </tr> </table>	Розвинений і визнаний регіональний бренд для Дунайського регіону як кращого	Створено регіональний бренд для маршруту в транскордонному регіоні.
Розвинений і визнаний регіональний бренд для Дунайського регіону як кращого	Створено регіональний бренд для маршруту в транскордонному регіоні.		

	місця для практики природного туризму в районі, багатому на охоронювані території	
СЦ 1: Розробити маршрут як впізнаваний та привабливий напрямок для природного та відповідального туризму	Підтримується екотуризм як економічна сила для збереження природного капіталу та інтеграції підходів до природокористування та збереження	Проведена діяльність з бренд-менеджменту
	Було створено сертифікат якості, який ідентифікує територію та гарантує мінімальну якість обслуговування, в той же час повідомляючи про регіональний бренд	Створено сертифікат якості туристичних послуг. Кількість об'єктів отримали сертифікат

Підвищення якості існуючих послуг, розвиток нових та створена функціональна зв'язаність туристичних територій

СЦ 2: Підвищити якість існуючих послуг, розробити нові та створити функціональну зв'язаність туристичних територій	Збільшення можливостей надання туристичних послуг туристичними операторами	Навчання та інформаційні події, заходи
	Розроблені нові туристичні пакети	Кількість нових туристичних пакетів з включеними об'єктами маршруту
	Підвищені знання та навички цифрового маркетингу та надання послуг	

Поліпшення якості фізичної та туристичної інфраструктури на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія

Покращення якості фізичної та туристичної інфраструктури на території маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного	Для об'єктів маршрутів створено єдину інформаційно-дирекційну інфраструктуру	Кількість інформаційних щитів з інформацією про об'єкти
--	--	---

регіону Румунія-Болгарія»	Організована інформаційна мережа туристично-інформаційних центрів та пунктів на території області	
---------------------------	---	--

План реалізації туристичного регіону

Стратегічний план представляє логічно пов'язані заходи та заходи, кожен з яких необхідний для досягнення маркетингових цілей. Конкретні цілі об'єднують групи заходів, спрямованих на популяризацію маршруту, на покращення та розвиток туристичних послуг, на покращення фізичної інфраструктури та управління маршрутом. Мета покращення фізичної інфраструктури є горизонтальною, безпосередньо пов'язаною з маркетингом туристичного маршруту, і має на меті викликати прихильність з боку деяких зацікавлених сторін, на чій можливості та повноваження спрямована ця мета – муніципалітети, державні адміністрації, міністерства. Маркетинг туристичного продукту значною мірою залежить від фізичної інфраструктури, але його також можна застосовувати поза цими заходами, тобто. ці визначені потреби можуть вважатися непрямыми до конкретної діяльності. Для визначення плану розвитку території надзвичайно важливо визначити зацікавлені сторони та залучити їх до взаємодії між ними. Стейкхолдерами є ті, чий інтерес повинні бути відображені у створенні спільного природно-туристичного продукту: «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія». При підготовці цього плану, визначення зацікавлених сторін прийнято як організації, установи, структури або особи, на чий інтерес може вплинути (в позитивному чи негативному сенсі) стратегія, або ті, хто може взаємодіяти та впливати на результати та наслідки реалізації стратегії.

Спираючись на дані попереднього опитування та проведеного аналізу зацікавлених сторін, цей план розроблено з чітким розумінням того, що

ключовим є визначення тих людей, груп та організацій, які мають значні інтереси, пов'язані зі сталим використанням природної спадщини, що охороняється, для цілі туризму. На самому початку ставиться умова, що розуміння потенційної ролі та внеску різних учасників є основною передумовою життєздатності нового

туристичний продукт. Консультації зі стейкхолдерами на круглих столах є обов'язковою умовою успіху. Таким чином можна досягти більшої прозорості як одного з важливих принципів ефективного управління процесом підготовки документів. Забезпечивши зацікавленим сторонам можливість висловити свою думку щодо розробки та маркетингу інтегрованого туристичного маршруту для екотуризму в транскордонному регіоні Румунія-Болгарія, процес прийняття рішень стане більш інформованим, більш точним і більш відповідальним. На різних етапах роботи над проектом було проведено опитування та інтерв'ю зацікавлених сторін, враховано їх думку щодо важливих моментів для розробки стратегії. Додаток 2 - Опитування

При визначенні зацікавлених сторін застосовано Стандарти проведення громадських консультацій Ради Міністрів (2009). Було складено список, який включає різні установи, організації, групи та осіб, які можуть мати стосунки та/або вплив на основні політики, і/або на яких може мати вплив реалізація цих політик.

Виявлення зацікавлених сторін у цьому аналізі включає:

- визначення сторін, які зазнають прямого чи опосередкованого, позитивного чи негативного впливу реалізації стратегії;
- ступінь впливу кожної з цих сторін на процес розробки, впровадження та оцінки стратегії.

Для цілей аналізу була використана стандартна форма для визначення зацікавлених сторін шляхом оцінки та впорядкування наступних елементів:

Хто є потенційними бенефіціарами?

Хто зазнає негативного впливу?

Хто має можливості для підтримки запланованих заходів? Які зацікавлені

сторони можуть зазнати негативного впливу?

Основними принципами визначення стейкхолдерів вже на етапі попереднього дослідження є: інклюзивність, релевантність та рівність. Були визначені такі зацікавлені сторони:

- Міністерство туризму;
- Мінприроди та водних ресурсів;
- Виконавче водне агентство;
- Мери муніципалітетів із транскордонного регіону – 7 районів з Румунії (Мехедінці, Долж, Олт, Телеорман, Джурджу, Кларац, Констанца) та 8 регіонів з Болгарії (Відін, Монтана, Враца, Плевен, Велико Тирново, Русе, Сілістра, Добрич) ;
- дирекції природних парків;
- Регіональні екологічні та водні інспекції;
- Басейнові дирекції;
- губернатори регіонів;
- НУО;
- Туристичні товариства;
- Туроператори та туристичні агентства;
- Власники готелів і ресторанів;
- Місцевий бізнес – анімація, гід,
- Інформаційні центри;
- Туристичні клуби;
- Асоціація дунайських муніципалітетів «Дунай»;
- Асоціація «Природа Дунай ТГС»
- Нинішні та майбутні туристи;

Вони мають найвище представництво

представники місцевої адміністрації (муніципалітетів) - 52%, за ними йдуть представники неурядового сектору (НУО) - 26% та представники екологічних

адміністрацій/охоронних територій - 13%. Участь представників туристичної галузі була відносно слабкою – 5%.

З огляду на те, що поділилися учасники, які також є зацікавленими сторонами, стає зрозуміло, що близько 70% туристів займаються аматорським туризмом. Такий високий бал дає підстави вважати, що об'єкти/маршрути оцінюються з точки зору особистого сприйняття та досвіду, а також знання окремих складових природного

природне середовище. Висновок полягає в тому, що маркетингова стратегія повинна відповідати цьому попиту, оскільки вона також може запропонувати нові форми організованого туризму для залучення додаткових туристів.

41% учасників круглих столів професійно займаються туризмом. Виходячи зі специфіки екотуризму, включаючи подорожі до відносно непорушених природних територій з конкретною метою вивчення, насолоди та насолоди природою, а також істотних відмінностей від т.зв. «масового» туризму можна зробити висновок про високий ступінь об'єктивності досягнутих результатів анкетних опитувань у рамках попереднього дослідження. Думки та коментарі, висловлені в них, мали значний вплив на визначення критеріїв, місць і варіантів маршруту. Вони також мають ключове значення для визначення маркетингових і комунікаційних підходів у цій Стратегії.

Аналіз інтересів здійснювався методом PRES (Pressure Analysis). До аналізу включаються лише ті групи, які мають реальні та мобілізовані ресурси, які можуть бути використані в процесі розробки та реалізації Стратегії, а також відповідно до інтересів груп.

Аналіз зосереджується на двох ключових елементах:

- а) інтерес, який вони мають у реалізації стратегії
- б) кількість і види ресурсів, які вони можуть мобілізувати для впливу на результати.

У контексті розробки плану просування природно-туристичного продукту

«Розробка та просування спільного природно-туристичного продукту:

«Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія», зацікавлені сторони:

- тих, чиї інтереси зачіпають муніципальні нормативні та/або стратегічні документи та реалізована політика розвитку природного туризму в транскордонному регіоні Румунія – Болгарія;
- тих, хто має необхідну інформацію, ресурси та компетенцію для проведення оцінки впливу, формулювання політики та її впровадження;
- ті, хто контролює відповідні інструменти його реалізації.

Аналіз інтересів проводився за принципом «знизу вгору», тобто. потреб зацікавлених сторін і конкретних умов транскордонного регіону. Будуть створені умови для виявлення потенційних партнерів для розвитку туризму. Це дозволить переглянути взаємозв'язки та оцінити вплив на наскрізні питання – сталий розвиток, рівні можливості та недискримінацію, захист навколишнього середовища та вплив, інновації та формування політики.

Правильна оцінка ставлення, значущості та ступеня впливу зацікавлених сторін є важливою для їх залучення до консультацій, підготовки та подальшої реалізації стратегії маркетингу та просування транскордонного маршруту. Узгодження інтересів окремих зацікавлених сторін з інтересами, закладеними в Стратегії, є ключовим моментом майбутнього успіху документу.

При проведенні аналізу були взяті наступні значимі показники тиску та впливу:

- Влада і статус - політичний, соціальний та економічний;
- контроль над стратегічними ресурсами;
- Неформальний вплив;
- Ступінь організації;
- Владні відносини з іншими зацікавленими сторонами;
- Важливість для результату та успіху Стратегії.

Система моніторингу реалізації плану розвитку на території транскордонного регіону

Можна визначити два поняття впливу - специфічне і загальне. Конкретні

впливи з'являються через певний проміжок часу, але безпосередньо пов'язані з вжитими діями. Сукупний вплив — це довготерміновий вплив, що впливає на широку групу населення. Вимірювання другого типу впливу є складним, і часто важко встановити чіткі причинно-наслідкові зв'язки.

Моніторинг та оцінка реалізації Стратегії має відповідати таким ключовим аспектам оцінки стратегічних документів:

Економічність діяльності, здійсненої для реалізації оцінюваної стратегії відповідно до належних адміністративних принципів і практики управління;

Ефективність використання ресурсів - фінансових, людських, технічних та інших ресурсів; Ефективність у досягненні цілей стратегії та оцінка фактичних результатів і впливу порівняно з очікуваними.

Моніторинг є безперервним процесом і звітує про досягнення та прогрес щодо заздалегідь визначених цілей шляхом вимірювання значень загальних і специфічних показників. Через свій постійний характер вимірювання може служити системою раннього попередження та засобом покращення підзвітності. Моніторинг відстежує динаміку оцінюваних цілей, заходів і заходів і навіть проектів.

Запропоновані заходи являють собою конкретні заходи, спрямовані на досягнення бажаних результатів у зв'язку з реалізацією конкретних цілей стратегії маркетингу та просування транскордонного туристичного регіону.

СЦ 1: Розвивати регіон як відомий і привабливий напрямок для природного та відповідального туризму

Захід 1.1 Розробка бренду туристичного регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» та запровадження інтегрованого управління брендом.

Захід 1.2 Реалізація заходів рекламної стратегії.

Захід 1.3 Реалізація заходів комунікаційної стратегії

Захід 1.4 Регіональна сертифікація за прикладом «Регіонального бренду Strandja» та Pan parks.

СЦ 2: Підвищити якість існуючих послуг, розробити нові та створити функціональну зв'язаність туристичних територій

Захід 2.1 Навчання зацікавлених сторін щодо сучасних тенденцій у пропозиції екотуристичних продуктів;

Захід 2.2 Інформування туристичної галузі про розвиток бренду, про сертифікацію та пропозиції щодо підготовки туристичних пакетів на основі цінової стратегії;

Захід 2.3 Підвищення кваліфікації та набуття нових навичок місцевих жителів, які зацікавлені у розвитку туристичного бізнесу;

Захід 2.4 Тренінги для підвищення якості та залучення місцевого бізнесу до регіональної сертифікації туристичних послуг;

Захід 2.5 Підготовка туристичних пакетів туристичними операторами та клубами.

СЦ 3: Покращення якості фізичної та туристичної інфраструктури на території регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія».

Захід 3.1 Інвестиції в туристичну інфраструктуру;

Захід 3.2 Оптимізація діяльності ІТЦ як існуючої інформаційної інфраструктури.

Індикатори є інструментом для кількісного вимірювання досягнень певного втручання. Вони перевіряють ефективність і послідовність запланованих заходів, з одного боку, а також прогрес у досягненні цілей, які ці заходи перед собою ставлять, з іншого. Під час виконання плану якісне кількісне вимірювання служить основою для ефективного моніторингу та оцінки досягнень і дає чітке уявлення про те, які цілі та що потрібно досягти через індивідуальні пріоритети.

Планування туристичного регіону через транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією є можливістю для побудови сталого туризму та створення сприятливих умов у транскордонному регіоні для різноманітного туризму.

3.4. Показники результату, продукту та впливу

Повинні бути чітко та кількісно визначені показники, на основі яких будуть оцінюватися наступні зміни в Стратегії та загальному стратегічному плані.

Умовно показники поділяються на три основні групи:

Показники результатів – у системі показників повинні бути встановлені показники, які дозволяють звітувати про досягнуті результати. Індикатори результатів відображають прямі та безпосередні ефекти від реалізації конкретних проектів.

Продуктові показники – для відстеження виконання запланованих заходів, з метою врахування синергічного ефекту. Показники результатів стосуються діяльності.

Індикатори впливу – ці індикатори повинні забезпечувати можливість подальшого звітування про сталість досягнутих результатів.

Показники результату

Очікувані результати	Індикатори результату
<p>Поглиблене знайомство з транскордонним регіоном Болгарія – Румунія та, зокрема, з туристичним маршрутом «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія»</p>	
<p>СЦ 1: Розробити маршрут як впізнаваний та привабливий напрямок для природного та відповідального туризму</p>	<p>Розвинений і визнаний регіональний бренд для Дунайського регіону як кращого місця для практики природного туризму в районі, багатому на охоронювані території</p> <p>Підтримується екотуризм як економічна сила для збереження природного капіталу та інтеграції підходів до природокористування та збереження</p> <p>Було створено сертифікат якості, який ідентифікує територію та гарантує мінімальну якість обслуговування, в той же час повідомляючи про регіональний бренд</p>
<p>Підвищення якості існуючих послуг, розвиток нових та створена функціональна зв'язаність туристичних територій</p>	

		Проводив тренінги	
	Збільшення можливостей пропозиції туристів	Проведено інформаційні заходи	
СЦ 2: Да се повиши	послуги туристичних операторів	Кількість навчених	
качеството на съществуващит		Кількість учасників інформаційних заходів	
е услуги, да се развият нови и да се създаде	Розроблено нові туристичні пакети з маршрутом	Кількість нових туристичних пакетів з включеними об'єктами маршруту	
функционална свързаност на туристическите			
територии	Підвищені знання та навички цифрового маркетингу та надання послуг	Кількість тренувань	
		Кількість навчених	
Покращена якість фізичної та туристичної інфраструктури на території маршруту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія»			
СЦ 3: Подобрване качеството на физическата и туристическа инфраструктура на територията на маршрут „Защитено природно наследство на територията на трансграничния регион Румъния-България“	Для об'єктів маршрутів створено єдину інформаційно-дирекційну інфраструктуру	Кількість інформаційних щитів з інформацією про об'єкти	
	Організована інформаційна мережа туристично-інформаційних центрів та інформаційних пунктів на території маршруту	Кількість тренувань	
		Кількість навчених	

Індикатори впливу

Загальні показники впливу	
Збільшення зареєстрованих ночівель у зоні проходження транскордонної траси	5 %
Збільшення ВВП від туризму в районі маршруту	3 %

При оцінці впливу використовуються значення базових показників Євростату за 2018 рік.

ВИСНОВОК

Глобалізація, зростання ролі інформаційних технологій, динаміка ділових відносин, безперервні інновації та активна підприємницька діяльність є тенденціями, які породжують посилення конкуренції між компаніями, організаціями та установами в різних країнах світу, які працюють у сфері туризму – одного з найбільш динамічних. розвиток галузей економіки. Туризм також стає перспективним і пріоритетним сектором економіки Болгарії.

Наявність природних, культурних, історичних та географічних ресурсів Болгарії надає можливості для перетворення країни на привабливий і конкурентоспроможний туристичний напрямок протягом чотирьох сезонів, і в цьому відношенні транскордонний регіон Румунія – Болгарія може стати кращим місцем для природний туризм шляхом побудови емоційного зв'язку між місцем призначення та користувачами. Зміцнення регіону як туристичного продукту може об'єднати зусилля та залучити підтримку всіх зацікавлених сторін для максимізації соціально-економічних ефектів для місцевого населення. Розвиток регіону як туристичного продукту може базуватися на повазі до навколишнього середовища, захисті біорізноманіття та сталому використанні природних ресурсів на природоохоронних територіях.

Транскордонний аспект представлений в управлінні багатьма природними комплексами Європи. Вивчені передові практики з річок Морава, річки Сава та країн Балтії показують, що незважаючи на різне законодавство в прикордонних країнах, транскордонна ініціатива призводить до успішного впровадження спільної діяльності різних організацій (урядових і неурядових) і, зрештою, до ефективного управління та захисту біорізноманіття та сталого розвитку відповідного регіону.

Визначаючи профіль туриста та конкурентні переваги продукту, стратегія маркетингу та просування туристичного регіону спрямовуватиме стейкхолдерів до споживачів та дослідження їхніх інтересів. Найближчими до користувачів

туристичних маршрутів з усіх зацікавлених сторін є туроператори та агенти, а також туристичні клуби. Їх підприємницька діяльність в основному спрямована на отримання прибутку від реалізації туристичних послуг. У Болгарії та Румунії офіційна статистика веде моніторинг розвитку туризму не за видами (спеціалізаціями), а саме за регіонами, звідти робляться висновки про види розвиненого туризму (наприклад, морський, курортний, мисливський). Відсутність такого роду регулярної інформації не дає можливості планувати конкретні дії, наприклад, для залучення нових груп туристів, орієнтованих на потенційно конкурентоспроможні продукти. Подібні дослідження проводилися з часом (наприклад, для екотуризму) в результаті конкретних проектів, але ці дослідження стосуються конкретного періоду часу і не можуть дати достовірну картину існуючої ситуації в регіонах. Ринкова орієнтація продукту - маршруту на даний момент зрозуміла, враховуючи опис видів туризму, конкурентні переваги продукту, передовий досвід і тенденції розвитку туризму в усьому світі. Але поки конкретна пропозиція продукту не буде запущена туристичними операторами/агентами/клубами та іншими зацікавленими сторонами, а також поки не буде проведено дослідження стану ринку спеціально для екотуризму в регіоні, немає даних для порівняння. ринкова орієнтація товару. Ця діяльність буде здійснюватися організацією з управління продуктами після початку маркетингу туристичних продуктів і реалізації частини маркетингової діяльності.

Успіх стратегії просування природно-туристичного продукту «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» залежить від спільних зусиль громадськості (управління), бізнесу (приватного), екологічних та неурядовий (НУО) сектор.

Встановлення робочих стосунків і процесів, які повною мірою залучають зацікавлені сторони до процесу, має призвести до взаємовигідного, довгострокового формального (інституціоналізованого) партнерства між державним сектором, бізнесом, науковими та освітніми установами та НУО. Ці робочі відносини можуть варіюватися від процесу відносно неформальної

співпраці через робочі групи до формування регіонального координаційного підрозділу або інституціоналізованого державно-приватного партнерства.

Розвиток туристичного регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» може створити впізнаваність транскордонного регіону Румунія-Болгарія та перетворити його на бажане місце для природного туризму шляхом створення емоційної зв'язок між пунктом призначення та користувачами.

Це бачення базуватиметься на розумінні того, що природний туризм є найбільш логічним варіантом розвитку транскордонного регіону. Його просування призведе до його перетворення на економічний двигун збереження природного капіталу. Бачення передбачає розробку різноманітних і взаємодоповнюючих фінансових механізмів, включаючи пряму підтримку прямих природоохоронних заходів, компенсацію за втрачену вигоду при регулюванні використання та оплату ринкових екосистемних послуг. Бачення гарантує, що відвідування заповідних територій здійснюватиметься відповідально, створюючи можливість для господарської діяльності місцевого населення. Дотримуючись бачення, можна також розвивати додатковий тип туризму, створюючи додаткову вартість до природних пам'яток шляхом включення об'єктів культурного та історичного значення. Водночас стимулюватиметься регіональний розвиток та створення постійної зайнятості.

Туристичний потенціал області може забезпечити можливості для розвитку спеціалізованих форм туризму цілий рік, в т.ч екологічний, пішохідний та організований туризм, які визначені як найбільш придатні для транскордонного регіону. Велосипедний туризм респонденти також вважають доцільним, оскільки він поєднує спорт із турботою про довкілля та знайомство з природою.

Ключові аспекти:

- Заповідні території та природні пам'ятки створюють можливості для нетрадиційного туризму з високою доданою вартістю;
- У них туристичні відвідування мають узгоджуватися з обмежувальними заходами сталого розвитку та характеристиками охоронюваних зразків живої та

неживої природи;

- На заповідних територіях не допускається діяльність, що суперечить вимогам охорони конкретних природних об'єктів і ландшафтів, що підлягають охороні;
- Відвідувачі транскордонного регіону мають можливість спілкуватися з природою в природному середовищі;
- Краще розуміння, оцінка та задоволення від контакту з природою та відповідного досвіду;
- Екотуризм спрямований на мінімальний негативний вплив на навколишнє середовище;
- Безпосередній внесок туристів в охорону природи території;
- Надаються прямі вигоди для місцевої громади;
- Наявність у пропонованій продукції елементів місцевої культури, тобто повага до місцевої культури;
- Відповідальне ставлення та адекватність очікуванням користувача, тобто перевірена турбота про клієнтів.

З огляду на специфіку значної частини території туристичної зони та об'єктів, що входять до неї, туристичні відвідування повинні відповідати:

- Режим, визначений у наказах про оголошення відповідної заповідної території;
- Пересування має бути організованим і тільки зазначеними стежками, маршрутами та туристичними пунктами;
- Ні в якому разі не можна допускати втручання в біологічне різноманіття – збір насінневого матеріалу, диких рослин і тварин, а також інтродукція видів рослин і тварин, які не є місцевими для даної території;
- Охоплювати лише види діяльності, які не можуть порушити природний стан або зменшити естетичну цінність об'єктів, що охороняються;
- Не допускати забруднення водойм і місцевості відходами в результаті біваків, відпочинку та іншої туристичної діяльності;
- Для видів тварин, що охороняються, це включає заборону переслідування та турбування, особливо в періоди розмноження, вирощування молоді, зимівлі та міграції;

- Для охоронюваних видів рослин це включає заборону на збір, зрізання, викорчовування або іншим способом знищення, володіння, вирощування, транспортування, перевезення, експорт за кордон, торгівлю та пропонування для продажу чи обміну.

Таким чином, шляхом створення спільного транскордонного туристичного напрямку та використання ефекту туризму, пов'язаного з культурною, історичною та природною спадщиною, а також застосування спільного та сталого підходу до покращення та просування цих можливостей, Дунайський регіон може стати європейським та глобальним» товарний знак».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Національна пріоритетна структура для дій у рамках NATURA 2000 – сталий туризм, що повністю базується на толерантному ставленні до природи
2. Дунайська стратегія – покращення мобільності та інтермодальності, просування культури, туризму та контактів між людьми
3. Національна стратегія сталого розвитку туризму в Республіці Болгарія на 2014-2030 рр. - бажане цілорічне туристичне місце з чітко впізнаваною ідентичністю та збереженою культурою та природою
4. Національний генеральний план розвитку туризму Румунії на 2007 – 2026 рр. – Підтримка розвитку та захисту фізичних і природних ресурсів Румунії
5. Попереднє дослідження території болгарської частини транскордонного регіону Румунія-Болгарія та інтеграція підготовленого дослідження з дослідженням румунської частини транскордонного регіону Румунія-Болгарія партнерської організації;
6. Аналіз належної європейської практики розвитку, управління та просування природної спадщини, що охороняється, визначеної в попередньому дослідженні;
7. Strategic Position of DANUBE PARKS (Danube River Network of Protected Areas) for Tourism, Environmental Education and Regional Development
8. Common strategy on the development, enhancement and innovation of a tourism product within the “Development and promotion of a common natural heritage tourism product: route
9. «Protected natural heritage within the cross-border region Romania-Bulgaria» project 15.2.1.068
10. Стратегія сталого розвитку туризму, горизонт 2030
11. <http://www.tourism.government.bg>
12. www.responsibletravel.org
13. <https://bg.wikipedia.org>
14. www.bspb.org
15. <http://natura2000.moew.government.bg>
16. <http://www.birdsinbulgaria.org>

17. <http://greenbalkans.org>
18. <https://www.eufunds.bg>
19. "Транскордонні регіони України: проблеми та перспективи" - Л. І. Ткаченко
20. "Транскордонна співпраця в умовах євроінтеграції" - Л. П. Христова
21. "Транскордонна співпраця в умовах європейської інтеграції" - О. О. Руснак
22. "Транскордонне співробітництво: теорія і практика" - О. В. Перцев
23. Сайт Румунського міністерства регіонального розвитку та адміністративних реформ: <https://mdrap.ro/>
24. Сайт Румунського міністерства зовнішніх справ: <https://www.mae.ro/>
25. Сайт Румунського Національного агентства з регіонального розвитку: <https://www.adr.gov.ro/>
26. Сайт Болгарського міністерства регіонального розвитку та благоустрою: <https://www.mrrb.government.bg/>
27. Сайт Чорноморської економічної співпраці: <http://www.blacksea-ea.org/>
28. Міністерство зовнішніх справ України - Раздел "Країни світу" (<https://mfa.gov.ua/krajinu-svitu>) - Детальна інформація про Болгарію, включаючи торгівлю, туризм та співробітництво.
29. Посібник «Транскордонне співробітництво». Мікула Н.А., Толкованов В.В.
30. Державна прикордонна служба України <https://dpsu.gov.ua/>
31. Інформаційний центр Чорноморського міжнародного університету <https://info.cmiu.edu.ua/>
32. Український дослідний центр морської бізнес-галузі та міжнародного співробітництва <https://ucsbmc.org.ua/>
33. «Транскордонне співробітництво як важливий чинник підвищення регіональної конкурентоспроможності» Артёмов І. В.
34. Українська асоціація міжнародного права <https://ual-intlaw.org.ua/>
35. Бабанська О. В. «Транскордонне співробітництво в ЄС: механізм функціонування та етапи становлення»
36. www.romania-insider.com
37. www.romaniatourism.com
38. www.sunnybeach.com
39. www.bulgariatravel.org.
40. "Транскордонні проекти у сфері культури та туризму" - О. І. Карпенко

ДОДАТКИ

презентація



ПРЕЗЕНТАЦІЯ

ДО КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ БАКАЛАВРА
на тему
**ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО РЕГІОНУ ЧЕРЕЗ
ТРАНСКОРДОННЕ
СПІВРОБІТНИЦТВО МІЖ РУМУНІЄЮ ТА БОЛГАРІЄЮ.**
Здобувача Владислава ДЕСЮКЕВИЧА

5 курсу МТз-51 групи

Керівник Сергій ЯРЬОМЕНКО
Одеса – 2023 рік

Транскордонне співробітництво, також відоме як співробітництво в прикордонних регіонах або співробітництво по перетину кордонів, є формою міжнародного співробітництва, яке здійснюється між суміжними країнами з метою вирішення спільних проблем та розвитку пограничних територій. Ця форма співробітництва передбачає активний обмін інформацією, ресурсами, знаннями та досвідом між регіонами, що знаходяться по обидві сторони кордону.

Основні цілі транскордонного співробітництва включають поліпшення життєвих умов та рівня благополуччя населення в пограничних регіонах, розвиток економіки, створення нових робочих місць, захист природи та довкілля, підтримку культурного спадку та спільної історичної спадщини, забезпечення безпеки та боротьбу з транскордонною злочинністю.

Транскордонне співробітництво зазвичай охоплює різні сфери, такі як торгівля, туризм, транспорт, енергетика, культура, освіта, охорона здоров'я та інфраструктура. Воно вимагає ефективної координації міжнародних та регіональних органів, державних установ, громадських організацій та місцевих самоврядувань для досягнення спільних цілей.

Транскордонне співробітництво є важливим інструментом для розвитку пограничних регіонів, покращення співіснування та взаєморозуміння між сусідніми країнами.



Рис. 2.1. Розташування транскордонного регіону Румунія-Болгарія

Туристичний регіон охоплює територію 7 районів Румунії (Мехединці, Долж, Олт, Телеорман, Джурджу, Кларац, Констанца) і 8 районів Болгарії (Відін, Монтана, Враца, Плевен, Велико Тирново, Русе, Сілістра, Добрич) (рис. 2.1). Транскордонний регіон з'єднує пріоритетні об'єкти для екотуризму в усьому регіоні TGS, максимально дотримуючись першокласних і другокласних шляхів сполучення.

Транскордонний регіон складається приморських Добрицької, Варненської, Бургаської областей, що входять до кількох регіонів – Північно-Східного та Південно-Східного регіонів. На території Румунії адміністративні одиниці складають повіти Констанца, Тульчі, що входять до регіону Нижній Дунай.

Транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією протікає через наступні населені пункти на їхньому спільному кордоні:

Гіургіу – Калафат

Оршо́ва – Бежичко

Макрініца – Орляк

Бежда – Зимниця

Варна - Констанца (морський портовий пункт)

Мангалія - Дуранкулак (морський портовий пункт)

Мангалія - Вама Веке (морський портовий пункт)

Ці населені пункти є важливими точками співробітництва в різних сферах, таких як торгівля, транспорт, туризм та культурний обмін між Румунією та Болгарією.

Транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією на Чорному морі охоплює такі пункти:

Констанца (Румунія) - Варна (Болгарія): Це ключовий маршрут на Чорному морі, що з'єднує два великих портових міста. Через цей маршрут відбувається торгівля товарами та розвиток морського транспорту.

Мангалія (Румунія) - Дуранкулак (Болгарія): Цей маршрут також є важливим з погляду морського співробітництва. Мангалія та Дуранкулак - це прикордонні пункти, де здійснюються перевезення пасажирів, вантажів та розвиток туризму.

Балчик (Болгарія) - Мамая (Румунія): Цей пункт є важливим для туристичного співробітництва. Балчик є відомим курортним містом, а Мамая - популярним туристичним напрямком. Через цей пункт відбувається обмін туристами, культурні події та спільні проекти в сфері туризму.

Каварна (Болгарія) - Мангалія (Румунія): Цей пункт є ще одним важливим маршрутом на Чорному морі. Він сприяє розвитку торгівлі, транспорту та спільних інфраструктурних проектів між Румунією та Болгарією.

Ці пункти транскордонного співробітництва на Чорному морі мають велике значення для розвитку економіки, туризму, культурного обміну та спільних ініціатив між Румунією та Болгарією.

Чорне море відіграє важливу роль у транскордонному співробітстві між Румунією та Болгарією. Ось деякі аспекти його ролі:

Транспортний коридор: Чорне море забезпечує водний шлях, який сполучає Румунію та Болгарію. Це дає можливість для транспортування вантажів та пасажирів між двома країнами та сприяє розвитку торгівлі та економіки.

Морський туризм: Чорне море є популярним туристичним напрямком для відпочинку та відпрацювання. Відпочивальники з Румунії та Болгарії мають можливість відвідувати пляжі, курорти та історичні місця, що сприяє туристичному обміну та економічному розвитку обох країн.

Морський екологічний захист: Чорне море є унікальним екосистемою, яка потребує спільних зусиль для її збереження та охорони. Румунія та Болгарія співпрацюють у сфері екологічного моніторингу, вирішення проблем забруднення та охорони природних резерватів Чорного моря.

Культурний обмін: Чорне море створює сприятливу атмосферу для культурного обміну між Румунією та Болгарією. Історичні зв'язки, спільні традиції та культурні події сприяють підтримці і розвитку культурного співробітництва між двома країнами.

Туристичні потоки в транскордонного регіоні Румунія-Болгарія

Для Болгарії та Румунії зареєстрована позитивна динаміка туристичних потоків, виміряних кількістю ночівель.

Зона регіону охоплює з болгарської сторони округи Відін, Монтана, Враца, Плевен, Велико Тирново, Русе, Силистра і Добрич, а з рької сторони — округи Мехединці, Долж, Олт, Телеорман, Джурджево, Калрас і Констанца.

Туристичні потоки досліджуються та реєструються в закладах розміщення або на сайтах, де стягується вхідна плата.

На жаль, в природоохоронних територіях така практика відсутня, за кількома винятками (наприклад, вхід у печеру, використання екскурсовода, катання на човні тощо). Тому місце розташування маршруту аналізується з точки зору туристичних потоків, вивчається за кількістю ночівель на території.

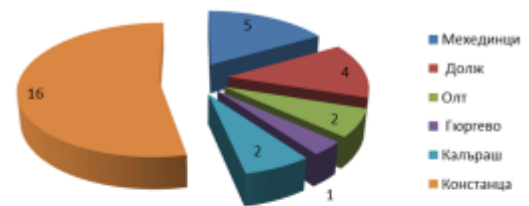


Рис. 2.2: Розташування туристичних об'єктів транскордонного маршруту по повітах Румунії.

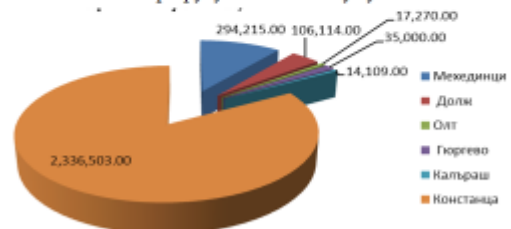


Рис. 2.3: Відвідуваність туристичних об'єктів по округах Румунії, дані попереднього опитування, 2015 г.

Туристичні потоки в транскордонного регіоні Румунія-Болгарія

На болгарській стороні маршруту ми спостерігаємо рівномірний розподіл ділянок уздовж річки Дунай.

Інтерес і відвідуваність об'єктів в приморській частині і регіоні Плевен і Велико Тирново, природно, мають перевагу, через інший напрямок туристичного інтересу до цих областей в цілому - морський і культурно-історичний.

Загалом регіон з румунського боку розташований нерівномірно вздовж річки Дунай, з акцентом на східну та приморську частину, де зареєстровано більший туристичний потік, а також потенціал зацікавлених сторін.

Для болгарської сторони розвиток регіону рівномірний як за розташуванням об'єктів, так і за туристичним потоком, з невеликою перевагою чорноморської частини.

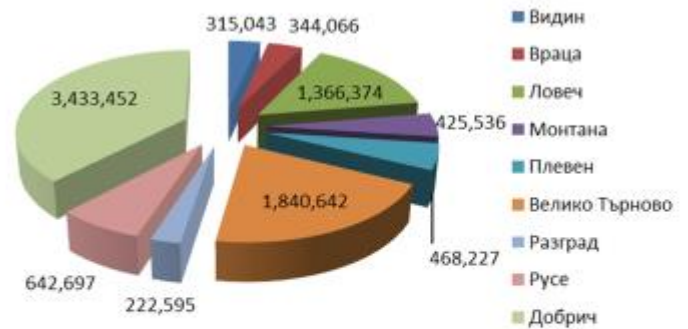


Рис 2.4 : Відвідуваність туристичних міст Болгарії по регіонах, дані NSI.

SWOT аналіз транскордонного регіону Румунії-Болгарії

Сильні сторони:

1. Нова та незвідана територія як туристичний напрямок
2. Велика різноманітність заповідних природних об'єктів і природних туристичних визначних пам'яток
3. Різноманітні культурно-історичні доповнення
4. Наявність передового досвіду розвитку туристичних маршрутів річкою Дунай
5. Потенціал для децентралізованого управління спільним транскордонним маршрутом у партнерстві з усіма зацікавленими сторонами
6. Наявність туристичної інфраструктури
7. Наявність добре розвинутої мережі доріг і транскордонного сполучення між Болгарією та Румунією
8. Наявність уже сформованого ринку природного (еко) туризму з потенціалом повторного відвідування туристами
9. Включено популярні об'єкти високої природної цінності, які є основною частиною маршруту
10. Наявність європейської стратегії розвитку Дунайського регіону – чітко виражена воля до успіху
11. Конкурентні ціни на туристичні продукти в Болгарії та Румунії.

SWOT аналіз транскордонного регіону Румунії-Болгарії

Слабкі сторони:

1. Відсутня однорідність призначення
2. Відсутність чіткого іміджу транскордонного Дунайського регіону
3. Обмеження розвитку туризму на заповідних територіях
4. Постійний дисбаланс між туристичною надбудовою та інфраструктурою
5. Низька якість туристичної інфраструктури (низька категорія ночівлі, доступність, водопостачання, оздоровлення)
6. Забруднення в деяких частинах Дунаю (міське, промислове)
7. Стійке транскордонне співробітництво ще не розвинене (тільки на основі проекту)
8. Незначна промоція регіону
9. Низька конкурентоспроможність туристичних пропозицій
10. Моноструктурний розвиток туризму - сильна сезонність
11. Демографічні, економічні та соціальні проблеми в транскордонному регіоні.
12. Немає спеціальної відповідальної структури, відповідальної за розвиток транскордонної території як екодестинації
13. Місцевим людям бракує знань про природоохоронні території
14. Бракує узагальненої інформації з реалізованих проектів та створених туристичних продуктів вздовж річки Дунай – маршрутів, стратегій, досліджень тощо.

SWOT аналіз транскордонного регіону Румунії-Болгарії

Можливості:

1. Можливість розвитку «зеленого туризму»
2. Розширення програм транскордонного співробітництва
3. Наявність попиту на «нові» продукти та пам'ятки з боку туристів
4. Можливість скористатися величезним досвідом країн Західного Дунаю
5. Фінансова підтримка ЄС для вирішення інфраструктурних проблем
6. Інтерес ЗМІ
7. Активний національний та регіональний маркетинг, реклама та просування туризму
8. Побудова впізнаваного бренду на транскордонному туристичному маршруті
9. Поєднання природного з культурно-історичним туризмом
10. Підвищення самосвідомості туристів, спрямованих на захист природи

Погрози (втрати):

1. Виникнення потенційного конфлікту між різними організаціями, що представляють зацікавлені сторони в маршруті
2. Політична чи економічна невизначеність
3. Потенційна загроза охороні заповідних територій під час розвитку туризму
4. Наслідки зміни клімату (повені тощо в туристичній зоні)

Сценарії та пропозиції для розвитку туристичного регіону:

СЦ 1: Розвивати регіон як відомий і привабливий напрямок для природного та відповідального туризму

- Захід 1.1** Розробка бренду туристичного регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія» та запровадження інтегрованого управління брендом.
- Захід 1.2** Реалізація заходів рекламної стратегії.
- Захід 1.3** Реалізація заходів комунікаційної стратегії
- Захід 1.4** Регіональна сертифікація за прикладом «Регіонального бренду Strandja» та Pan parks.

СЦ 2: Підвищити якість існуючих послуг, розробити нові та створити функціональну зв'язаність туристичних територій

- Захід 2.1** Навчання зацікавлених сторін щодо сучасних тенденцій у пропозиції екотуристичних продуктів;
- Захід 2.2** Інформування туристичної галузі про розвиток бренду, про сертифікацію та пропозиції щодо підготовки туристичних пакетів на основі цінової стратегії;
- Захід 2.3** Підвищення кваліфікації та набуття нових навичок місцевих жителів, які зацікавлені у розвитку туристичного бізнесу;
- Захід 2.4** Тренінги для підвищення якості та залучення місцевого бізнесу до регіональної сертифікації туристичних послуг;
- Захід 2.5** Підготовка туристичних пакетів туристичними операторами та клубами.

Сценарії та пропозиції для розвитку туристичного регіону:

СЦ 3: Покращення якості фізичної та туристичної інфраструктури на території регіону «Охоронювана природна спадщина на території транскордонного регіону Румунія-Болгарія».

- Захід 3.1** Інвестиції в туристичну інфраструктуру;
- Захід 3.2** Оптимізація діяльності ІТЦ як існуючої інформаційної інфраструктури.

Висновок:

Транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією є необхідною і важливою складовою спільної роботи двох країн. Ця співпраця має численні переваги та позитивні наслідки.

Одним із ключових аспектів транскордонного співробітництва є розвиток туризму. Обидві країни мають великий потенціал для туристичного приваблення, зокрема завдяки своїм культурним пам'яткам, природним красотам та унікальній архітектурі. Спільні маркетингові заходи та туристичні проекти сприяють збільшенню потоку відвідувачів до регіону, що позитивно впливає на розвиток туристичної індустрії обох країн.

Крім туризму, транскордонна співпраця також сприяє покращенню торгівельних відносин між Румунією та Болгарією. Взаємний доступ до ринків та сприяння підприємництву сприяють зміцненню економічних зв'язків. Обмін товарами та послугами між країнами сприяє створенню нових бізнес-можливостей та розвитку спільних підприємств, що сприяє економічному зростанню обох сторін.



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

Перевірка тексту на плагіат

Кваліфікаційна робота бакалавра

Тема:

«Планування туристичного регіону через транскордонне співробітництво між Румунією та Болгарією»

Засіб перевірки: Unichesk

Унікальність за фразами > 30%

Унікальність за словами > 30%



Ім'я користувача:
приховано налаштуваннями конфіденційності

ID перевірки:
1015423938

Дата перевірки:
05.06.2023 10:36:16 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet + Library

Дата звіту:
05.06.2023 10:52:54 EEST

ID користувача:
100012118

Назва документа: 1205Планування_туристичного_регіону_Десюкевич_В_

Кількість сторінок: 130 Кількість слів: 22013 Кількість символів: 179739 Розмір файлу: 1.03 MB ID файлу: 1015086018

1.09%
Схожість

Найбільша схожість: 0.52% з Інтернет-джерелом (https://card-file.ontu.edu.ua/bitstream/123456789/24366/3/ONTU_QW...)

1.06% Джерела з Інтернету 105 Сторінка 132

0.64% Джерела з Бібліотеки 100 Сторінка 132

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнено

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнено

0%
Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи 4

Керівник

Сергій ЯРЬОМЕНКО

Здобувач

Владислав ДЕСЮКЕВИЧ