

Концепция за развитие на регионалния туристически продукт

1. Увод – мотиви за изработка, актуалност

2. Описание туристическия район:

2.1. описание на специфичните туристически характеристики на избраната територия, които са основание за обособяването ѝ в туристически район;

2.1.1. Географско положение

2.1.2. Граници

2.1.3. Релеф

2.1.4. Природни ресурси

2.1.5. Антропогенни ресурси

2.1.5.1. Културно-исторически обекти

2.1.5.2. Археологически обекти

2.1.5.3. Паметници от историческо значение

2.1.5.4. Църкви

2.1.5.5. Местности от историческо значение

2.1.5.6. Етнографията като ресурс за развитие на туризма

2.1.5.7. Атракциите като ресурс за развитие на туризма

2.1.6. Население и селищна структура

2.1.7. Човешки ресурси – отношение на местното население към туристическата индустрия (анкетно проучване), средни специализирани училища и висши училища обучаващи кадри за туристическата индустрия; съвременно състояние и визия за бъдещето;

2.1.8. Икономическо и социално състояние

Анализ от Областната програма и Статистика

+ *Ролята на административните власти и обществените организации за развитието на туризма – местни туристически центрове и съвети, РТА “Родопи”, инициативи, добри практики и сътрудничество*

2.2. Обосновка за избора на партньорство;

Исторически преглед на развитието на туризма на територията на област Смолян

2.3. Информация за настанителната база и допълнителните услуги в

туристическия район:

материална база – хотели и заведения за хранене

инфраструктура за развитието на туризма – допълнителни атракции и услуги

Общински отдели по туризъм

2.4. Информация за транспортна достъпност на района

3. Концепция за предлагания регионален туристически продукт:

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

3.1.1. Величина, структура, динамика – по статистически данни

3.1.2. Маркетингови проучвания – анкети с посетители – „Алфа Рисърч“, ПУ „ П. Хилендарски” по проекта на РТАРодопи и МИЕТ

3.1.3. Анализ на на потенциала на туристическия продукт

SWOT-анализ на възможностите и факторите влияещи върху развитието на туризма на територията на област Смолян

3.1.4. Анализ на на търсенето на туристическия продукт

3.2. Обосновка за маркетинга на туристическия продукт:

3.2.1. приносът на продукта за икономическото развитие на района

3.2.2. сезонното и териториално разпределение на туризма

3.2.3. увеличаване броя на посетителите и продължителността на техния престой

3.2.4. генериране на приходи за туристическия район

- кратък коментар на съществуващите стратегии за развитие на туризма на общините, партньори по проектното предложение???

4. Описание на проведеното широко обсъждане със заинтересованите страни - туристически сдружения, туроператори, бизнеса - публикация на документа на интернет-страницата на кандидата и партньорите;

5. Предложения за:

а/ ефективни съвременни средства и техники за достигане до туристическите пазари,

б/ подобряване на имиджа на туристическия район,

в/ привличане на нови пазарни сегменти

г/ използване на потенциалното търсене на вътрешния пазар;

6. Стратегически насоки за развитие на продукта и след приключването на проекта.

7. Приложения