



ПРОГРАМА ЗА  
РАЗВИТИЕ НА  
СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ

ЕВРОПЕЙСКИ ЗЕМЕДЕЛСКИ ФОНД ЗА РАЗВИТИЕ НА СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ: ЕВРОПА ИНВЕСТИРА В СЕЛСКИТЕ РАЙОНИ

**СНЦ „МЕСТНА ИНИЦИАТИВНА ГРУПА БАЛЧИК-ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО“**

# АНАЛИТИЧЕН ДОКЛАД

**„ПРОУЧВАНЕ И АНАЛИЗ  
ВЪВ ВРЪЗКА СЪС СЪЗДАВАНЕТО НА  
ТЕРИТОРИАЛЕН БРАНД НА ТЕРИТОРИЯТА НА  
МИГ „БАЛЧИК-ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО“**



Изпълнител:  
„ГРЕАТО“ ЕООД  
ДЕКЕМВРИ, 2019 Г.

## СЪДЪРЖАНИЕ

---

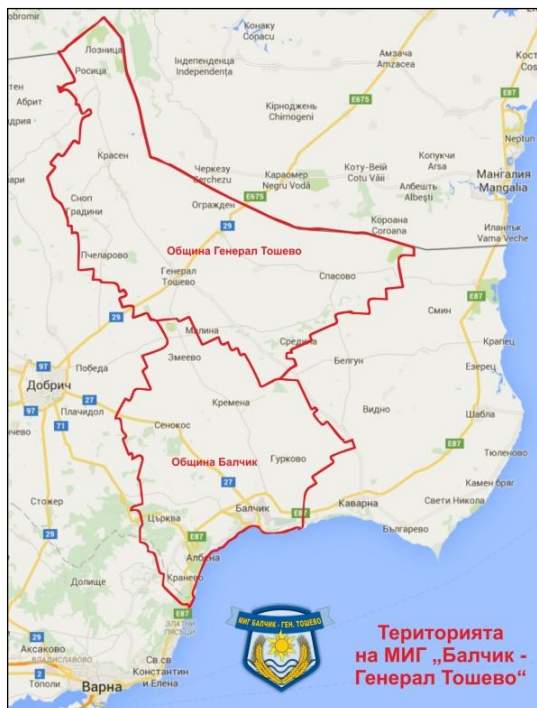
---

|  |    |
|--|----|
| Списък на използваните съкращения.....   | 2  |
| Въведение.....   | 3  |
| Глава I Методология и инструментариум на проучването.....  | 5  |
| Глава II Специфика територията на МИГ Балчик-Генерал<br>Тошево и ролята на МИГ и Стратегията за ВОМР в създаването и<br>утвърждаването на териториален бранд ..... | 8  |
| Глава III Анализ на резултати от проучването.....  | 13 |
| Глава IV Изводи и препоръки.....   | 24 |

## СПИСЪК НА ИЗПОЛЗВАНИТЕ СЪКРАЩЕНИЯ

|             |  |
|-------------|--|
| ВОМР        | Водено от общностите местно развитие   |
| ЕС          | Европейски съюз  |
| ЕК          | Европейска комисия   |
| МИГ         | Местна инициативна група   |
| МЗХГ        | Министерство на земеделието и горите   |
| НПО         | Неправителствена организация   |
| ПРСР        | Програма за развитие на селките райони   |
| СВОМР       | Стратегия за Водено от общностите местно развитие                                      |
| ОСП         | Обща селскостопанска политика  |
| СНЦ         | Сдружение с нестопанска цел  |
| SWOT анализ | Анализ на силните и слабите страни, заплахите и възможностите                          |
| STEP анализ | Анализ на външната среда: социални, технологически, икономически и политически фактори |

## ВЪВЕДЕНИЕ



Настоящият аналитичен доклад е изготвен в рамките на договор за услуга № 28 от 01.07.2019 година, сключен между СНЦ „МИГ Балчик - Генерал Тошево“ и „Греато“ ЕООД с предмет "Проучване и анализ във връзка със създаването на териториален бранд на територията на МИГ „Балчик - Генерал Тошево". Дейността е част от дейностите на МИГ за популяризиране на Стратегията за ВОМР в изпълнение на Споразумение № РД50-35 от 20.04.2018 година за изпълнение на Стратегия за

3

ВОМР.

В многообразието на селските райони в Европейския съюз на всяка територия, вкл. и на такава в която оперира местна инициативна група се налага да се състезава с други – за пазари, за инвестиции, за образовани хора, за квалифицирана работна ръка, за туристи и т.н. За да е конкурентоспособна една територия, е необходимо тя да бъде известна с нещо, да има свой отличителен знак, отчитащ нейните характеристики преимущества, икономика, население, култура, местни продукти, климат, пейзажи или специфични комбинации от подобни характеристики. Подобно на стоките за масово потребление, териториите, явяващи се райони на действие на МИГ също притежават свойствени характеристики (исторически, културни, религиозни, промишлени, туристически, етнографски и пр.). Тези характеристики са отчетени в Стратегиите за Водено от общостите местно развитие. Брандът работи именно с тези особености, оценява силните и слабите им страни, привлекателните им белези, акцентира и развива неповторими свойства и активи, за да

презентира територията като забележителна, самобитна и привлекателна. За разлика от бранда на материалния продукт, брендът на територията обезпечава не само и не толкова икономически резултати, но и политически и преди всичко социални ефекти: привличане на инвестиции и туристи, укрепване на интеграционните процеси и консолидация на интересите и усилията на местните общности в лицето на публичния, стопански и нестопански сектор.

Настоящият аналитичен доклад, отразяващ резултатите от извършеното проучване и анализ, е предназначен да подпомогне МИГ Балчик – Генерал Тошево и местните общности като цяло да предприемат реални стъпки към създаването на териториален бранд на територията на действие на МИГ Балчик-Генерал Тошево. В рамките на проучването, чрез приложения инструментариум на проучването е събрана и анализирана информация от публичния, стопанския и нестопанския сектор на територията. Тези три сектора са в основата на развитието на територията, изграждането на положителен имидж и създаването на териториален бранд. Еманация на техните съвместни действия е Местна инициативна група „Балчик-Генерал Тошево”, сформирани на базата на публично-частното партньорство на тези три сектора и успешно прилагаща Стратегия за Водено от общностите местно развитие за периода 2014-2020 година.

Докладът се основа на практически методични подходи и инструменти, които за целите на анализа са достатъчно гъвкави, за да отговорят на специфичните особености на подхода WOMP и неговото прилагане в България.

Докладът е структуриран в три основни части:

- Първа част разглежда приложения изследователски подход (методология и инструментариум).
- В част две е представено спецификата на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево и ролята на МИГ и Стратегията за WOMP в създаването и утвърждаването на териториален бранд.

- Третата част очертава резултатите от проведеното проучване на общественото мнение, отразяващо нагласите и предпочитанията, свързани със създаването на териториален бранд.
- В част четири са представени основните изводи и препоръки на изследователския екип, дефинирани в резултат на проведено проучване и анализ.

Аналитичният доклад е изготвен от екип от експерти от „Греато“ ЕООД с активното участие на заинтересованите страни от територията на СНЦ „МИГ-Балчик-Генерал Тошево“ – представители на общински структури от общините Балчик и Генерал Тошево, на културни институции, стопанския и нестопанския сектори, представители на медии, екипа на Местната инициативна група.

## ГЛАВА I

### МЕТОДОЛОГИЯ И ИНСТРУМЕНТАРИУМ НА ПРОУЧВАНЕТО

---

**Предметът** на проучването е да бъде установени и анализирани нагласите на местната общност, свързани със създаването на териториален бранд на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево, както и да бъдат посочени стъпките в това направление.

**Обект на проучването** са икономически активни хора (живеещи в селския район), представители на широк кръг сектори, както и представители на местната власт и органите на управление на МИГ Балчик-Генерал Тошево, които прилагат Стратегията за ВОМР. Всички те са заинтересовани за успешното развитие и просперитета на територията на която живеят и работят.

**Териториалният обхват на проучването** е територията на Балчик-Генерал Тошево, включваща териториите на общините Балчик и Генерал Тошево.

**Проучването е проведено в периода :** 01.10.2019 - 27.12.2019 г.

В проучването е използвана **методологическа триангулация**, или „кръстосана проверка”, което означава използване на повече от един метод за събиране на данни (анкети, фокус групи, експертни интервюта, преглед на вторични източници на информация – кабинетно проучване ).

| <b>МЕТОДИ НА ПРОЧУВАНЕТО</b>                                |                               |
|---|-------------------------------|
| <b>КОЛИЧЕСТВЕНИ МЕТОДИ</b>                                  | <b>КАЧЕСТВЕНИ МЕТОДИ</b>      |
| <b>1. Структуриран въпросник (анкета )</b>                  | <b>3. Фокус групи</b>         |
| <b>2.Документално проучване ( вторичен анализ на данни)</b> | <b>4. Експертни интервюта</b> |

**Извадката на проведеното изследване по своя характер е типологична**, основана е на представители от предварително определени сектори. Участието бе доброволно и анонимно. Извадката включи 60 души с различни професии, месторабота, образование и социален статус, живещи и работещи в района на действие на МИГ Балчик-Генерал Тошево. Анкетирането е проведено в периода 01.10.2019-15.11.2019 г.

Набирането на емпирична информация се проведе чрез попълването на целево подготвен структуриран въпросник

Последва набиране на информация чрез пет дълбочинни (експертни интервюта) и две фокус групови дискусии, проведени с представители на институции и експерти в областта на социално икономическото развитие от общините Балчик и Генерал Тошево, стопанския и нестопанския сектор и МИГ Балчик - Генерал Тошево, експерти по териториален маркетинг. Целта на дълбочинните интервюта и фокус групите бе осигуряване на допълнителна уточняваща информация за целите на анализа с акцент върху конкретните стъпки по създаването на териториален бранд и постигането на обществен консенсус.

Наред с целево набраната емпирична информация за целите на настоящия анализ е проведен документален анализ ( вторично проучване) на:

- Стратегия за Водено от общностите местно развитие на МИГ-Балчик-Генерал Тошево (2014-2020 г.); и социално-икономическите анализи, вкл. SWOT –анализ и STEP – анализ към нея;
- Друга информация, предоставена от МИГ Балчик-Генерал Тошево или осигурена чрез публично достъпни източници.

Представените резултати и изводи от проучването са в резултат на цялостен анализ на емпиричните данни от количественото и качествено изследване и на документалния анализ.

7

Целта на проучването бе да се събере информация, необходима за създаването на териториален бранд на територията, обхваната от района на действие на МИГ Балчик-Генерал Тошево. В резултат на анализа са оценени възможностите и потенциалните ползи, свързани със създаването на териториалния бранд.

Резултатите от проучването и анализа могат да бъдат приложени в проектите на потенциалните бенефициенти от публичния и частния сектор към Стратегията за ВОМР, свързани с валоризацията на местното природно и културно наследство и развитието на алтернативни форми на интегриран туризъм на територията на МИГ Балчик- Генерал Тошево.

Резултатите от проучването могат да послужат и за оптимизиране на съдържанието на дейностите, свързани с популяризиране на Стратегията за ВОМР на МИГ Балчик-Генерал Тошево по отношение на изграждане и поддържане на цялостен имидж за по-добра разпознаваемост на територията на нейното прилагане.





## ГЛАВА II

# СПЕЦИФИКА НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИГ БАЛЧИК-ГЕНЕРАЛ ТОШЕВО И РОЛЯТА НА МИГ И СТРАТЕГИЯТА ЗА ВОМР В СЪЗДАВАНЕТО И УТВЪРЖДАВАНЕТО НА ТЕРИТОРИАЛЕН БРАНД

---

---

### 2.1 Територията като лост за устойчив растеж

Конкретното понятие „територия“ се появява в европейските политики през май 1999 г. в Потсдам при създаването на Европейски план за развитие на територията (ESDP). В Договора от Лисабон се появи изразът „териториално“, който беше запазен в най-актуалните версии на регионалната политика и общата селскостопанска политика, които понастоящем се реформират. В рамките на ОСП концепцията за балансирано териториално развитие е дори много ясно откроена на преден план. Какво в действителност обхваща тази концепция за територия?

Територията се налага като постоянна социална структура при постоянна ангажираност. Това определение позволява отчитането на всички нейни ресурси: тези, които са свързани с производството, но и нетърговски ресурси, които са специфични и трудно прехвърлими като начините за сътрудничество, социалния ѝ капитал, социалното ѝ сближаване, ноу-хау, способността за иновация, качеството ѝ на живот, нейното наследство, специалната ѝ организация, без да се забравят и нейните институции. Тази динамична система се изгражда благодарение на отношения на географска близост, развити между множество участници. Тя може да бъде разкрита за разрешаване на конкретен производствен проблем или да се докаже чрез продължителен процес на признаване на самоличност, която е заложена и свързана с наследството на територията за осъществяването на колективен проект за развитие. Тези отношения, които трябва да бъдат координирани, са в основата на създаването на стойност и значение и улесняват появата на нови или латентни ресурси.

## **2.2. Стратегията за ВОМР - основа за развитие на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево**

Общините Балчик и Генерал Тошево, формиращи територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево влизат в състава на област Добрич, Североизточен район на планиране. Община Балчик се намира в югоизточната, а община Генерал Тошево в североизточната част на областта. На изток целевата територия граничи с общините Каварна и Шабла, на запад граничи с общините Крушари и Добричка, на север – с Република Румъния, а на юг с община Аксаково и Черно море.

### Целевата територия:

- **СИЛНИ СТРАНИ:** Добра достъпност на територията; Добра свързаност на територията; Притежание на уникални за Добруджа черти – урбанизиран крайбрежен район и равнинен и плодороден хинтерланд; Съхранени местни общности, културни традиции и първите и уникални за България НПО – читалищата; Висок дял от населението са членове на народните читалища.
- **СЛАБИ СТРАНИ:** Силни вътрешнотериториални диспропорции – между южната и северната част на територията, между градските центрове и селата, между крайбрежния район и хинтерланда; Неразвити функционални връзки с близките областни центрове (гр. Добрич и гр. Варна); Нисък социален капитал и съвместни действия; Ниска интеграция между различните икономически сектори и между социалните подсистеми.
- **ВЪЗМОЖНОСТИ:** Развитие на читалищата като социални мрежи; Използване на читалищата за създаване и утвърждаване на местна идентичност, съответно и за изграждане на социален капитал. Създаване и развитие на функции по отношение на близките градски центрове.
- **ЗАПЛАХИ:** Превръщане на хинтерланда единствено в селскостопански район; Взаимопораждащи се негативни връзки между еднообразие на работните места и обезлюдяване на територията.

Два общи проблема пред целевата територия, съответно превърнати в две общи цели за постигане

Обща цел 1. Използване на потенциала на целевата територия за икономическо развитие.

Обща цел 2. Подобряване на качество на живота на целевата територия.

Очевидно, необходимо е тези две цели да бъдат постигнати едновременно – икономическото развитие е необходимо, но недостатъчно условие за подобряване на качеството на живота и обратно – подобряването на качеството на живота, дори и да е свързано с увеличена възможност за потребяване на стоки и услуги, не означава, че местния бизнес ще успее да се възползва от увеличеното търсене. Нещо повече, лесно можем да се убедим, че в днешно време проблемите, които двете общи цели са призвани да преодолеят са взаимопораждащи се.



### **2.3. Създаването на териториален бранд като основа за поддържането на положителния имидж на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево.**

Територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево притежава

специфични и в известен смисъл уникални характеристики, които могат да бъдат превърнати в актив и валоризирани чрез създаването на териториален бранд. Брандът представлява цялостния имидж на територията на МИГ, комуникацията на всички равнища и предвижда стратегическо планиране с участието на местните общности.

Брандът на територията на МИГ Балчик –Генерал Тошево следва да се разглежда като съвкупност от непреходните ценности, отразяващи своеобразието, неповторимите оригинални белези на територията, които са широко известни, получили са обществено признание и се радват на стабилно търсене от страна на жителите, посетителите и туристите. Брандът се формира като следствие от подчертана позитивна репутация,

която територията има, основана на уникална териториална индивидуалност, и ангажира потребителското съзнание на рационално и/или емоционално ниво. Подобно на имиджа той е планиран образ, изграден чрез комуникация.

Брандът на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево следва да бъде:

- уникален емоционално-позитивен образ, обусловен от придобилите широка популярност природни, исторически, икономически, социо-културни и други специфични черти на територията;
- обещание към жителите, посетители и туристите за придобиване на определени ползи и преимущества;
- гаранция за качествено удовлетворяване на търсенето;
- комплекс от позитивни асоциации, провокиращи към потребление и повишаващи субективното ниво на ценностите на територията;
- важен конкурентоспособен фактор и ценен стратегически актив на икономиката на територията;
- субективна добавена стойност за целевия потребител.

Брандът ще има съществено значение и ще взаимодейства с редица други процеси, съпътстващи развитието на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево – социални, икономически, културни и пр., поради това формирането и развитието му са постижими и резултатни единствено, ако се извършват паралелно и в съответствие с цялостна репутационна стратегия. Затова и представянето на територията е преди всичко репутационна задача. Грамотното ѝ планиране, правилните акценти и пълното използване на възможностите е въпрос на управленско разбиране и квалифицирани умения, не само от страна на Местната инициативна група, но и от страна на публичния, стопанския и нестопанския сектор на територията на МИГ.

Стратегически брандът на територията следва да отразява някои най-важните ценности показатели и културни кодове на поведението на местните жители и тяхната идентичност:

- Креативност – позициониране чрез различни видове творчество, за да привлекат повече градивни, съзидателни, изобретателни личности с отношение към изкуството;
- Уют и топлина – чувства, предизвикани от приятна обстановка, удобство, душевно спокойствие и радост
- Екологичност и комфорт – чистотата, безопасността и удобството
- Откритост – гостоприемство, общителност, мобилност
- Романтика – тайнственост, приказност, митологичност
- Естественост и автентичност – руините, самобитните занаяти, фолклорът, националната кухня и др.п. стават все по-популярни и носят посланието за чистота и правдивост. Изборът на подобна стратегия е благоприятен за развитие на определени видове туризъм.

Изграждането на собствен бранд на територията на МИГ Балчик –Генерал Тошево не само ще обедини местните общности и ще пробуди тяхната гордост, но може да има и пряка икономическа полза. Силният позитивен бранд означава добра репутация за територията и повишаване на рейтинга, но засяга също така инвестициите в икономиката, създаването на нови работни места и редица още важни за общините и населението му фактори.

В основата на развитието на територията на МИГ-Балчик Генерал Тошево лежи чувството за местна идентичност, достойнство, самоуважение и гордост на жителите ѝ, задоволството и удовлетворението на местните общности от постигнатото и стремежът им към подобрене и усъвършенстване. Силният бранд и професионално издържания териториален маркетинг ще допринесат за повишаване на колективната оценка по отношение на територията.

## ГЛАВА III

### АНАЛИЗ НА РЕЗУЛТАТИТЕ ОТ ПРОУЧВАНЕТО

#### Територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево - характеристики, силни страни и имидж

В количественото изследване са зададени серия от отворени въпроси (без предварително подадени отговори), които целят да установят преимуществата и характеристиките на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево през погледа на нейните жители.

Резултатите показват, че респондентите описват територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево най-вече през екологично чистата и красива природа (41%) и историческите забележителности (23%). Често срещани характеристики, споделени спонтанно в анкетите са също гостоприемството на хората (16%) и културното наследство и съхранените традиции (с по 13%).

#### 1. Вие лично, как и с какви няколко изречения бихте описали територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево, с които да привлечете вниманието на туристите?

(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

| Отговори                                     | %             |
|--|---------------|
| Без отговор                                  | 21,3%         |
| Екологично чиста и красива природа           | 41,3%         |
| Исторически забележителности                 | 22,7%         |
| Добро териториално и географско разположение | 6,7%          |
| Гостоприемни хора                            | 16,0%         |
| Културно наследство                          | 13,3%         |
| Територия със съхранени традиции             | 13,3%         |
| Атрактивни фолклорни събори и празници       | 6,7%          |
| Добра инфраструктура в населените места      | 1,3%          |
| <b>Общо</b>                                  | <b>142,6%</b> |

Зададен е и въпрос с какво територията на МИГ Балчик – Генерал Тошево (включваща общините Балчик и Генерал Тошево) се отличава от останалите общини в България. На първо място с 17% се посочва Притежание на уникални за Добруджа черти – урбанизиран крайбрежен район и равнинен и плодороден хинтерланд. 16 на сто посочват като уникална черта Двореца с Ботаническата градина. Красивите и уредени населени честа са отличителна черта според 15% от запитаните. При отговорите на този въпрос като характеристика се определят самобитните традиции (9%). Споменават се също трудолюбивото население (8%), доброто общинско ръководство (8%), културните събития и природните ресурси (7%).

**С какво положително територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево се отличава от останалите общини в България?**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

| Отговор  | %             |
|--|---------------|
| Без отговор  | 22,7%         |
| С трудолюбивото население  | 8,0%          |
| Притежание на уникални за Добруджа черти – урбанизиран крайбрежен район и равнинен и плодороден хинтерланд | 17,3%         |
| С многото културни събития   | 6,7%          |
| С поверието за Бялата лястовица  | 6,7%          |
| С добри общински ръководства   | 8,0%          |
| С Двореца с Ботаническата градина  | 15,7%         |
| С добро географско местоположение  | 6,7%          |
| С красиви и уредени населени места   | 14,7%         |
| С уникални традиции  | 9,3%          |
| С добри природни ресурси   | 6,7%          |
| С развито земеделие  | 2,7%          |
| С много реализирани европейски проекти   | 6,7%          |
| <b>Общо</b>  | <b>131,9%</b> |

Относно **силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево** са получени следните отговори от респондентите:

**Кои са силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево в областта на:**

**Природните и климатични дадености**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

| <b>Отговори</b> |   | <b>%</b>      |
|-----------------|---|---------------|
|                 | Без отговор   | 13,3%         |
|                 | Черно море  | 25,3%         |
|                 | Запазена богата природна среда  | 21,3%         |
|                 | Плодородни почви  | 40,0%         |
|                 | Добро географско разположение   | 1,3%          |
|                 | Добруджа- наличие на уникални за Добруджа черти – урбанизиран крайбрежен район и равнинен и плодороден хинтерланд | 25,3%         |
|                 | Красива природа   | 25,3%         |
| <b>Общо</b>     |   | <b>151,8%</b> |

Най голямо значение по отношение на природните и климатични дадености анкетиранияте отдават на наличието на плодородни почви (40%). Следват с еднаква по степен значимост Черно море ( 25%) , наличие на уникални за Добруджа черти – урбанизиран крайбрежен район и равнинен и плодороден хинтерланд и красивата природа ( 25%)

**Кои са силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал**

**Тошево в областта на: Исторически и природни забележителности**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

| <b>Отговори</b> |   | <b>%</b>      |
|-----------------|---|---------------|
|                 | Без отговор                                   | 13,3%         |
|                 | Двореца с Ботаническата градина               | 66,7%         |
|                 | Защитените територии                          | 22,7%         |
|                 | Църкви  | 6,7%          |
|                 | Паметниците                                   | 5,3%          |
|                 | Местата, свързани с Й.Йовков/Бялата лястовица | 6,7%          |
|                 | Музеи   | 5,3%          |
| <b>Общо</b>     |   | <b>126,7%</b> |

Сред историческите и природни забележителности на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево респондентите поставят на първо място Двореца с Ботаническата градина (67%), следвани от защитените територии (23%), църквите и местата, свързани с Й.Йовков (7%) и Бялата лястовица (7%).



**Кои са силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево в областта на: Културата, бита и традициите**

(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

| Отговори                       | %             |
|--------------------------------|---------------|
| Без отговор                    | 9,3%          |
| Фолклорни ансамбли             | 42,7%         |
| Фестивали на самодейни състави | 46,7%         |
| Фестивала на цацата            | 26,7%         |
| Отразяване на културни събития | 4,0%          |
| Съхранени народни читалища     | 18,7%         |
| Музеи                          | 5,3%          |
| Народни традиции и обичаи      | 12,0%         |
| <b>Общо</b>                    | <b>165,4%</b> |

16

Като най-значими силни страни на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево в областта на културата, бита и традициите анкетираните лица посочват фестивалите на самодейните състави (47%) и фолклорните ансамбли (43%).

**Кои са силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево в областта на: Икономиката**

(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

| Отговор  | %             |
|--|---------------|
| Без отговор  | 16,0%         |
| Добре развиващи се предприятия от малкия и среден бизнес | 21,3%         |
| Слаба икономика  | 21,3%         |
| Няма силни страни в областта на икономиката              | 5,3%          |
| Малки предприятия  | 2,7%          |
| Развито земеделие  | 17,3%         |
| Фотоволтаични системи и зелена енергия                   | 1,3%          |
| Промисленост   | 4,0%          |
| Търговия   | 5,3%          |
| Туризъм  | 21,3%         |
| Лозарство и производство на вино                         | 5,3%          |
| Преработвателни предприятия                              | 13,3%         |
| Развито животновъдство                                   | 2,7%          |
| <b>Общо</b>  | <b>137,1%</b> |

В най-голяма степен силни страни според мнението на анкетираните в

областта на икономиката са добре развиващите се предприятия от малкия и среден бизнес и туризма (с по 21%), развитото земеделие (17%), както и свързаната с него преработвателна промишленост (13%). Прави впечатление големия дял на респондентите, които считат, че икономиката на територията на МИГ е слабо развита.

**Кои са силните страни на територията на МИГ Балчик-Генерал в областта на: Селското стопанство**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

17

| Отговори                    | %             |
|-----------------------------|---------------|
| Без отговор                 | 18,7%         |
| Добре развити селски райони | 38,7%         |
| Плодородни земи             | 8,0%          |
| Добри земеделски стопанства | 6,7%          |
| Развито зърнопроизводство   | 29,3%         |
| Развито животновъдство      | 13,3%         |
| Развито рибовъдство         | 2,7%          |
| Развито растениевъдство     | 6,7%          |
| Развито лозарство           | 1,3%          |
| Развит дърводобив           | 1,3%          |
| <b>Общо</b>                 | <b>126,7%</b> |

Като най- силни страни на територията на МИГ Балчик-Генерал се посочват добре развитите селски райони (39%), развитото зърнопроизводство (29%) и развитото животновъдство (13%)

**Състояние на туризма на територията на МИГ Балчик Генерал Тошево**

В количественото изследване е зададен въпрос и конкретно за силните страни в областта на туризма.

**Кои са силните страни на МИГ Балчик-Генерал Тошево в областта на Туризма**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

| Отговори                                   | %     |
|--|-------|
| Без отговор                                | 20,0% |
| Предпоставки за развитие на селски туризъм | 30,7% |
| Морски туризъм                             | 36,0% |
| Фестивален туризъм                         | 2,7%  |
| Двореца с Ботаническата градина            | 17,3% |
| Културен туризъм                           | 2,7%  |

|                           |               |
|---------------------------|---------------|
| Ловен и риболовен туризъм | 9,3%          |
| Местни празници           | 2,7%          |
| <b>Общо</b>               | <b>121,4%</b> |

По отношение на туризма анкетираните посочват като най-значим морския туризъм (36%), като същевременно посочват, че има и добри предпоставки за развитие на селски туризъм (31%). Специален акцент е даден на Двореца с Ботаническата градина като туристическа дестинация (17%).

Според експертите, участвали в дискусиите селският туризъмът, както и други видове алтернативен туризъм на територията на МИГ Балчик – Генерал Тошево имат много добър потенциал за развитие, който обаче е неизползван и недостатъчно развит.

18

### **Туристически забележителности и възможности за развитие на туризма**

**С какво бихте искали туристите да запомнят територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево?** (Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

| Отговори   | %             |
|--|---------------|
| Без отговор  | 9,3%          |
| С красива природа (природни забележителности), вкл. Черноморско крайбрежие | 21,3%         |
| Двореца с Ботаническата градина  | 25,3%         |
| С доброто обслужване на туристите (гостоприемство)                         | 28,0%         |
| С музеите  | 6,7%          |
| С тишината и спокойствието на малките населени места                       | 9,3%          |
| С автентичните традиции в района   | 24,0%         |
| С историческите забележителности   | 6,7%          |
| <b>Общо</b>  | <b>130,6%</b> |

Като най-значима туристическа забележителност, която туристите следва да запомнят на територията на МИГ Балчик –Генерал Тошево 25% от анкетираните в количественото изследване определят Двореца с Ботаническата градина. Следват автентичните традиции в района с 24%.

Доброто обслужване на туристите (гостоприемство) е водещото с което туристите следва да запомнят територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево.

### **Предложения относно създаването на териториален бранд.**

**Какъв трябва да бъде символът (знакът) на териториалния бранд на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево така, че тя да бъде разпознаваема?**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

19

| <b>Отговор</b>   | <b>%</b>      |
|--|---------------|
| Без отговор  | 38,7%         |
| Съчетание от гербовете на двете общини Балчик и Генерал Тошево | 25,3%         |
| Символ на надеждата:Бяла лястовица                             | 8,0%          |
| Знакът на МИГ Балчик-Генерал Тошево                            | 4,0%          |
| Двореца с Ботаническата градина                                | 13,3%         |
| Морски вълни   | 9,3%          |
| Житни класове  | 8,0%          |
| Белите скали   | 2,7%          |
| Слънце и море  | 1,3%          |
| Свързан със селското стопанство                                | 9,3%          |
| Фолклорни мотиви   | 13,3%         |
| Свързан с историята  | 2,7%          |
| <b>Общо</b>  | <b>144,0%</b> |

Повече от една трета (38%) от анкетираните не могат да дадат отговор на този въпрос.

Една четвърт (25%) считат, че символът (знакът) на териториалния бранд на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево следва да бъде съчетание от гербовете на двете общини образувачи територията на МИГ – община Балчик и община Генерал Тошево.

С равен брой (13%) с предпочитанията това да бъде Двореца с Ботаническата градина или съчетание от фолклорни мотиви.

В качествено изследване идеята за създаване на териториален бранд се оценява много положително от участниците. Според изказаните мнения, това може да направи територията на МИГ Балчик –Генерал Тошево широко разпознаваема, и съответно да привлече повече още повече

туристи. И в двете дискусии обаче се смята, че е много е важно зад този туристически бранд да стои реално съдържание, а не абстрактни виждания. Според експертите, участвали в проучването, туристическият бранд трябва недвусмислено да показва и подсказва какво може да се види на съответната територия.

**Бихте ли представили с няколко запомнящи се думи територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево?** (Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

20

| Отговор                                   | %             |
|---|---------------|
| Без отговор                               | 33,3%         |
| Красива природа                           | 24,0%         |
| Гостоприемна                              | 12,0%         |
| Иновативна                                | 4,0%          |
| Територия на надеждата - Бялата лястовица | 2,7%          |
| Вино                                      | 2,7%          |
| Трудолюбиви хора                          | 12,0%         |
| Автентична                                | 10,7%         |
| Богата история                            | 10,7%         |
| Черно море                                | 4,0%          |
| Селскостопански район                     | 9,3%          |
| Запазен фолклор                           | 8,0%          |
| <b>Общо</b>                               | <b>133,4%</b> |

**Вие лично имате ли представа с какво гостите - роднини и приятели и туристи от други общини свързват територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево?**

(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)

| Отговор                           | %             |
|-----------------------------------|---------------|
| Без отговор                       | 25,3%         |
| С красивата природа               | 18,7%         |
| С Йовков и Бялата лястовица       | 2,7%          |
| С развитите селски райони         | 5,3%          |
| С Черно море                      | 22,7%         |
| С историческите забележителности  | 2,7%          |
| С Двореца и ботаническата градина | 5,3%          |
| С ловния туризъм                  | 1,3%          |
| С гостоприемната атмосфера        | 26,7%         |
| С културните паметници            | 17,3%         |
| С народните традиции и обичаи     | 12,0%         |
| <b>Общо</b>                       | <b>140,0%</b> |

При отговорите на въпроса, свързан с представата за имиджа на територията в очите на нейните гости и посетители, отново преден план излизат гостоприемството (27%) и Черно море (23%). Освен това немалък дял от анкетираните смятат, че туристите запомнят общината с красивата природа (19%), с културните паметници (17%) и с народните традиции и обичаи (12%).

### **С какво гостите на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево я запомнят след посещението си в нея?**

*(Въпросът е задаван в свободна форма. Посочван е повече от един отговор.)*

| <b>Отговор</b>                      | <b>%</b>      |
|-------------------------------------|---------------|
| Без отговор                         | 13,3%         |
| С традициите                        | 13,3%         |
| С Черно Море                        | 53,3%         |
| С добрата материална база           | 1,3%          |
| С хубавите си спомени               | 6,7%          |
| С Двореца и Ботаническата градина   | 20,0%         |
| С хубавата природа                  | 13,3%         |
| С Йовков и Бялата лястовица         | 2,7%          |
| С вкусните традиционни ястия        | 5,3%          |
| С гостоприемството на местните хора | 6,7%          |
| <b>Общо</b>                         | <b>135,9%</b> |

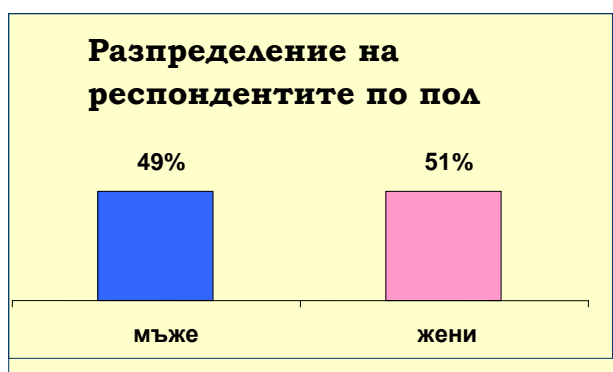
Гостите на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево я запомнят след посещението си в нея най-много с Черно море (53%) и с Двореца и Ботаническата градина (20%)

### **Профил на анкетираните лица**

В проучването са включени представители на основните целеви групи, съгласно изискванията на Възложителя. Участващите респонденти се разпределят както следва:

#### **Пол**

В количественото изследване са участвали почти по равно представители на двата пола: жени (51 % от респондентите) и мъже (49% от респондентите). Подходът WOMP акцентира върху активното участие и социално участие на жените и младежите в селските райони на ЕС, като едни от групи в наравностойно социално положение, нуждаещи се от активна подкрепа.



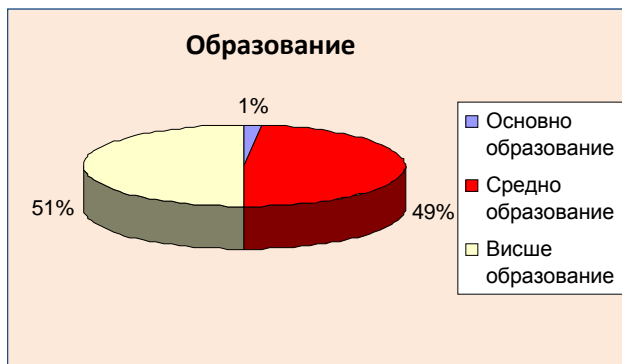
### Възрастова структура

Най-активна е възрастова група на респондентите над 50 години (51%). На второ място са участниците на възраст от 30 до 50 години (46%) и най-малка степен на активност се наблюдава в групата на младите хора до 30 години – 3%



### Образователна структура

В анкетното проучване мнозинството от респондентите са с висше образование – 51 %. Делът на анкетираните лица със средно образование е 48 %, а с основно образование са само 1% .



### Социален статус

Анализът на данните показва , че най-висок е процента на респондентите със собствен бизнес в сферата на селското стопанство или в други икономически сектори – 29%. Втората по големина група е тази на предствители на неправителствения сектор – 21% и на трето място с еднакъв процент (16%) са предствителите на общинската администрация и предствители на различните органи на управление на Балчик-Генерал Тошево (Общо събрание, Управителен съвет, екип за оперативно управление).





## ГЛАВА IV

### ИЗВОДИ И ПРЕПОРЪКИ

---

- Резултатите от количественото изследване недвусмислено показват, че територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево има редица уникални характеристики и преимущества, които може да покаже на своите гости. Сред тях като най-важни се определя красивата природа, историческите забележителности, гостоприемната атмосфера.
- Според експертите, участвали в дискусиите, селския и други форми на алтернативен туризъм основан на местната идентичност на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево имат много добър потенциал за развитие, който обаче е неизползван и недостатъчно развитие

#### **Основни препоръки:**

- Предприемане на мерки в посока разработване на цялостна политика в сферата на туризма, което да включва събиране на информация описание на туристическите ресурси и възможности на територията на МИГ-Балчик-Генерал Тошено и на тази база разработване на брандинг стратегия и развитие на териториалния маркетинг.
- Привличане на експерти в областта на туризма, които да бъдат партньори на общинските администрации и МИГ при разработването брандинг стратегията.
- Териториалният бранд може да подпомогне успешната реализация на всичко, свързани с развитието на туризма. Брандът следва да се мисли в дългосрочен план и като цялостна комуникационна стратегия на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево. Конкретно брандът трябва да включва в себе си и специфики на

територията, които да информират за нейните възможности и ресурси.

- Насърчаване на предприемачеството в сферата на туризма, информиране по места на местното население за туристическите възможности на тяхното населено място с цел развитие на селски и други форми на алтернативен туризъм.

### **Препоръки на експерти по брендиране**

25

Препоръките на експертите се свеждат до няколко основни и много важни момента, които трябва да се имат предвид при разработването на бранда на територията на МИГ-Балчик –Генерал Тошево. Ключово е разбирането за самата същност на териториалния бранд. Брандът представлява цялостния имидж на територията, комуникацията на всички равнища, и предвижда стратегическо планиране.

Брандът следва да бъде разработен така, че да дава възможности както на национално, така и за международно разпознаване на територията на МИГ Балчик-Генерал Тошево; допълнителна препоръка в тази насока е МИГ да работи съвместно с съседни територии за изграждане на туристически маршрути и регионален бранд, за да увеличи възможностите си за туристическо развитие.

- Брандирането е нещо специфично и трябва да се разработи от професионалисти в тази сфера, в никакъв случай на ниво една община – на това ниво могат да се събират идеи.
- Брандът трябва да показва и да дава заявка за идентичност и уникално предимство на територията.
- Брандът трябва да се основава на идея, която да кара хората/потребителите да се чувстват участници, ангажирани, а не просто наблюдатели.

- Слоганът и логото трябва да бъдат предложени от идентифициране и решаване, на въпроса кои са уникалните особености за територията на МИГ-Балчик Генерал Тошево
- Слоганът трябва да е уникален, да не се асоциира с никоя друга територия в България.

Териториалният брандиг е уникален инструмент, който местните инициативни групи следва да използват за повишаване на конкурентоспособността, създаването на неповторимост и специфичност на техните територии, което е особено важно за селските райони с оглед на засилващите се процеси на глобализация.

