



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

МАРКЕТИНГОВ ПЛАН ЗА РАЗВИТИЕ НА СТРАТЕГИЯ „СИН РАСТЕЖ“ И „СИНЯ ИКОНОМИКА“ В ОБХВАТА НА МИРГ „ВАРНА /РАЙОН АСПАРУХОВО/ – БЕЛОСЛАВ– АКСАКОВО“

Екип провел изследването:

ПРОФ. Д-Р ЕВГЕНИ СТАНИМИРОВ

ДОЦ. Д-Р МАРИЯ СТАНИМИРОВА



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

СТРУКТУРА НА МАРКЕТИНГОВИЯ ПЛАН

I.	Въведение	3
II.	Визия, мисия и основна цел за реализиране на стратегия „Син растеж“ в обхвата на МИРГ „Варна–Белослав– Аксаково“	5
III.	Ситуационен анализ ситуационен анализ за нагласите на местната общност за развитие на синя икономика	6
IV.	Ключови конкурентни предимства (USP) на територията на МИРГ	12
V.	Маркетингова програма за изпълнение на стратегия „Син растеж“ в обхвата на МИРГ „Варна–Белослав– Аксаково“	15
VI.	Индикатори за наблюдение при реализиране на маркетинговите цели	18
VII.	Инструменти за достигане на представителите на целевите групи	18



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

I. ВЪВЕДЕНИЕ

Устойчивото териториално развитие на рибарските области в съвременните условия е насочено към търсене на допълнителни възможности районите да запазят своята конкурентоспособност при максимално използване на наличните местни ресурси, като едновременно с това създадат условия за инвестиционна подкрепа на дейности, насочени към запазване, поддържане и подобряване на околната среда. Това изисква разработването и прилагането на стратегии за развитие на областите да става с активното участие на местните лица и да е фокусирано към обслужване на нуждите, капацитета и перспективите на местните икономически субекти и местното население. Форма за интегриране на усилията на местната общност са публично-частните партньорства. На територията на общините Варна (община Аспарухово), Белослав и Аксаково е учредена обща местна инициативна рибарска група (МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“). МИРГ представлява независима и доброволна организация на представители на местната власт, стопанския и неправителствен сектор, създадена като публично-частно партньорство. Интегрирането на местните общности и ресурси следва да бъде насочено към развитие на капацитет, който предоставя възможност за диверсифициран растеж на територията която има елементи на устойчивост. В стратегиите за развитие на МИРГ устойчивостта е един от основните стълбове, но той става все по-актуален във връзка с икономическите, социалните, финансовите, здравните и др. ефекти от пандемията С-19. Практически местните общности в момента са изправени пред стратегически избор – дали да се стремят просто да възстановят публичните системи и да неутрализират частично ефекта от пандемията или да ги реструктурират и на тази база да търсят по-висока добавена стойност от тяхното функциониране. Пандемията прекъсна много вериги на стойността, вериги на доставки, доведе до увеличаване на безработицата, увеличаване на дела на повременната заетост, предизвика фалити и др. Това налага преосмисляне на бизнес моделите не само на



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

функционирането на публични субекти, но и на частния бизнес. По-слабото негативно въздействие на COVID-19 върху местната икономика през март и април беше съпроводено с по-слаб компенсаторен ръст в сравнение с много други европейски страни. Наваксването на това изоставане е възможно по линия на инвестиционна активност, за което са необходими свежи идеи и грамотно разработени проекти. Имайки предвид, че висока добавена стойност се формира в сектори, които комбинират ресурси (вкл. ноу-хау) и ефекти, насочването към „зелени“ инициативи за подкрепа на т.нар. „синя икономика“ изглеждат обещаващи.

В обхвата на т.нар. „синя икономика“ се интегрират дейности като: рибарство; производство на продукти от риболов и аквакултури; крайбрежен туризъм; морски превози; вътрешен воден транспорт; корабоплаване на къси разстояния; пътнически фериботни услуги; ветроходство и яхтени пристанища; круизен туризъм; вятърни електроцентрали; добив на нефт и газ в морето; дейности по защита на бреговата ивица (вкл. наблюдение и контрол); сини биотехнологии и др. Тези дейности са взаимосвързани и взаимозависими, включително по отношение на достъп до инфраструктурни обекти като пристанища, ел.-разпределителна и пътна мрежа и др.

Интегрирането на ресурсите и усилията на местната общност е логично да не става хаотично, а да следва траектория на поведение, която може да бъде насочена с помощта на стратегически документ – маркетингов план. За да се обезпечи разработването на маркетингов план за прилагане на стратегията за „син растеж“ е проведен анализ на нагласите на местното население, общинската администрация и местните общности за развитие на дейности, различни от рибарството и по-конкретно - туристически дейности. По този начин се предоставя възможност на местните участници да дискутират проблемите на съответния район, възможностите за развитие на устойчиви диверсифицирани дейности и да подпомогнат дефинирането на идеи за развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

Представеният маркетингов план е координиран и с действащата Стратегия за водено от общностите местно развитие (ВОМР) на МИРГ Варна-Белослав-Аксаково (<https://economy2blue.org/%d0%b0%d0%bd%d0%b0%d0%bb%d0%b8%d0%b7/>).

II. ВИЗИЯ, МИСИЯ И ОСНОВНА ЦЕЛ ЗА РЕАЛИЗИРАНЕ НА СТРАТЕГИЯ „СИН РАСТЕЖ“ В ОБХВАТА НА МИРГ „ВАРНА– БЕЛОСЛАВ– АКСАКОВО“

Дефинираните в този документ визия, мисия и основна цел са интегрирани с тези, утвърдени в стратегията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“.

Визия за развитие на стратегията „Син растеж“

МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“ е рибарска област с потенциал (бизнес, административен и екологичен) за развитие на „синя икономика“, която постига икономически и социални ползи, както от развитието на традиционните за областта рибарство и производство на риба и аквакултури, така и от свързаните с тях туризъм, транспорт, образователни и други услуги, чрез интегриране на устойчиви (вкл. „зелени“) практики и бизнес модели.

Мисия за развитие на стратегията „Син растеж“

Постигане на устойчиво териториално развитие на крайбрежната зона чрез инициране, подпомагане и интеграция на ресурсите, усилията и дейностите на всички заинтересовани страни за развитие на „синя икономика“.

Основна цел за развитие на стратегията „Син растеж“



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

Прилагане и развитие на стратегия на „син растеж“ за територията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“ с видими и устойчиви резултати.

III. СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ ЗА НАГЛАСИТЕ НА МЕСТНАТА ОБЩНОСТ ЗА РАЗВИТИЕ НА СИНЯ ИКОНОМИКА

Основната цел на проведеното социологическо изследване е да се анализират нагласите на представители на местния бизнес, свързан с развитието на рибарството, на представителите на публичната администрация и научните среди за развитие на дейности, свързани със синята икономика (в т.ч. туристически дейности) в обхвата на територията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“. Обект на изследване са представители на следните целеви групи: морска индустрия; общинска администрация; структури на гражданското общество (СГО); представители на научни среди. Проучването е проведено в периода юли – август 2020 г.

Поради високите очаквани разходи е преценено, че не е целесъобразно да се прави изчерпателно проучване. В изследването са обхванати 50 представители на морска индустрия; 50 представители на СГО; 50 представители на научните среди и 50 представители на общинската администрация на общините Варна (район Аспарухово), Белослав и Аксаково.

Съществуват различия в нагласите на респондентите по представители на целеви групи във връзка с капацитета на територията за развитие на син растеж, диверсифициране на различни от рибарството дейности и развитие на туристически дейности с цел рибарство. Констатираните различия следва да се оценяват като позитивни, защото именно те могат да се използват за диверсифицирано развитие на трите общини в рамките на МИРГ. От друга страна разнообразието в мненията може да попречи на това местната общност да се консолидира около идеи, които да бъдат



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

припознати като приоритетни и да се утвърдят за финансиране. Приоритетите са необходими предвид ограничените ресурси за реализацията им.

Обобщените изводи, свързани с развитието на територията на рибарската област са представени по-долу.

Първо. Преобладаваща част от представителите на всяка от целевите групи са запознати само отчасти с функцията на МИРГ. Отчасти запознати са: 80% (като само 20% са запознати) от представителите на научните среди; 54% от представителите на бизнеса (40% са запознати); 74% от представителите на НПО (26% са запознати) и 64% от представителите на публичната администрация (34% са запознати). Най-слабо запознати са представителите на научните среди, като същевременно точно тази целева група проявява най-силен интерес за участие в дейности на МИРГ.

Позитивен факт е, че много висок интерес за сътрудничество проявяват всички целеви групи, но до момента малък относителен дял от изследваните представители активно са вземали участие.

Второ. Най-голямо значение за развитието на територията на рибарската общност изследваните целеви групи отдават на крайбрежния туризъм (вкл. хотелиерство, ресторантьорство, дейности на туристически агенции и др.). Изключение правят представителите на научните среди, които поставят приоритет на производството на продукти от риболов и аквакултури, сини биотехнологии и защита на бреговата ивица. В мнението на последната целева група може да се види идеята за интегриране на различни икономически дейности с потенциал за развитие на територията на МИРГ, като вниманието се насочва към производство (преработваща индустрия), където добавената стойност може да бъде по-висока.

Регистрират се близки средни оценки за значението на икономическите дейности за стратегическото развитие на рибарската област. Това може да се интерпретира по начин, че респондентите не фаворизират една или друга



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

икономическа дейност, а ясно съзнават, че икономическото развитие е възможно по линия на интеграция на широка палитра бизнеси, които нерядко са обвързани помежду си като скачени съдове. Това от една страна се оценява положително в периоди, в които няколко икономически дейности започват да се развиват по-бързо, защото техния ръст ще стимулира взаимосвързани браншове. В периоди на криза могат да се очакват обратните ефекти – при слаба диверсификация и силна обвързаност между икономическите дейности може да се мултиплицират стагниращи ефекти.

Трето. Като ключови фактори, въздействащи върху развитието на рибарската област и дейности в обхвата на синия растеж се очертават редица инфраструктурни дейности свързани с експлоатирането на крайбрежните зони, рехабилитация на пътища, водоеми и т.н. Според допитаните представители на изследваните целеви групи, качеството на инфраструктурата и на предоставяните на рибарските общности услуги са оценени по-скоро като ниски, което е поле за бъдещо развитие, но и недостатък предвид това, че наличието на качествена инфраструктура е основа за привличане на чужди инвестиции.

Четвърто. Преобладаваща част от представителите на изследваните целеви групи считат, че на територията на рибарската област трябва да се развиват активно и дейности, различни от рибарството. Изследваните лица се консолидират около образователни дейности, свързани с издигане престижа на професията, организиране на фестивали и други събития.

Пето. Различните целеви групи имат нееднакви ползи от сътрудничеството в рамките на изпълнението на стратегията за син растеж. Представителите на бизнеса декларират, че по-скоро нямат необходимост от сътрудничество в почти всички изброени направления, в т.ч.: технически съвети, маркетингови съвети,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

компютърно управление, разработване на стратегии за развитие на дейността, контрол по качеството и сертификацията, информация за потенциала, риска и тенденциите на пазара, достъп до информация за различни финансови източници и дори по отношение на разработването на проекти по европейски и други програми.

За изследваните представители на НПО и общинска администрация необходимостта от сътрудничество е важна, като това се отнася в най-висока степен за обучения на персонала и маркетинг.

Приоритет като ползи от сътрудничеството си с останалите целеви групи, представителите на научните среди поставят на: научноизследователска дейност на основата на реални бизнес данни и тенденции; участие в съвместни проекти с практиката и възможността за повишаване на квалификацията и поддържане по този начин на високо ниво на лична професионална компетентност.

Акцент при комуникиране и популяризиране на стратегията за син растеж следва да са именно ползите от развитието ѝ за съответните целеви групи. Подобен подход има потенциал да увеличи значително ефективността от потенциални партньорства (вкл. постигнатите ефекти).

Шесто. Бизнесът, свързан с морската индустрия не познава в достатъчна степен ползите от сътрудничеството с останалите заинтересовани от развитието на територията страни. За бизнеса е важно сътрудничеството с компании в сферата на туризма. Те не считат, че е особено наложително сътрудничеството със структури на публичната администрация в страната и в чужбина; с НПО, свързани с рибарството; представители на научните среди и бизнеса, свързан с морската индустрия. Към настоящия момент бизнесът оценява сътрудничеството с всички изброени целеви групи като отсъстващо или



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

необходимо в ниска степен. Възможно обяснение за това може да бъде непознаване на ползите и ефекта от подобно партньорство, което на свой ред подсказва, че има огромен неоползотворен комуникационен потенциал,

Седмо. Има много висока необходимост от стимулиране развитието на дейности, различни от рибарството, като приоритет се поставя на различни видове туризъм, включително и такъв, който все още не е развит на изследваната територия. В най-висока степен според изследваните представители следва да се развива морски, риболовен, културен и селски туризъм. Съществено внимание се отделя на т.нар. „ити туризъм“, при който рибарите предлагат туристически услуги, свързани с традиционния им начин на живот. Това се отнася и за „песка туризъмът“ (туристи придружават професионални рибари по време на риболов), както и на приключенския туризъм. Това предполага целенасочени дейности по сегментиране на пазара и намиране на т.нар. „трайбове“, т.е. потенциални туристи с особени поведенчески и психологически характеристики, които биха избрали дестинацията на МИРГ заради (или в комбинация с други видове туризъм) възможността отблизо да се запознаят с традиционния начин на живот на рибарите или биха били склонни да придружават рибарите по време на риболов. Може да се направи извод, че по-скоро е важно на територията на рибарската област да се предлага комплексен туристически продукт, с възможност за удовлетворяване на търсенето от страна на различни целеви групи туристи. Това може да се постигне чрез предлагане на територията на рибарската област на различни свързани с рибарството дейности и услуги. Особен интерес се наблюдава по отношение на свързани с рибарството образователни дейности, включително насочени към повишаване престижа на професията; по отношение на морските превози; на пътническите и фериботните услуги; отдаването под наем на лодки и съоръжения за риболов и др.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

Осмо. Капацитетът на рибарската област за развитие на туристически дейности е оценен като висок. Значително по-високи оценки за анализирания капацитет дават представителите на общинската администрация, следвани от участниците от НПО. В сравнителен план представителите на бизнеса и научните среди оценяват по-ниско популярността на рибарската област като дестинация в страната и в чужбина, както и използваните в туризма информационни технологии за комуникация с потенциалните клиенти. Това отново поставя въпроса за неоползотворен комуникационен капацитет.

Девето. Като предпочитани обекти се оформят вилни селища, къмпинги и малки (семеини) хотели. Като цяло изследваните лица считат, че в най-висока степен следва да се инвестира в развитието на вилни селища, къмпинги и семеини хотели, като вероятно тези обекти са подходящи в контекста на развитието на туризъм, свързан с рибарството. Допълнителен аргумент е оформилата се в резултат на С-19 тенденция за търсене на усамотяване, особено ясно изявена сред по-платежоспособни туристи и такива, за които здравето на семейството е топ-приоритет.

Десето. Профилът на настоящите туристи, посещаващи рибарската област с цел рибарство е: преобладаващо от област Варна, на възраст 36-45 години; пътуващи като двойки или групи приятели; нощуващи най-често 3-4 нощувки.

Този профил до голяма степен предполага, че съответства на изведения вече профил на потенциалните ползватели на вилни селища, къмпинги и малки (семеини) хотели. Според обхванатите в проучването лица, най-често с цел рибарство посещават района туристи от област Варна (според 66% от представителите на бизнеса, 74% от представителите на научните среди, 54% от представителите на общинска администрация). Изключение правят само изследваните лица от групата на НПО, според които рибарската област се посещава в по-висока степен от представители на други области в страната (54% от запитаните). Много нисък относителен дял от



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

респондентите (само 4% от изследваните от бизнеса и НПО и 2% от научните среди) считат, че туристите са предимно от чужбина.

Типичният турист, посещаващ района на рибарска област Варна-Белослав-Аксаково е във възрастовата група 36 – 45 г. (според 48% от допитаните от бизнеса; 52% от НПО; 52% от местна администрация и 52% от научните среди). Като следващи по значимост възрастови групи са посочени туристи с профил 26-35 години и 46-65 години. Най-често районът се посещава с цел рибарство от двойки туристи (44% от представителите на бизнеса; 48% от представителите на НПО, 24% от респондентите от общинска администрация и 50% от тези на научните среди). Според обхванатите в допитването лица, типичният турист посещава територията на рибарската област най-често за 3-4 нощувки (посочено от 56% от респондентите от бизнеса; 50% от НПО; 48% от общинска администрация и 58% от научните среди).

IV. КЛЮЧОВИ КОНКУРЕНТНИ ПРЕДИМСТВА НА ТЕРИТОРИЯТА НА МИРГ

На основата на проведеното изследване могат да бъдат **обобщени уникални предложения за позициониране (USP)** на територията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“. Уникалното предложение за позициониране (продажба) е кратко, запомнящо се съобщение, което идентифицира уникалните предимства за целевите аудитории. USP могат да се използват като силна и последователна част от бъдеща рекламна кампания. Може да се използват в рекламни материали и по своята същност да се превърнат в декларация за позициониране - декларация за уникалното положение на територията на МИРГ за развитие на син растеж на основата на предимствата на територията. Извеждането на USP би позволило лесно да се комуникират ползите от развитието на територията с цел развитие на стратегията за син растеж.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

За да изгради дългосрочно разпознаване на територията за постигане на поставени маркетингови цели (диференциация на територията), вниманието трябва да се съсредоточи върху това заинтересованите страни да запомнят кратки и последователни съобщения, пресъздаващи най-силните конкурентни предимства. Следва да се отчита, че това е доста трудно, когато територии на други МИРГ (напр. МИРГ „Бяла-Долни чифлик -Аврен“) имат сходни характеристики. Основно правило в маркетинга е, че дори при сходни изходни параметри на предложителя (в случая различни територии с прилежащите им ресурси), който първи започне да се позиционира и го прави по правилния начин, той реализира основния дял от позитивните комуникационни ефекти.

На основата на маркираните съображения, следните уникални конкурентни предимства (USP) могат да бъдат изведени за територията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“, като те могат да бъдат диференцирани според основните заинтересовани страни:

1. **Територия със съпричастни от развитието ѝ местни заинтересовани страни (бизнес, администрация, НПО, научни и образователни структури)** – от значение за привличане на нови инвеститори, разработване на проекти (вкл. инициирани и/или управлявани от МИРГ), развитие на партньорства в страната и чужбина (вкл. с други МИРГ), работа в мрежи и др.

2. **Активно действаща МИРГ** – фактът, че проучените заинтересовани страни отдават голямо значение на сформиранията МИРГ подсказва, че това също, както предходното предимство може да бъде използвано за изграждане на партньорства, привличане на инвестиции и свидетелства за съпричастност на местните лица и структури от развитието на територията и респ. от лансиране на „син растеж“.

3. **Наличие на многообразни възможности за интеграция на широка палитра от бизнеси, свързани със „син растеж“.** Това произтича от извода в социологическото проучване, че заинтересованите от развитието на територията на



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

МИРГ лица не фаворизират една или друга икономическа дейност, а ясно съзнават, че икономическото развитие е възможно по линия на интеграция на различни видове бизнеси, в т.ч.: крайбрежен туризъм (в т.ч. хотелиерство и ресторантьорство, туристическа агентска дейност и други в обхвата на крайбрежната зона); рибно стопанство (в т.ч. риболов, развъждане и отглеждане на риба); производство на продукти от риболов и аквакултури; сини биотехнологии; вътрешен воден транспорт; морски превози и ветроходство и яхтени пристанища и др. Високата комплексна оценка от страна на местните заинтересовани страни за екологичния, икономическия и административния капацитет на територията обуславя необходимостта за развитие на интегрирани бизнеси и услуги.

4. **Високо качество на продуктите от риболов и аквакултури и богати традиции в производството на риба** – от значение за привличане на инвестиции за развитие на рибарството и свързани с него услуги (в т.ч. туристически услуги).

5. **Съхранена и чиста природна среда (в т.ч. защитени територии)** – предимство от изключително значение за развитие на морски и крайбрежен туризъм, свързан със синия растеж.

6. **Наличие на квалифициран персонал и такъв с опит в областта на опазването на околната среда** – предимство, което произтича и от наличието на образователна и научна инфраструктура на територията на обл. Варна, която да консултира и подготвя кадри в областта на екологията и опазването на околната среда.

7. **Ефективен граждански контрол по значими социално-икономически въпроси върху решенията на местната власт.** От значение за привличане на нови инвеститори, разработване на проекти (вкл. инициирани и/или управлявани от МИРГ), развитие на партньорства в страната и чужбина (вкл. с други МИРГ), работа в мрежи и др.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

8. Обективни предпоставки за интегриране на туризъм, свързан с рибарството и развитие на комплексен туристически продукт (по посока на културен и селски туризъм). От значение, както за привличане на туристи от страната и чужбина с идентифицирания при социологическото проучване профил (вкл. такива, които търсят чиста от С-19 среда), така и за привличане на нови инвестиции и партньорства (вкл. по посока на свързани услуги: морски превози и вътрешен воден транспорт; образователни за издигане престижа на професията на заетите в рибарството, ремонт на лодки и съоръжения и др.).

V. МАРКЕТИНГОВА ПРОГРАМА ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯ „СИН РАСТЕЖ“ В ОБХВАТА НА МИРГ „ВАРНА–БЕЛОСЛАВ–АКСАКОВО“

На основата на стратегическите документи за развитие на територията, социологическото изследване за идентифициране на нагласите на заинтересованите от развитието на син растеж страни и ключовите конкурентни предимства на територията на МИРГ „Варна-Белослав-Аксаково“ са формулирани 6 стратегически маркетингови цели за периода 2020-2023 г.

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 1: Популяризиране на стратегията „син растеж“ и в частност на ролята на МИРГ за устойчивото териториално развитие на крайбрежната зона. Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Изграждане на база данни по целеви групи.
2. Създаване на нови канали за разпространение на информация.
3. Провеждане на събития за популяризиране на дейността на МИРГ.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 2: Координиране на активности по идентифициране и популяризиране на приоритетни икономически дейности с участието на всички заинтересовани страни. Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Разработване на информационни материали.
2. Провеждане на събития за популяризиране на възможности за: развитие на бизнес, свързан със син растеж; финансиране на бизнес проекти и др.

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 3: Популяризиране на действащи и иницирани на нови проекти, свързани с инвестиции в инфраструктура и опазване на околната среда. Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Насочване вниманието на заинтересованите страни към значението на изброените фактори и възможности за финансиране на проекти, свързани с изграждане на инфраструктура
2. Популяризиране на ефекта от текущи проекти на МИРГ и/или публична администрация в тази област.
3. Сътрудничество с представители на училища и университети и организиране на събития, свързани с почистване и популяризиране на идеите на синия растеж.

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 4: Популяризиране на възможности и ползи от предлагането на територията на рибарската област на свързани с рибарството туристически, транспортни, образователни и др. услуги. Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Популяризиране на добри практики за развитие на свързани с рибарството услуги.
2. Популяризиране на ползите от комплексното развитие на територията за заинтересованите страни.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

3. Популяризиране на възможности за финансиране на проекти за развитие на свързани с рибарството услуги (вкл. обучения за стартиращи фирми и възможности за тяхното акселериране).

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 5: Популяризиране на ползите от сътрудничеството между заинтересованите от синята икономика страни и постигане кумулативен ефект за развитието на синия растеж. Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Организиране на събития за популяризиране на ползите от коопериране на заинтересованите страни за развитие на син растеж и направлението за сътрудничество.
2. Координиране на активности за издигане престижа на територията като рибарска област (фестивали, конкурси и др.) и престижа на рибарската професия.
3. Организиране на обучения в конкретни направления, които биха били от полза за заинтересованите страни (обучения на персонала, маркетинг, източници на финансиране и др.).

МАРКЕТИНГОВА ЦЕЛ 6: Развитие на комплексен туристически продукт, на основата на атрактивността на територията с рибарство и свързаните с него услуги.

Дейностите за реализиране на дефинираните цел са:

1. Привличане на инвестиции за развитие на вилни селища, къмпинги и семейни хотели, като обекти, подходящи в контекста на развитието на туризъм, свързан с рибарството.
2. Идентифициране на ключови обекти на територията на рибарската област, които биха били в основата за изграждане на комплексни туристически маршрути и предлагане на комплексен туристически продукт.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

3. Координирани активности за привличане на потенциални клиенти, съответстващи на идентифицирания профил на целевия турист.

VI. ИНДИКАТОРИ ЗА НАБЛЮДЕНИЕ ПРИ РЕАЛИЗИРАНЕ НА МАРКЕТИНГОВИТЕ ЦЕЛИ

1. Брой събития по типове (семинари, уебинари, фестивали, обучения и др., свързани съответно с популяризиране на дейността на МИРГ; представящи възможности за развитие на дейности в обхвата на синия растеж, в т.ч. финансиране на проекти; ползите от коопериране между заинтересованите страни и др.).
2. Брой канали за разпространение на информация - (създаване на страница на МИРГ във Фейсбук; имейл лист; телефони и др.).
3. Брой лица до които може да се разпрати информация и брой лица, включили се в различни активности.

VII. ИНСТРУМЕНТИ ЗА ДОСТИГАНЕ НА ПРЕДСТАВИТЕЛИТЕ НА ЦЕЛЕВИТЕ ГРУПИ

1. Уебсайт на МИРГ и ключови организации на територията на рибарската област, с които МИРГ партнира и могат да съдействат за разпространение на информация (в т.ч. сайтове на публична администрация).
2. Публикации в пресата.
3. Фестивали и публични събития.
4. Семинари, в т.ч. организирани онлайн (уебинари).
5. Видеа и клипове, представящи мнения на ключови партньори.
6. Обучения (в т.ч. онлайн).
7. Социални мрежи (Facebook, Instagram, LinkedIn).



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
МОРСКО ДЕЛО И РИБАРСТВО



ЦЕНТЪР
ЗА УСТОЙЧИВО
СОЦИАЛНО РАЗВИТИЕ



ПРОГРАМА ЗА
МОРСКО ДЕЛО И
РИБАРСТВО

Предвид спецификата на заданието – маркетингова стратегия за развитие на стратегия „син растеж“ за територията на МИРГ е препоръчително съобразно приоритетите на територията (които могат да бъдат изяснявани поетапно във времето в партньорство с дефинираните 4 целеви групи) и съобразно дефинираните уникални предложения за позициониране (USP), следва да се уточнят по всяка от маркетинговите цели:

1. Коя аудитория конкретно ще бъде адресирана със съответната маркетингова цел?
2. Какво ще се предложи на съответната аудитория?
3. Защо смятаме, че ще можем да ангажираме посочената аудитория с конкретната цел?
4. Как ще ги ангажираме?
5. Кога конкретно ще го направим?
6. Колко разходи ще бъдат направени за това?
7. Какви средства ще бъдат необходими?