

ИЗВОДИ ЗА РАЗВИТИЕТО НА ЛОЗАРО-ВИНАРСТВОТО В ОБЛАСТ ХАСКОВО

Област Хасково има важно социално-икономическо и културно значение не само за региона, но и за България. В *Стратегията за развитие на област Хасково 2014/2020* е подчертано, че винопроизводството се увеличава, а две от големите предприятия за производство на машини и оборудване за хранително-вкусовата промишленост в страната са базирани в тази област. Част от специализацията на тези две предприятия е свързано с лозаро-винарската промишленост – ронкано-мелачки, ферментатори за бели и червени вина, бутилиращи линии, преси, помпи и редица др.

В същата стратегия е подчертано, че от решаващо значение за икономическото развитие на региона е наличието на голям брой малки и средни предприятия. Несъмнено част от тези фирми са винарските предприятия, които освен че са едни от големите работодатели в тази част на страната, са и важен източник на приходи за общините, в които се намират. Селското стопанство в областта е над средното за страната, като голям дял от него заема лозарството – производство на десертно и най-вече на винено грозде. Транспортните коридори и напълно завършената през 2015 г. автомагистрала „Марица“, международната ж.п. линия за Истанбул, както и рехабилитираните пътища от Републиканската пътна мрежа, също са добра предпоставка за бъдещето социалноикономическо развитие на областта. Добрата инфраструктура е важна за предлагането и развитието на туризъм.

Благоприятният мек и топъл климат, наличието на разнообразен релеф и красива природа, водни басейни, включително и минерални извори, са сред най-благоприятните и все още „неосребрени“ ресурси за туризъм, с които разполага област Хасково целогодишно.

Стратегията отбелязва важността и възможността на областта да предлага и да се специализира в някои видове туризъм: *балнеоложки, културно познавателен, ловен и селския туризъм*. Виненият туризъм е определен като част от селския и несъмнено той е и такъв. Но имайки предвид наличието на изби от региона, които вече са се специализирали в предлагането на винен туризъм, то той следва да се изведе като самостоятелен вид туризъм, да се изследват по-задълбочено неговите възможности и конкурентни предимства. Да се анализира материалната му база, да се открият силните и слабите му страни, както и да се развият подходящи маркетингови подходи за реализацията на туристически продукти. Тези фирмени продукти да се реализират под формата на *винени маршрути* или в клъстерни обединения, известни като „*Пътища на вино*”.

Въвеждането на някои утвърдени европейски практики и стандарти е друга бъдеща цел, която трябва да се реализира, ако областта иска да се развива като винена дестинация. Практиката показва, че туристическите обекти с определени стандарти за качество на базата и обслужването са повече посещавани в сравнение с други, където

изискванията са занижени. Поднасянето на качествени вина, в хубава и хигиенична среда от добре обучен и вежлив персонал, е предпоставка за качествено представен продукт. И обратно, ако посетителите опитват лоши вина, представени набързо и некомпетентно, има риск за лош имидж не само за избата, но и за целият регион.

Висок интерес и посещаемост има към организираните празници на виното и изложения в анализирани общини. Правилна посока за популяризиране и развитие на винен туризъм е организирането на такъв тип събития от страна на някои от избите в община Харманли като например „**Екстремн винен тур 4x4**“. Тази инициатива е сравнително нова и все още е слабо развит продукт за привличане на туристи. Но следвайки най-новите глобални тенденции в предлагане на винен туризъм, инициативи от този тип се радват на голям успех и посещаемост.

Съчетаването на винения и другите видове туризъм в Хасковско е предпоставка за по-богат набор от продукти и възможности за организиране на посещения и за привличане на по-платежоспособни туристи. Успешни комбинации може да се получат между винен и ловен туризъм, винен и кулинарен туризъм и др. Към това може да се добави и еко-туризъм, който също има какво да предложи – еко-маршрути, наблюдения на редки видове птици като черния щъркел, наблюдения на редки растителни и животински видове, природни феномени и риболов.

Както е отбелязано в анализа, големите дефицити са в туристическите продукти и тяхното маркетингване. Следователно в близко бъдеще фирмите, чийто бизнес е свързан с туризъм, трябва да насочат усилията си в маркетинга и търсенето на пазари. Създаването и утвърждаването на мрежи и маршрути, свързани с винен туризъм, ще спомогне не само за запазване на съществуващия лозаро-винарски и туристически потенциал, но и ще създаде възможности за включване на други стопански субекти и инициативи.

„Тази публикация е създадена в рамките на проект „Разработване идентичността на продукцията, почвата и региона“ (DIONYSOS), финансиран по Програма за сътрудничество INTERREG V-A „Гърция-България 2014-2020“, съгласно Договор за БФП № БФП № В2.6с.04/01.11.2017 г. Проектът е съфинансиран от Европейския фонд за регионално развитие и от националните фондове на страните, участващи в Програмата за сътрудничество Interreg V-A „Гърция-България 2014-2020“. Съдържанието на тази публикация е отговорност на Хасковската търговско-промишлена палата (ХТПП) и при никакви обстоятелства не може да се счита, че отразява становище на Европейския Съюз и Управляващия орган на Програмата.