



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ НА СТАРОПЛАНИНСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН 2021-2024

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Съдържание

1. Ситуационен анализ	4
Обхват.....	4
Преглед на стратегически документи.....	4
Преглед на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии в областта на туризма в Старопланински туристически район	16
Добри чуждестранни практики на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии.....	28
Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура	51
Пътна инфраструктура	51
Ж.п. транспорт.....	54
Въздушен транспорт.....	55
Достъпност до основни туристически обекти	55
Изводи.....	57
Туристическа инфраструктура.....	58
Традиционни ястия.....	100
Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО	101
За състоянието на ОУТР Старопланински туристически район.....	102
Ресурси на района и специфики	102
SWOT анализ на Старопланински туристически район.....	118
PESTEL анализ - анализ на външната среда	121
2. Визия	178
3. Мисия.....	178
4. Цели	178
5. Целеви пазари и групи потребители.....	182
Източници на информация.....	182
Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района	182
Целеви пазари.....	183
6. Уникално предложение за продажба и желано пазарно позициониране	188
Виждане за предимствата и недостатъците на района	188
Асоциации със символи на района	189
Идеи за уникално предложение за продажба	190
Поведение и предпочитания на туристите	190
Профил на туристите	190
Поведение и предпочитания на туристите	191
Интерес към района	192
Предпочитания на чуждестранните туристи	192
Предложения за уникално предложение за продажба	193
Желано пазарно позициониране	194
Ключови послания на района	194
7. Общи насоки за брендиране на всеки туристически район и предложения за лого и слоган	195
Предложния за лого и слоган	196



8. Концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район	198
9. Стратегии и тактики за постигане на целите и достигане до потребителите (маркетинг микс)	200
Маркетинг микс:	200
1. Продуктова политика.....	200
2. Ценова политика	208
3. Дистрибуционна политика.....	209
4. Комуникационна политика	210
Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район	213
Препоръки към регионалния маркетинг в туризма.....	214
Пътувания и туризъм: тенденции за 2021 – 2022 г.	215
Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали.....	221
Специализирани борси и приложения.....	221
10. Механизъм за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията за района	243
Мониторинг.....	243
Набиране на информация за напредъка.....	244
Методи за набиране на количествени данни	245
Методи за набиране на качествени данни.....	245
Анализ на получените данни	246
Заключения на база на анализа.....	247
Изготвяне на предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация	247
Представяне и обсъждане на резултатите и предложенията на заинтересованите страни.....	247
Отразяване на получените коментари и предложения	248
Официално приемане на необходимите документи и действия	248
Оценка:.....	248
Междинна и последваща оценка.....	249
11. Институционална рамка	251
Министър на туризма.....	251
Национален съвет по туризъм.....	253
Експертни комисии към министъра на туризма.....	256
Управление на областно ниво	257
Управление на местно ниво.....	258
12. Бюджет.....	265
13. План за действие	267
14. Приложения:	284



1. Ситуационен анализ

Обхват

Старопланински туристически район се нарежда на трето място по брой общини (32 броя) и на второ по територия, заедно с район Тракия. Районът обхваща цяла Стара Планина, като включва части от 10 административни области – Видин, Монтана, Враца, Ловеч, Габрово, Велико Търново, Търговище, Сливен, Шумен, Бургас. На север граничи с един други туристически района – Дунавски, на юг – Софийски и Долината на розите, на изток – Сърбия и на запад с двата черноморски района – Варна и Бургас. Старопланински туристически район покрива 32 общини от следните 10 административни области:

- Област Велико Търново: общини Велико Търново, Горна Оряховица, Елена, Златарица, Лясковец и Стражица;
- Област Габрово: Габрово, Дряново, Севлиево, Трявна;
- Област Ловеч: Априлци, Ловеч, Луковит, Тетевен, Троян, Угърчин и Ябланица;
- Област Монтана: Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Монтана, Чипровци;
- Област Сливен: община Котел
- Област Търговище: Антоново и Омуртаг
- Област Шумен: община Върбица
- Област Бургас: община Сунгурларе;
- Област Видин: община Чупрене
- Област Враца: община Враца, Криводол, Мездра, Роман

В концепцията за туристическо райониране на България на Старопланински туристически район е предложена приоритетна специализация в планински (пешеходен, рекреативен и ски) и културен (културно-исторически, фестивален и творчески) туризъм, с допълнително развитие на приключенски, екотуризъм и селски туризъм и религиозен и поклоннически туризъм. Туристическите подрайони, на които се дели туристическия района са Западен Старопланински подрайон и Източен Старопланински подрайон. За център на туристическия район е определен град Велико Търново.

Преглед на стратегически документи

В обхвата на Старопланински туристически район попадат административно териториални единици, разположени в 4 района за планиране от ниво 2: Югоизточен район, Северен централен район, Северозападен район и Североизточен район. В настоящия преглед са обхванати 84 документа: стратегически, планови и програмни документи за развитие на съответната територия и специализирани документи, разработени в областта на туризма, достъпни в Приложение №... В рамките на туристически район попадат 32 общини, разположени в 10 области.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Регионалните планове за развитие на Югоизточен район, Северен централен район, Северозападен район и Североизточен район разглеждат общата законодателна и стратегическа рамка, задаваща стратегическите линии на процеса по целеполагане. Дефинираните цели, приоритети и мерки са в съответствие с Национална програма за развитие на Република България: „България 2020“, Национална стратегия за регионално развитие на република България в периода 2012-2022 г., Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г. и др. Осъществен е изричен анализ за съответствието на целите от регионалните планове за развитие с документите по по-висок ранг в системата за планиране. Реализирана е междинна оценка, преглед или обобщаване на резултати на регионалните планове на съответния район за предходния планов период (2007 г. - 2013 г.) В регионалните планове за развитие секторът на туризма е застъпен на ниво приоритет в рамките на развитието на потенциала на съответния регион и икономическото развитие. В РПР на ЮИР е отразен във визията.

Основните съответствие в целите се изразяват в развитие на устойчиви форми на туризъм, разнообразяване на туристически продукти, насърчаване на творчески индустрии, мерки по опазване на културни ценности и природни забележителности, разработване и реализиране на регионален маркетинг и реклама на туристическите продукти, изграждане на атракции, поддържане на туристическа инфраструктура, повишаване професионалната квалификация на заетите в туризма.

Видовете туризъм, които ще бъдат насърчавани, са планински и културен туризъм. И четирите регионални планове за развитие са изцяло съобразени с общата специализация на Старопланински туристически район, състояща се от два компонента – планински и културен туризъм. Разпознават се подвидове селски, културно-исторически, балнеоложки, фестивален, екотуризъм. На това ниво на планиране не са включени част от подвидовете от разширената специализация на туристическия район, сред които религиозен и поклоннически, ски туризъм, рекреативен.

В рамките на туристическия район попадат части от териториалния обхват на 2 области от Югоизточен район за планиране – областите Бургас и Сливен. Областните стратегии за развитие на двете области са съставени при отчитане на дефинираните цели на европейските и национални стратегии и планове от по-висок порядък. Изпълнен е анализ за съответствието. При Областната стратегия за развитие на Област Бургас за периода 2014-2020 г. се отчита и добрата практика да се отчитат постиженията и приемствеността с предходни документи, действащи в периода 2007 г. -2013 г.

Отчетените съответствия в целите на областите Бургас и Сливен касаят усъвършенстване на туристическата дейност, разработване и въвеждане на съвременни механизми за управление на туристически дестинации, маркетинг и ефективна реклама подобряване качеството на услугите и др. В Областната стратегия за развитие на Област Бургас за периода 2014-2020 г. туризмът е включен на ниво мерки чрез „Създаване от страна на общински власти, стопански кръгове, изследователски сдружения на програма за усъвършенстване на туристическата дейност“. При Областната стратегия за развитие на



Област Сливен секторът е застъпен по-подробно чрез „Приоритет 1.1.3 Развитие на устойчив и качествен туризъм“, като е разработена система от мерки и дейности за неговото изпълнение. И в двата документа развитието на туризма е елемент за постигане на икономически растеж и по-висок жизнен стандарт.

Видовете туризъм, които са отразени в мерките и дейностите или са посочени в анализ на туристическия потенциал са културен, творчески, религиозен, селски, СПА-туризъм, винен, мистичен, медицински, приключенски, исторически, хоби туризъм и други. Отчита се вписване в общата и разширената специализация на Старопланински туристически район. За областите Бургас и Сливен не е разработен отделен специализиран документ, в който да се предвиждат допълнителни дейности и приоритетни направления за насърчаването на туристическия сектор.

От общините в рамките на Югоизточен район за планиране в обхвата на Старопланински туристически район попадат само Сунгурларе и Котел. Общинските планове за развитие на двете общини отразяват целите, приоритетите и мерките в областта на туризма, зададени от съответните областни стратегии, РПР на ЮИЗ, националните документи. Осъществен е задълбочен анализ на съотносимостта на предвидените намеси на общинско ниво, приноса към постигането на националните цели и приемствеността. Операционализирането на основните стратегически насоки при разработването на общинските планове показва съответствие с по-високите йерархични цели по отношение на маркетингово представяне и реклама, развитие на интегрирания туристически продукт, диверсификация на туристически услуги, дейности по опазване на движими и недвижими културни ценности, инфраструктурно обезпечаване на обекти и дестинации.

В Общинския план за развитие на Община Сунгурларе 2014-2020 г. туризмът е включен в „Приоритет 1: Конкурентно и устойчиво развитие на селско и горско стопанство и туризъм“, заедно с други секторни политики. Мерките за реализация на приоритета се изразяват единствено в комплексно маркетингово представяне и реклама на общината. Не е дефиниран вид туризъм, който целенасочено да бъде развиван от общината. Не е разработена стратегия или програма в областта на туризма.

Общинският план за развитие на община Котел 2014-2020 г. включва туристическия сектор в рамките на най-високото йерархично ниво в процеса на формулиране и осъществяване на стратегически цели – визията на общината. Приоритет „Устойчиво развитие на туризма, основано на местния културно-исторически и природен потенциал“ е позициониран в рамките на икономическия растеж. Съставена е Програма за развитие на туризма в Община Котел, в която мерките и дейностите биват доразвити и конкретизирани на оперативна ниво.

Не се констатира противоречия с общата специализация на туристическия район. В разглежданите общински документи се включват основно културният и планинският туризъм. Основните подвидове туризъм са културно-исторически, екотуризъм, природен и ловен туризъм. Прямо разширената специализация на Старопланински туристически район са отразени част от определените подвидове туризъм.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

От обхвата на Северен централен район за планиране в Старопланински туристически район се включват Област Велико Търново (5 общини) и Област Габрово (4 общини). В Областните стратегии за развитие на двете области се установява съответствие с целите на Националната програма за развитие „България 2020“, Националната стратегия за регионално развитие (2012-2022 г.), Национална концепция за пространствено развитие за периода (2013 – 2025 г.) и Регионален план за развитие на Северен централен район (2014-2020 г.) Осъществен е изричен анализ за връзките между стратегическите цели. Направен е преглед и на водещите европейски документи като Стратегия „Европа 2020“, Стратегията на ЕС за развитие на Дунавския регион, Териториалния дневен ред на ЕС 2020 и с други общоевропейски документи на политиката на сближаване.

Установените водещи съответствия са свързани със социализиране и популяризиране на културното наследство, развитие на туристически атракции, разработване на комплексни регионални туристически продукти и маршрути, подобряване достъпа до туристически обекти. В Областната стратегия за развитие на Област Велико Търново 2014-2020 г. туризмът е включен още във визията, като е развит в „Приоритетна област 2: Устойчив туризъм“. В Областната стратегия за развитие на Област Габрово за същия период секторът е представен като приоритет в икономическото развитие. Не са разработени отделни документи с акцент върху сектора на областно ниво.

На базата на дефинираните приоритети, мерките и дейностите на областно ниво се представя пълно съответствие с общата специализация на туристическия район – културен и планински туризъм. При Област Велико Търново се наблюдава основна насоченост към съхраняването и дигитализацията на културно-историческото наследство на територията, организиране на събития в историческите обекти, техническо и инфраструктурно обезпечаване. Извън културния туризъм се посочват възможностите за приключенски, ски, селски, кулинарен, винен туризъм. При Област Габрово водещи видове туризъм също са културният и планинският.

В Старопланински туристически район обхвата на Област Велико Търново попадат общините Велико Търново, Горна Оряховица, Елена, Златарица, Стражица. Поставените цели кореспондират пряко с националните и европейски документи, въздействащи върху сектора на туризма. Общините Велико Търново, Елена Златарица и Стражица включват отделен преглед и анализ на обвързаността и вертикалната координация на целеполагането. Отчита се взаимодействието с факторите, условията и потенциала за специфичното развитие на съответната община и вписването в стратегическата рамка на по-горните териториални нива. Реализиран е преглед на законодателната рамка. Общинските планове за развитие на общините Златарица и Стражица анализират и приемствеността с документи, действащи в периода 2007-2013 г.

Базовите връзки с целите, приоритетите и мерките между общинските планове за развитие на разглежданите 5 общини от област Велико Търново с документите от по-високо йерархично ниво на стратегическия цикъл се изразяват в опазване, управление и популяризиране на културно наследство, опазване на природни забележителности, подобряване на туристически услуги, изграждане на туристическа инфраструктура,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

комуникации в сектора, повишаване на капацитета на човешките ресурси, заети в туризма и подобряване на услугите, реклама и популяризиране на дестинации.

В рамките на разглежданите документи общините Елена, Златарица и Стражица включват туризма във визиите за развитие. Водещата практика за обхващането на туризма в рамките на икономическото развитие при тези общини не е широко застъпена. При общините Велико Търново и Златарица секторът в изведен като отделна самостоятелна приоритетна област. При общинските планове за развитие на общините Горна Оряховица и Елена се оформя като приоритет, подчинен на по-общата цел за подобряване на качеството на живота. Единствено Община Стражица помества туризма като приоритет, подчинен на местната икономика. Отделни специфични документи за целенасочено въздействие само върху туризма разработват общини Горна Оряховица, Златарица и Стражица. При община Елена туризмът е застъпен в по-стар документ - Стратегическа програма за икономическо развитие на Община Елена 2008-2011 г. Наличните интегрирани планове за градско възстановяване и развитие отразяват общите приоритети, зададени в общинските планове за развитие.

Основните видове туризъм, върху които се фокусират разглежданите общини, са културният и природният. В предвидените на общинско ниво мерки и проекти могат да бъдат разпознати подвидове селски, спортен, развлекателен, екотуризъм, ловен, риболовен, фестивален туризъм. Налице е съответствие с общата специализация на туристическия район. По отношение на разширената специализация на Старопланински туристически район зададените подвидове са отразени. Не са предвидени дейности, свързани със ски туризъм. Ограничено е обхващането на религиозния и поклоннически. Предвидените проекти, касаещи храмове (монастири, църкви) ги разглеждат като културно-исторически забележителности.

В туристическия район попадат 4 общини от обхвата на Област Габрово: Габрово, Дряново, Севлиево и Трявна. Формулираните цели и приоритети не са в противоречие с областните, регионалните и националните документи, съставлящи стратегическата рамка в областта на туризма. Осъществен е анализ за съответствието със законодателната и стратегическата рамка. Реализиран е преглед на релевантните европейски политики. Отчита се операционализиране на местно ниво на основните стратегически линии за развитие на туризма, които се изразяват в: развитие на комплексен туристически продукт, маркетинг на района, дейности по комуникация и реклама на дестинации, подобряване на туристическа инфраструктура, квалификация на персонал, подобряване на управлението на туристическия сектор.

Туризмът е включен на ниво приоритети в рамките на насърчаването на местната икономика. Секторът е отразен във визиите за развитие на общините Дряново и Севлиево. Общините Габрово, Дряново, Севлиево и Трявна разработват специализирани документи с фокус върху туристическото развитие – програми и планове с различен времеви хоризонт, обхват и задълбоченост на мерките, дейностите и проектите. Община Габрово изработва ежегодни програми за развитие на туризма от 2015 г. до 2020 г. (общо 6 документа). През 2021 г. Община Габрово разработи и прие Стратегия за устойчиво



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

развитие на туризма в Община Габрово– 2021-2027 г. В документа са заложили целите за развитие на сектора за следващия 6 годишен период.

Разпознаваемите видове туризъм са културният и историческият. По този начин се отчита пълно съответствие с общата специализация на туристическия район. По отношение на разширената специализация на района се наблюдава вписване 4 общини в зададената рамка. Застъпени са екотуризмът, природният, селският, културно-историческият, фестивалният, творческият туризъм.

В Старопланински туристически район попадат 4 области (Видин, Враца, Ловеч, Монтана) и 18 общини (Чупрене, Враца, Криводол, Мездра, Роман, Априлци, Ловеч, Луковит, Лясковец, Тетевен, Троян, Угърчин, Ябланица, Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Монтана, Чипровци) от състава на Северозападния район за планиране. На областно ниво се отчитат регионалните, националните и европейските цели, отнасящи се до туристическия сектор. Не се констатира противоречия с основните стратегически направления. Областните планове за развитие на и на четирите области включват подробен анализ за съгласуваността с документите от по-висок ранг, частичен преглед на законодателството и отчитане на методически указания и насоки. Основен фокус е поставен върху Регионалния план на Северозападен район 2014-2020, Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022 г. и Националната концепция за пространствено развитие на Република България 2013-2025 г.

Водещите съответствия в предвидените цели, приоритети, мерки и дейности са свързани с поддържане на специализираната туристическа и социална инфраструктура и материална база, опазване на културни наследство и природни забележителности, квалификацията на изпълнителския и управленски персонал, ефективен регионален туристически маркетинг, подобряване на услугите и разработване на нови, създаване и разпространение на рекламно-информационни продукти.

Областната стратегия за развитие на Област Враца за периода 2014-2020 г. включва сектора като част от визия за развитие. При областните стратегии за развитие на областите Видин, Враца и Монтана се наблюдава извеждане на сектора на междинно ниво под формата на приоритет/подприоритет в местната икономика и оползотворяване на местния потенциал. При Област Ловеч е заложен на оперативна ниво като мярка за повишаване на конкурентоспособността на местната икономика и постигане на икономически растеж и заетост. И при четирите области не са създадени отделни програмни или планови документи за развитие на туризма.

Спрямо общата специализация на района не се отчита приторечие в мерките и дейностите, предвидени от посочените областни планове за развитие. В мерките и дейностите се разпознават културно-историческият туризъм, планинският, селският и екологичният туризъм. На областно ниво не са конкретизирани приоритетни видове туризъм, към които общините да се придържат.

От обхвата на Област Видин единствено община Чупрене попада в Старопланински туристически район. Дефинираните елементи на планирането в Общинският план за развитие на общината за периода 2014-2020 г. съответстват на целите и приоритетите,

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

заложен в документите от по-високо йерархично ниво. Извършен в изричен анализ за съответствие с европейската политика в областта на регионалното развитие, Стратегия „Европа 2020“, Националната програма за развитие на България, Националната програма за реформи (2011 – 2015 г.), Националната концепция за пространствено развитие (2013 – 2025 г.), Националната стратегия за регионално развитие (2012 – 2022 г.), Регионалният план за развитие на Северозападен район за планиране и Областна стратегия за развитие на Област Видин 2014-2020 г.

Туризмът е включен като специфична цел „Развитие на разнообразни форми за целогодишен туризъм, базиран на природните и културно-историческите дадености на общината“ в рамките на приоритет, адресиращ няколко секторни политики едновременно - икономическо съживяване и развитие на района, насърчаване на инвестиции в селското стопанство, туризъм и насърчаване на малкия и средния бизнес. В предвидените дейности се разпознават подвидовете туризъм: зимен, спелеоложки, селски, културно-исторически, природен туризъм. Отчита се съответствие с общата специализация на туристическия район.

От Област Враца в района попадат общините Враца, Криводол, Мездра и Роман. Общинските планове за развитие (ОПР) на тези общини поставят цели и приоритети, които са координирани с дефинираните на по-високо равнище. Наблюдава се операционализиране до ниво мерки и дейности, спрямо местните дадености и особености. Заложените елементи на планирането кореспондират с националната и европейска стратегическа рамка. Извършен е преглед за съответствието и приносите за постигане на целите. ОПР на Община Мездра и Община Криводол обхващат и приемствеността с предходни програмни документи.

Основните съответствия при целите, приоритетите и мерките се изразяват в три основни направления: инфраструктурно осигуряване и социализация на туристически ресурси, развитие на туристически продукти и маркетинг и реклама. Предвижда се създаването на атракциони, дейности по опазване на културно наследство, партньорства за подобряване на управлението на сектора, квалификационни курсове за подготовка на необходимите кадри, подобряване на обслужването на туристи. Туризмът се включва като междинен елемент в рамките на икономическото развитие на съответната община. ОПР на Община Враца отразява сектора и в своята визия. И четирите общини създават отделна програма за насърчаване на туристическата активност и дейности на своята територията, в които се залагат конкретни дейности и проекти. Застъпен е основно културният туризъм и по-слабо природният. Налице е вписване в рамката на общата специализация на туристическия район.

В рамките на област Ловеч, общините, които попадат в Старопланински туристически район са 7: Априлци, Ловеч. Луковит, Тетевен, Троян, Угърчин, Ябланица. Прегледът на общинските документи показва съответствие с документите от по-висок ранг. Основно за отчетени връзките и целите на Националната стратегия за регионално развитие 2012–2022 г., Регионалният план за развитие на Северозападния район за планиране, Областната стратегия за развитие на област Ловеч за периода 2014-2020 г., Стратегия



„Европа 2020“. Отбелязани са нормативните актове, обвързващи съставянето и изпълнението на ОПР. Общините Априлци, Луковит, Троян и Угърчин задават и оценки на резултатите от предходни ОПР за периода 2007-2013 г.

Водещите съответствия и операционализиране на целите и приоритетите са насочени към насърчаване на културни атракции, подобряване на туристическите услуги, подпомагане създаването на местни туристически продукти, маркетинг и реклама на съответната територия като туристическа дестинация, инфраструктурни проекти, реставрация и консервация на културни обекти, популяризиране на културно наследство, партньорства за популяризиране на туризма, дейности по подобряване компетентността и уменията на заетите в сектора.

Секторът е включен в ОПР като приоритет при икономическото развитие, използването на местния потенциал, насърчаване на социалния капитал. В 3 общински документа е поставен на централно място във визиите на общините (Априлци, Троян, Угърчин). Общо 6 от 8 общини разработват специализирани документи за управление на туризма – Априлци, Ловеч, Лясковец, Тетевен, Троян и Ябланица. Програмите за развитие на туризма включват оперативни дейности и краткосрочни проекти. Посочените видове туризъм са културен и природен. Срещат се подвидовете селски, културно-исторически, екотуризм. Предвидените дейности, отнасящи се до религиозни обекти не са заложили с оглед религиозен и поклоннически туризъм, а в рамките на културното наследство на общините.

Следващите общини в обхвата на Северозападния район за планиране са Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Монтана и Чипровци. Общинските планове за развитие на посочените общини са в съответствие със заложената стратегическа рамка. Целите и приоритетите отговарят на формулираните елементи, свързани с туризма, в Областната стратегия за развитие на Област Монтана 2014-2020 г., Регионалният план за развитие на Северозападен район 2014-2020 г., Националната стратегия за регионално развитие 2012-2022 г., Националната програма за реформи 2011-2015 г., Националната програма за развитие: България 2020, Стратегията „Европа 2020“. Наличен е анализ за обвързаността на целите. Общините Берковица, Вършец и Монтана осъществяват и преглед за приемствеността с документи, действащи в периода 2005-2013 г.

Основните проявления на вертикалната координация на целите са изложени в приоритети и мерки за развитие на инфраструктура, създаване на интегриран туристически продукт, привличане на туристически потоци, насърчаване на обмен и партньорства, разработване на маркетингова политика, разработване на туристически атракции и др. Туризмът на общинско ниво биха обхванат на междинно ниво като приоритет. При общините Вършец и Монтана е отразен в оперативен план на ниво мерки. Най-често секторът е включен в цели, насочени към местната икономика и подобряване на качеството на живот. Общо 4 от разглежданите общини (Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Чипровци) го отразяват в дългосрочните си визии за развитие.

Отделни документи, фокусирани върху туризма, съставят общините Берковица и Монтана. Преобладават културният и планинският туризъм. По този начин се отчита



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

съответствие с общата специализация на района. Включени са подвидове културно-познавателен, селски, еко, спортен, приключенски, ловен, религиозен, фестивален туризъм.

От територията на Североизточен район за планиране в Старопланински туристически район попадат 2 области (Търговище и Шумен) и 3 общини (Антоново, Омуртаг и Върбица). Областните стратегии за развитие се вписват в националната и регионалната стратегическа рамка. Направен е преглед на основните документи на национално и европейско ниво, които имат пряко влияние върху туристическия сектор. При ОСР Област Търговище туризмът е включен на ниво приоритет „Приоритет 1.3. Разнообразяване на туристическото предлагане и включване на природното и културно богатство в цялата територия на областта“. При ОСР на Област Шумен туризмът е включен като специфична цел. Създадена е Стратегия на Област Шумен за развитие на туризма до 2020 г., като специализиран документ със задълбочени мерки и дейности.

Съгласуваността на целите се изразява основно в развитие и популяризиране на културното и природно наследство, изграждане на съпътстваща инфраструктура, разработване на регионални туристически продукти, реклама, адресиране на туристически групи, разработване на туристически пакети, изграждане на туристически информационни центрове и др.

Съгласно общата специализация на туристическия район не се отчитат противоречия. При Област Търговище преобладават културният и планинският туризъм. При Област Шумен е включен морският туризъм, а планинският и културният са отразени като допълващи. Това се дължи на факта, че част от територията на областта попада в друг туристически район. Предвидени са мерки, насочени към културно-познавателен (исторически, археологически, етнографски и др.) туризъм и природо-познавателен, селски, спортен, ловен, делови, винен и гурме туризъм, поклоннически, балнеолечебен туризъм.

Общините Антоново и Омуртаг в рамките на Област Търговище попадат в състава на разглеждания туристически район. Общинските документи съответстват с целите, зададени на национално, регионално и областно ниво. Наличен е анализ за съотносимостта към Стратегията на ЕС „Европа 2020“, Националната програма за развитие: България 2020, Националната стратегия за регионално развитие, Регионалният план за развитие на ЮЦР, Областната стратегия за развитие на област Търговище за периода 2014 – 2020 г. Община Антоново се отличава със самостоятелна Маркетинговата стратегия за развитие на туризма. И при двете общини на туристическия сектор е отредено централно място във визиите им за развитие. В операционализирането на целите се оформят като специфични цели при икономическото развитие.

Основните съответствия на целите и приоритетите са свързани със маркетинг и реклама на местните производства, разширяване, реконструкция и модернизация на съществуващата туристическа инфраструктура, насърчаване на алтернативни форми на туризъм, развитие на местните туристически продукти, опазване и експониране на културното и природно наследство. В предвидените намеси от страна на местните власти



са изведени като водещи културният и планинският туризъм. Посочените подвидове туризъм са културно-исторически, селски, фестивален.

От териториалния обхват на Област Шумен единствено Община Върбица попада в границите на Старопланински туристически район. Общинските целите и приоритетите, отнасящи се до туризма, са координирани с Националната програма за развитие „България 2020“, Националната програма за реформи 2011-2015 г., Националната стратегия за регионално развитие на Република България. Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013- 2025 г., Регионален план за развитие на Североизточен район и Областната стратегия за развитие на област Шумен за периода 2014- 2020 г. Реализиран е подробен анализ на съответствието.

Водещите съответствия се разпознават в развитието на местния туристически продукт и маркетинг на дестинациите, подобряване на туристическата база, информационно и кадрово обезпечаване на туризма, развитие на природни, културни и исторически атракции. Туризмът е включен чрез „Специфична цел 1.3: Насърчаване развитието на интегриран туризъм, чрез опазване, популяризиране и развитие на културното наследство и природното богатство“. Основните видове туризъм са природният и културният, чрез което се отчита съответствие със специализацията на туристическия район.

На базата на прегледа на съществуващите документи могат да се направят следните изводи:

- Наблюдава се висока степен на съгласуваност между целите, приоритетите и мерките в стратегическите, плановите и програмите документи на административно-териториалните единици, включени в състава на Старопланински туристически район. Регионалните планове за развитие, областните стратегии и общинските планове за развитие развиват и детайлизират целите на документи от по-висок йерархичен порядък, отразявайки местните особености и ресурси. Основната рамка на национални документи, с които се отчита съгласуваност са Стратегията Европа 2020, Националната програма за развитие „България 2020“, Националната стратегия за регионално развитие на Република България 2012-2022 г. и Актуализирана Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030 г., Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013 - 2025 г. и др.
- Обособен отделен преглед и/или анализ на съответствието с националните и европейски документи, както и на законодателната рамка осъществяват по-голяма част от общините и областите в рамките на района (31 общини, 9 области и 4 района за планиране). Обвързаността на целите е проследена в различна степен на задълбоченост. Отчита се въздействието и постигнатите резултати от предходни стратегии, програми или планове, действащи в периода 2007-2013 г. от 15 общини, 2 области и 4 района за планиране. Наблюдава се и извеждане на методически указания за разработване на планови документи и вертикална координация на цели от централни администрации.



- Най-разпространената практика при съставянето на цели, приоритети и мерки е туристическият сектор да бъде включен на междинно ниво в йерархията на плановите елементи под формата на приоритет/специфична цел в рамките на икономическото развитие, оползотворяване на местния потенциал и подобряване на качеството на живот. На най-високо ниво в целите е заложен при визиите за развитие на 1 район за планиране (Югоизточен район за планиране), 3 области (Велико Търново и Враца, Габрово), 16 общини (Котел, Враца, Елена, Стражица, Златарица, Дряново, Севлиево, Априлци, Троян, Угърчин, Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Чипровци, Антоново, Омуртаг).
- Обобщените направления на цели, приоритети и мерки, при които се отчита съгласуваност между документите от различен ранг са опазване, управление и популяризиране на културно наследство, опазване на природни забележителности, подобряване на туристически услуги, изграждане на туристическа инфраструктура и материална база, ефективна комуникации в сектора, маркетинг, реклама и популяризиране на дестинации повишаване на капацитета на човешките ресурси, заети в туризма и реклама и популяризиране на дестинации, подобряване на управлението на туристическия сектор. Тези направления се конкретизират в създаването на атракционни, дейности по консервация и реставрация на недвижими културни ценности, подпомагане на дейността на културни институти, квалификационни курсове за подготовка на необходимите кадри, подпомагане създаването на местни туристически продукти, партньорства за популяризиране на туризма, благоустройство и рехабилитация на пътища, сгради, обслужващи терени, поставяне на табели, адресиране на туристически групи, разработване на туристически пакети, изграждане на туристически информационни центрове и др.
- Наличните интегрирани планове за градско възстановяване и развитие включват проекти, отнасящи се пряко до туристическия сектор. Предвидените проекти са насочени предимно към опазване на културно наследство, поддържане на културна инфраструктура и облагородяване на природни обекти.
- Отделни документи, които да операционализират заложените цели и приоритети в областта на туризма са разработени от 23 общини и 1 област. В тях се детайлизират предвидените мерки и дейности, разширен е обхватът на приоритетите в рамките на туристическия сектор и са описани оперативните елементи по изпълнението на целите от по-високо ниво.
- Всички документи, свързани с териториалния обхват на Старопланински туристически район използват релевантни и съотносими понятия при планирането в сектора на туризма. Удовлетворено е това изискване от методическите указания на Министерство на регионалното развитие и благоустройството за изготвяне на планови и програмни териториални документи.
- Общата специализация на туристическия район задава основните видове туризъм: планински и културен. Прегледът на разработените регионални планове за развитие,



областните и общинските документи показва пълно съответствие с общата специализация на района.

- Разпознават се подвидове селски, културно-исторически, балнеоложки, фестивален, екотуризм, рекреативен и СПА-туризм, винен, мистичен, медицински, приключенски, исторически, хоби, ловен, риболовен, творчески туризм. Не са предвидени дейности, свързани със ски туризм. Ограничено е обхващането на религиозния и поклонническия. Предвидените проекти, касаещи храмове (монастири, църкви) ги разглеждат като културно-исторически забележителности.
- В 46 от наличните регионални, области и общински планове, програми и стратегии са определени индикатори за измерване на резултат, ефект или въздействие с различна степен на задълбоченост и пълнота специфично за туризма. В някои случаи са формулираните измерители без дефиниране на източници на информация. Най-често се посочват собствени източници на информация, общински администрации, Националният статистически институт (НСИ) и Информационната система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България (ИСУН).
- При прегледа на областните и общински документи се установява, че 3 общини включват мерки, отнасящи се до трансграничното сътрудничество – Враца, Берковица и Чупрене. Регионалният план за развитие на Северен централен район предвижда насърчаването на трансгранични съвместни проекти. Общинските дейности в тази посока са свързани с участия в различни проекти и форуми, създаване на трансгранични туристически маршрути, международно сътрудничество по линия на трансгранични връзки главно със Сърбия.
- Относима към обхвата на туристическия район е действащата Програма за трансгранично сътрудничество България – Сърбия 2014-2020 г. Един от тематичните приоритети в нея е насочен към насърчаването туризм, основан на културно и природно наследство. Подцелите са свързани със създаването на устойчив туризм, трансграничен туристически продукт и изграждане на мрежи за свързаност. Насочена е към областите от ниво NUTS III или други еквивалентни области, разположени по границата на двете партниращи страни. Допустимите области от Република България, които попадат частично в Старопланински туристически район са Видин, Монтана, Враца.

При съставянето потенциални предложения за цели, основани на прегледа на съществуващите документи, следва да се отчитат на приложимостта към общините в Старопланински туристически район. Целта на предложенията на цели е систематизират най-важните елементи за планирането в рамките на туристическия район с оглед общите специфики, показани от отделните области и съставлящите ги общини и в последствие да бъдат адаптирани към местните особености. Могат да бъдат определени допълващи цели:

1. Задълбочаване на координацията, съгласуваността и партньорствата между общините в рамките на туристическия район. – Забелязва се ограничено предвиждане на



съвместни дейности. Същевременно по-голямата част от общините посочват необходимостта от изграждане на интегриран регионален туристически продукт. При тези обстоятелства следва да се отчетат ресурсите, нагласите и капацитета за създаване на обединения и партньорства за съвместни туристически дейности, маршрути, продукти.

2. Развитие на трансграничното сътрудничество – констатирано е слабо застъпване в разглежданите документи на мерки и дейности за трансгранични партньорства и контакти в областна на туризма. Подобно сътрудничество често е обусловено от териториална близост. Предвид географското разположение на района, не всички общини имат непосредствена свързаност със съседни страни. Могат да бъдат предвидени други форми за сътрудничество в областта на туризма, които да породят положителни въздействия. Примери за такива са общи форуми и фестивали, обмен на добри практики, обучения и конференции на заетите в туристическия сектор и др.

Преглед на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии в областта на туризма в Старопланински туристически район

Съществена част от общините в Старопланински туристически район са разработили планове / програми / стратегии за развитие на туризма. Представен по-долу е обзор на дейностите за развитие на местния туристически продукт и неговия маркетинг, застъпени в стратегическите документи на общо 16 от общините в туристическия район. Следва да се има предвид, че част от разглежданите документи са със срок на актуалност, изтекъл в последните няколко години.

Община Априлци

- Програмата за развитие на туризма в Община Априлци за 2014-2020 г. очертава посока за развитие на местния ТП, която съчетава природния потенциал (резерват „Северен Джендем“, екопътеки „Видимско пръскало“, „Водните дупки“, „Свети Илия“, конен маршрут и др.) и културно-историческия потенциал на дестинацията (паметници на културно-историческото наследство, занаятчийския център, базар и културни събития).
- Предвижда се продуктовата диверсификация да обхване селски и екотуризм, спортен туризм (в т.ч. ловен, риболовен и зимен туризм), исторически и опознавателен туризм. За тази цел в програмата е заложено изграждането и поддържането на панорамни пътища и екопътеки, велопътека, нови места за отдих и спорт, посетителски демонстрационен център и център на занаятите, ски писта и лифт, център за здравни съвети, места за бивакуване и къмпинги, дигитални музеи, художествени постери и архиви.
- Програмата откроява мерки за промотиране на туристическата дестинация. Предвидено е създаване на туристическа марка на общината, основно чрез реализацията на проект по ОПРР 2007-2013 г. за създаване на регионален ТП и неговия маркетинг в партньорство между общините Ловеч, Троян, Априлци и Летница.



Проектът включва общо участие в борси и изложения, разпространение на общи рекламни материали и организиране на събития.

- Програмата предвижда също разработката на рекламни и сувенирни материали и разпространение на брошура с информация за възможностите за настаняване, хранене, туристически атракции и други в рамките на дестинацията, поставяне на билбордове по националната пътна мрежи, създаване на електронен туристически сайт и рекламиране чрез други интернет сайтове и портали, провеждане на културни събития, демонстрации, конкурси и др.

Община Враца

- В програмите за развитие на туризма в Община Враца за 2019 г. и 2020 г. заляга дефинирането и предлагането на специфичен за общината интегриран туристически продукт, базиран на устойчиво развитие на културно-исторически, селски, фестивален, екстремн, спортен, ваканционен, еко и бизнес туризъм.
- С цел развитие на местния ТП програмата предвижда поддържане и подобряване на туристическата инфраструктура; изграждане на маршрути за отдых и спорт, провеждане на мероприятия с обществена значимост и туристическо значение (фестивали, културни събития, 3D мапинг-шоу, спортни състезания, представяне на местни традиции, кухня, занаяти и др.); разработване и промотиране на двудневни и тридневни туристически пакети, включващи туристически обекти и услуги от Община Враца; изграждане на общи пакети и маршрути с общини от региона (Берковица, Вършец, Мездра, Белоградчик, Видин).
- Открити в програмата са няколко мерки с комуникационна насоченост и дейности за маркетинг на дестинацията, сред които: провеждане на прочувания и изграждане на цялостна стратегия за развитие на туризма; издаване на атрактивни двуезични рекламни материали за природните и културно-историческите дадености на региона (диплянки, брошури, каталози, пътеводител, представителен албум, видео тур с рекламни клипове, обща брошура, включваща всички природни и културно-исторически забележителности, тениски, шапки); участие в национални и международни изложения, борси и форуми.

Община Ябланица

- Стратегията за развитие на туризма в Община Ябланица (2016-2020 г.) подробно дефинира настоящето туристическо предлагане (туристическите ресурси, активи, обекти, услуги и атракции). Сред тях са например пещерата "Съева дупка", извор Глава Панега, "Бездънния пчелин" и др., музейната сбирка в гр. Ябланица, Гложенския манастир "Свети Георги", къщата-музей „Васил Левски“, местните къщи за гости, фермата за щрауси в с. Брестница, фирма „Рибена“, предлагаща наблюдение на рибопроизводството и условия за риболов в с. Златна Панега.
- Стратегията определя като частично развити селския, екологичния, религиозния и приключенския туризъм. Представени са и видовете туризъм с потенциал за развитие,



сред които изпъкват маршрутно-познавателният туризъм, приключенският туризъм, екотуризмът, селският туризъм и др.

- Предвидените в стратегията мерки, ориентирани към развитие на ТП, включват: изграждане на туристически атракции за селски, приключенски и спортен туризъм; развитие на екологичното земеделие, екологичното производство и кулинарния туризъм, предлагащ екологични продукти и разнообразни кулинарни местни рецепти; създаване на туристическо търсене чрез събития (като „Традиционен фестивал и базар на народните обичаи и традиции“ в гр. Ябланица, Фестивала „Златната река“ – с. Златна Панега, възстановки на местни традиции и обичаи) и др.
- Дейностите за маркетинг на туристическата дестинация включват: провеждане на маркетинг проучвания; изработка и разпространение на различни рекламни материали; постоянно взаимодействие с туроператори, журналисти и маркетингови звена включване на общината в национални и международни организации, мрежи, борси, изложения, презентации и конференции и др. Отчита се приносът на проекта „Магията на долината на Панега“ - маркетинг на туристическа дестинация Луковит – Ябланица – Червен бряг към популяризирането на дестинацията.

Община Стражица

- Програмата за развитие на туризма в Община Стражица (2016-2020 г.) откроява визия за развитие на туризма с акцент върху алтернативните му форми (селски, екологичен, ловен и риболовен, културен, спортен) на базата на интегрирани туристически продукти и услуги. Представен е анализ на основните туристически ресурси и активи, в т.ч. природни (ландшафтен парк „Малка България“, изворът „Света Марина“, пещерата „Котешката дупка“, вилна зона „Казълдере“) и антропогенни (вкл. историческо наследство, местната култура, традиции и обичаи, фестивал „Фолклорна палитра, фестивал „Житената питка“, карнавално шествие и конкурси „Каралийчеви дни“, художествена галерия и музейна сбирка „Старшина I-ва степен Димитър Атанасов Димитров“).
- Програмата не представя специфични мерки за развитие на ТП. Не се очертава ясна визия за местен брандинг и маркетинг на дестинацията.

Община Чупрене

- Програмата за развитие на туризма в Община Чупрене (2015-2020 г.) дефинира местната туристическа оферта, която включва възможности за разходки по разнообразни екопътеки, по туристическия маршрут „Западен Балкан“, в биосферен резерват „Чупрене“, изкачване на вр. Миджур, посещение на пещерите „Леви и Десни сухи печ“, лов в местността „Бела вода“, участие в Турлашки фолклорен летен събор „Када кум прасе и ти вречу“ (в който се представят песни, обичаи, облекла и ритуали характерни за битовото и трудово ежедневие на местното население), празника на Чупренския балкан през август (съчетание на поход, изпълнения на самодейни състави, спорни и развлекателни игри) и др.



- Открити са различни мерки за утвърждаване и разнообразяване на асортимента от туристически услуги и продукти: разработване и маркировка на маршрути за зимен туризъм; стимулиране на туристическото търсене чрез тематични фестивали, концерти, изложения; включването на религиозните храмове в тематични турове за поклоннически туризъм; използване на разнообразието от растителни и животински видове за развитие на нови форми на туризъм („фотолов“ на птици, диви кози, вълци и др.); разработване на трансгранични маршрути за пешеходен, конен и велотуризм; организиране на фотопленери и последващи фотоизложби стимулиране на читалищната дейност и внедряване на нови форми на културна изява за възстановяване на историческите културни традиции, изграждане на къмпинг зона.
- Представен е ограничен набор от мерки с рекламна и комуникационна насоченост, в т.ч.: активна реклама и промоциране на всички забележителности в община Чупрене; трансгранично сътрудничество с цел туристически маркетинг (със Сърбия); взаимодействие с местни и чужди туристически компании и туроператори, заинтересовани от развитие на алтернативен туризъм; участие в туристически борси и изложения на регионално и национално ниво. Не се представя визия за единна идентичност (брандинг) на дестинацията.

Община Трявна

- Програмата за развитие на туризма в Община Трявна за 2019 г. представя визия за утвърждаване и диверсифициране на туристическото предлагане в направления като пешеходен, селски, културен и екотуризм. Открити са основните местни туристически ресурси, активи и атракции, сред които защитени местности и забележителности (напр. ПП „Българка“, „Студения кладенец“ и др.), туристически маршрути свързващи Трявна и с. Боженци, църкви, музеи, галерии, младежки център за художествени занаяти, аудио- визуалното шоу „Звук и светлина“, празници и културни мероприятия.
- За развитието на балансиран ТП в рамките на програмата са предвидени: реконструкция на етнографски комплекс за занаяти, гр. Трявна; превръщане на обект тракийско светилище в местност „Елова могила“ в туристическа дестинация; проект за изграждане на 2 екопътеки; организиране на разнообразни културни събития с туристически потенциал като Международен фолклорен фестивал, Празникът на град Трявна, „Национални Славейкови празници“, Националният фестивал на фолклорните танцови клубове и групи „Да разлюлеем Балкана“, Национален джаз фестивал, Арт фест; организиране на спортни събития като оффроуд надпревара „Трявна 4x4“, Награди „Спортист на годината“ 2019 г., Трабант фест, Международен футболен турнир за деца.
- Програмата откроява ограничен набор от марки за маркетинг и реклама на ТП: поддържане и надграждане на рубриката „Защо пък в Трявна?“ в сайта на общината; участие в туристически борси и оформление на щандове; публикации в специализирани издания; организиране на инфотурове за журналисти и туроператори; популяризиране на изградената в рамките на проект „Трявна – градът,



в който се ражда красота“ интерактивна система за реклама, информация и резервация; междубщинско и трансгранично сътрудничество в маркетинга.

Община Роман

- Програмата за развитие на туризма в Община Роман (2016-2020 г.) определя за приоритетно изграждането на конкурентоспособен ТП чрез увеличението на специализираните видове туризъм, които водят до целогодишна натовареност: културен (исторически, археологичен, етнографски, поклоннически), еко- и селски туризъм, риболовен туризъм, екстремн туризъм (скално катерене), ваканционен и др.
- За целта в програмата са предвидени дейности като изграждане на атрактивни туристически маршрути и екопътеки, възстановяване и социализиране на културно-историческото наследство (напр. манастирски комплекс „Св. Александър Михаил“, Средновековна църква „Пустата църква“ и др.). Отчита се потенциалът за развитие на екотуризъм и селски туризъм чрез специфични маршрути по поречието на река Малък Искър, както и възможността фолклорните традиции да се превърнат в туристическа атракция.
- Открити са мерки с маркетинг и комуникационна насоченост: изграждане на ТИЦ; провеждане на събития, които да насърчат посещенията (онлайн фотоконкурс „Община Роман – атрактивна туристическа дестинация“); изграждане, предлагане и реклама на пакет от туристически услуги в туристическия сайт на общината.

Община Мездра

- Маркетинговата стратегия за промотиране на туристическата атракция комплекс „Калето“ за 2013-2018 г. разглежда потенциала за развитие на културно-исторически туризъм в Община Мездра. Открити са уникалните културно-исторически обекти (сред които крепост „Калето“, Сеньова могила, Йонина могила, комплекс „Дядо Йоцо“, Черепишки манастир и др.) Изтъква се възможността за разработване на общи туристически маршрути със съседни общини, като са представени основните природни и културно-исторически забележителности в област Враца и общините Ботевград и Своге (област София).
- Представено е сегментиране на пазара и са обособени целеви групи с интерес към културно-исторически, археологически и познавателно-приключенски туризъм (включващи и чуждестранни туристи основно от Украйна, Сърбия, Румъния, Молдова). Идентифицирани са добри практики от други страни по отношение на културно-историческия туризъм.
- Стратегията представя маркетингов профил на археологически комплекс „Калето“ (достъпност, места за настаняване в близост до атракцията и др.). Отчита се, че посещаемостта на атракцията е обвързана с провеждането на различни празници и мероприятия, включително празници на културата „Мездра-май“, национален фолклорен събор „Де е българското?“, Международен симпозиум по скулптура, регионален фолклорен събор „Типченица пее“.



- Представена е продуктова стратегия за атракцията, която включва: обиколка с екскурзовод; отдаване под наем на площи за заснемане на снимки/видеа; провеждане на тематични събития; провеждане на научен семинар; тематична книжарница и магазин за сувенири. Предвидено е и включване на дестинацията „Калето“ в допълнителни маршрути за алтернативен туризъм в региона (напр. „Пътуване през пет исторически епохи“, „История, култура и Вазовите герои“ и др.). Представена е ценова стратегия на база сходни туристически атракции.
- Застъпена е и рекламна стратегия, която обхваща различни канали и методи: реклама в Интернет и чрез посветен на дестинацията уебсайт; създаване и разпространение на рекламен клип, рекламни брошури, съобщения до медиите; организиране на журналистически турове и инфотурове за туристически агенти и туроператори.
- Предвидени са различни методи за дистрибуция – чрез туроператори и туристически агенти, чрез ТИЦ в страната и района, чрез партньорства и членства в туристически организации, онлайн дистрибуция чрез специализирани портали и социалните мрежи, чрез участия в борси и изложения, чрез специализирани печатни издания (каталози и списания).

Община Дряново

- В програмата за развитие на туризма в Община Дряново за 2014-2020 г. детайлно са описани основните туристически активи и атракции на дестинацията (напр. защитена местност „Дряновски манастир“; мостът на Колю Фичето над р. Дряновска; църкви, музеи и музейни сбирки, екопътеки и др.). Описва се маркетинговата позиция на дестинацията, като се отчита, че потенциалът за развитие на селски, културно-познавателен, фестивален и др. видове алтернативен туризъм е все още неоползотворен.
- Програмата представя визия за превръщането на Дряново в целогодишна дестинация за културно-исторически, селски и екотуризъм, като са открити специфични мерки и дейности: създаване на тематични маршрути и програми, свързани с местни празници и фестивали - традиционни празници, патронни празници, народни обичаи, кулинарен фест, чествания на творци и др.; създаване на екопътеки и велоалеи; разработване на едно- и няколкодневни туристически програми, включващи културно-исторически обекти и природни забележителности; медийна подкрепа от страна на общината при популяризиране на предлаганите услуги; организиране на екскурзионни летувания и ученически лагери; организиране на събития (местни празници и фестивали, форуми на творците в културата, научни форуми); създаване на общи (тематични) туристически маршрути/продукти със съседни общини или съседни и други държави.
- В програмата са застъпени и мерки с комуникационна и рекламна насоченост, в т.ч. поддържане дейността на ТИЦ; създаване на напълно функционираща система за резервации на интегрирания туристически портал за общината с връзки, снимки, описание на туристическите обекти; изработване на кратки рекламни клипове и



разпространяване в Интернет (Youtube, Vbox7); включване на общината в европейски и международни тематични туристически мрежи; участие на общината в национални и международни туристически изложения; организиране на ежегодно пролетно туристическо изложение за представяне на общината като туристическа дестинация; организиране на опознавателни и информационни турове; включване на общината в национални и регионални каталози и пътеводители и др.; разпространение на рекламни материали като брошури, листовки, рекламни сувенири и др.; външна реклама (билбордове, рекламни стени и т.н.) и др.

Община Златарица

- *Програмата за развитие на туризма в Община Златарица (2016-2020 г.)* дефинира местните туристически ресурси и активи, сред които селищни могили, средновековна църква в с. Горско Ново село, църквата „Св. Николай“, исторически паметници и музеи, събития и фестивали (Фестивал на ромската духовна музика, Събор на родолюбието село Горско Ново село, „Ден на градинарската чорба“, екопътека по поречието на р. Стара река и др.).
- Програмата представя накратко визия за развитие на туризма с акцент върху алтернативните му форми – селски, културен, екотуризъм, пешеходен, ловен, риболовен. Представените мерки аз развитие на ТП са основно от общ характер, напр.: подобряване на туристическата инфраструктура; организиране на събития, които могат да генерират туристически интерес и др.
- По отношение рекламирането на ТП в програмата се отчита прилагани до момента практики и методи: издаден пътеводител на 17 обекта от област Велико Търново (2 от които от Златарица), съвместна маркетингова дейност по проект за развитие на атрактивен и ефективен регионален продукт на туристическа дестинация Елена – Лясковец – Златарица (включваща участие в национални и международни туристически изложения; разпространени са рекламни материали на български, английски, румънски (брошура, гид и карта); рекламна кампания в медиите с представяне на специално заснет филм, публикации в специализирани издания и реклама чрез билбордове. Не се представят специфични маркетингови мерки за реализация в рамките на програмата.

Община Котел

- *Програмата за развитие на туризма в Община Котел (2014-2020 г.)* представя обзор на туристическите атракции, забележителности и активи на територията, в. т.ч. резервати и защитени местности, екопътеки, водещи до атрактивни обекти (напр. пещера Приказна, Жеравна, Талим Таш), държавно ловно стопанство „Котел“ предлагащ възможности за ловен туризъм, архитектурно-исторически резервати (Жеравна, Градец и др.), музеи, култови комплекси, скални гробници и др. Отчита се, че в настоящия етап характерните предлагани туристически продукти в района на общината са предимно по линия на културния туризъм с туристически маршрути „Етнография и фолклор“, „Възрожденците в община Котел“, „Художествена живопис“



и „Занаяти“. Изтъква се туристическият потенциал на провежданите на местно ниво събития като празник на Котел, празник на балканските градове „Балканът пее и разказва“, „Ден на шегата и карнавален костюм“, „Фестивал на народната носия“ в Жеравна и др.

- Програмата представя визия за разнообразяване на туристическите услуги и продукти, напр.: предлагане на възможности за спорт и отдих и други дейности за свободното време (езда, колоездене, фототуризм); наблюдение на месната флора и фауна; разходки по новоизградени екопътеки, като същевременно се създаде база за комфорт на престоя под формата на уютни места за настаняване и разнообразни възможности за хранене. Една от предвидените дейности е разработване на конкретни туристически пакети за туристическия продукт според целевата група и типа отдих- селски туризъм, планински и екотуризм, културно-исторически туризъм в едnodневни програми, уикенд програми, седмични програми. Друга мярка за разработването на устойчив ТП е превръщането на традиционните дейности в селското стопанство в атракция на туристите - производство и дегустация на натурални месни и млечни продукти, добиване на мед, варене на ракия, винопроизводство, отглеждане на зеленчуци и т.н. Предвидено е и създаване на общ туристически продукт в партньорство със съседни общини и с общини с аналогичен и допълващ туристически продукт – за пешеходен туризъм, културно-познавателен и др.
- Представена е визия за маркетинг и дистрибуция на ТП: разработване на туристическа марка на община Котел с цел разпознаваемост, вкл. изграждане на лого и мото на дестинацията (без да се дават предложения); организиране на промоционални турове за туроператори и туристически агенти; участия в регионални, национални и други туристически борси, изработване на рекламни материали и разпространението им чрез различни канали, вкл. брошури, диплянки, каталози, билбордове, в Интернет и др.

Община Ловеч

- *Програмата за развитие на туризма в Община Ловеч за 2020г.* представя визия за развитие на интегриран туристически продукт, базиран на културно-исторически, фестивален, спортен, еко и бизнес туризъм.
- Мерките за развитие на ТП, предвидени в програмата, са по-скоро ограничени, като включват: поддържане на ключови туристически обекти и атракции (Ловешка средновековна крепост и Стара градска баня „Дели Хамам“, Зоопарк – Ловеч, както и на други културни паметници, вкл. създаване на оригинални интерпретативни програми за обектите) и организиране и провеждане на културни мероприятия и спортни събития.
- В програмата са залегнали и мерки (повечето от общ характер) за подобряване на информационната обезпеченост и маркетинга на дестинацията: извършване на маркетингово проучване и създаване на маркетингов план за популяризиране на



дестинацията; разпространение на атрактивни двуезични рекламни материали – каталози, клипове, филми и др.; включване на дестинацията в специализирани печатни издания, сайтове и блогове; участие в туристически борси, форуми и изложения; поддържане на специализиран туристически информационен сайт, фейсбук страница на Туристически информационен център Ловеч и други социални мрежи; изграждане на мултимедиен туристически пътеводител на културно-историческите обекти.

Община Горна Оряховица

- *Програмата за развитие на туризма (2013-2014 г.)* представя визия за разнообразяване на ТП на общината напр. чрез: изграждане на нова екопътека; подобряване достъпа до историческия музей; използване на близостта до утвърдени тур. райони – Велико Търново, Трявна, Дряново, Габрово и създаване на общи регионални туристически продукти; популяризиране на марката „Горнооряховски суджук“ (защитено географско указание) и създаване на постоянна експозиция, посветена на историята и традициите на кулинарния деликатес в една от сградите на историческия музей; продължаване на организирането на „Празник на Горнооряховския суджук“ и реализиране на допълнително допълващо иновативно събитие.
- Програмата предвижда и ограничен набор от мерки с информационна и рекламна насоченост: създаване на пътеводител за дестинацията; изграждане на специален туристически информационен уебсайт; разработване на рекламни сувенири; изработване на презентация на дестинацията и участие в туристически борси и изложения. Не се предлага стратегия за брандинг и позициониране на дестинацията.

Община Габрово

- *Програмите за развити на туризма в Община Габрово (за 2018, 2019 и 2020 г.)* представят набор от мерки за развитие на местната туристическа оферта, сред които: създаване на съвместни продукти и маркетинг с общините Трявна, Севлиево, Дряново; поддържане на специални туристически маршрути (местност Узана); Екопътеки Градище-пазителката на прохода, Витата стена, Люляци - Дебел дял, Боженци - Дряновски манастир, Източник - Боженци (Римски път), разработване на нови екопътеки Иваниловски водопад; реализиране на събития с туристически потенциал (Майски празници).
- Силен фокус в програмите се поставя върху маркетинга и рекламата на дестинацията, чрез мерки като: участия в туристически изложения, форуми и други събития; изработване на проект за визуална комуникация на Габрово, насочена основно към посетителите и гостите на общината, с акцент на силните страни на дестинацията (съхранени историческо и природно разнообразие, богат културен живот, място за международни и бизнес събития, достъпна уикенд дестинация и др.); участие в Web-платформа с дигитални услуги, ориентирана към туристите и туристическия бизнес; поддържане на туристически сайт на Община Габрово с функционалност и като



мобилно приложение (оптимизация на портала visitgabrovo); организиране на туроператорски обиколки, разпространение на рекламни сувенири, поддържане на онлайн реклама, в соц. мрежи, Гугъл, както и в печатни издания.

- Габрово-част от международната Мрежа за Креативен туризъм (Creative tourism Network)

Участието на Габрово в тази организация позволява популяризиране на туристическия регион и местния туристически продукт на водещи панаири, конгреси и конференции, публикуване на информация за Габрово, като туристическа дестинация в бюлетина на мрежата и достигането ѝ до 10 000 конкретни контакта по света – медии, туроператори, културни мрежи, асоциации на изкуствата, университети, а така също и на под сайт към основния на Мрежата, преведен на 6 езика /френски, английски, италиански, испански, португалски и каталунски/, участие като член на мрежата в едно от най-големите световни изложения - виртуално, публикуване на информация, свързана с творчески активности, които се осъществяват в различни културни институти в общината, видеоклипове за творческия потенциал на Габрово в youtube канала на Мрежата, новини, публикуване на информация за Габрово в каталога на Мрежата, чиято основна цел е да промотира дестинацията на B2B срещите, които осъществява на международни изложения и срещи

- Община Габрово през 2021 г. разработи и прие Стратегия за устойчиво развитие на туризма 2021-2027 г., въз основа на която ще се разработват новите годишни програми през следващия 6 годишен период, следвайки стратегическите цели, заложи в документа

Община Севлиево

- *Програмата за развитие на туризма на община Севлиево (2019 г.)* откроява мерки за подобряване на местния ТП, сред които: развитие на туристическите атракции (напр. ревитализация на археологичен парк „Антична и средновековна крепост „Хоталич“ чрез визуализация на археологически обекти, изграждане на информационен център с интерактивен музей на открито и закрито); организиране на специални туристически походи (пешеходни, водни и велопоходи); рехабилитация и маркиране на туристически маршрути и др.
- Представени са мерки за популяризиране и маркетинг на дестинацията: провеждане на културни събития и мероприятия (сред които Национален фестивал „Семе българско“, Национален рок фестивал „Хоталич“, Фестивал на историческото наследство, Празник на тиквата и Традиционен есенен панаир); съвместни маркетингови дейности с общините Габрово и Трявна (като участия в туристически изложения, провеждане на инфотурове с туроператори и блогъри, поставяне на обща туристическа карта на общините, в центъра на всеки от средищните градове в областта); участия в туристически борси и изложения; разработване на рекламно-информационни материали (брошури, листовки, сувенири); публикации в



специализирани сайтове и печатни издания; поддържане на общински интернет портал с обособена страница за туризъм.

- Не се представят конкретни концепции за нови ТП и не се артикулира специфична визия за местен брандинг.

Община Троян

- *Програмата за устойчиво развитие на туризма в Община Троян (2012 – 2015 г.)* дефинира основите туристически атракции и активи на дестинацията, сред които курорти, защитени местности и природни местообитания със специфична флора и фауна (Националният парк „Централен Балкан“, биосферните резервати „Стенето“ и „Козя стена“), културно-исторически паметници (единственият в страната „Музей на народните художествени занаяти и приложните изкуства“, Националното изложение на художествените занаяти и изкуства – с. Орешак, къща „Иван Хаджийски“, художествената галерия „Серякова къща“, природонаучен музей – с. Черни Осъм), религиозните обекти (Троянски ставропигиален манастир „Успение Богородично“ и Зелениковския манастир „Св. Йоан Кръстител“), древното римско селище „Состра“, маршрут „Ком-Емине“.
- Програмата представя визия за развитие на ТП с продуктова диверсификация, базирана на еко и селски туризъм; срещи, конференции и изложби; семеен туризъм. Мерките включват: изграждане на нови туристически и екопътеки; създаване на творчески работилници и интерактивни експозиции; обогатяване на курортите (напр. „Беклемето“ и др.) с нови туристически обекти с развлекателен и приключенски характер (туристически пътеки и планински веломаршрути, обекти за катерене, парапланеризъм, маршрути тип „Виа ферата“, места за наблюдение на птици и диви животни; създаване на конни бази с манеж за обучение, любителска езда и маршрути за конна езда; открит аквапарк с водни атракции, възжени градини, открити и закрити басейни, тенис кортове, мини голф игрище, открити барбекюта, детски площадки, преходи с АТВ-та, спускане с въртяща се сфера, юртов лагер, трасета за каньонинг с възможности за ледено катерене); развитие на термалните центрове, обособили се съобразно местонахождението на минерална вода в селата Шипково и Чифлик; създаване на медицински СПА-център в с. Чифлик и формиране на вилно селище, разработване на специални оферти „Балнеология на римляните войни“; изграждане на ваканционен къмпинг и аквапаркове и др.
- По отношение на местния брандинг, представени са слогани за дестинацията („Троян сърцето на Балкана“, същият е защитен в Патентно ведомство на Република България), очертани са основни символи на дестинацията (сливовата ракия, шарената писана керамична стомна, Троянския манастир и Троянския балкан). В програмата са дефинирани и целевите пазари (Плевен, Ловеч, Русе, София, Варна, обиколни пътувания за туристи от Германия, Австрия, Холандия, Белгия, автомобилните пътувания на румънските туристи) и са открити мерки за реклама – маркетинг чрез събития (Българския фестивал на сливата, Празник на минералната вода, Празник на малината, Празник на грънчарството с възстановки, „айдушка туристическа анимация“



с автентични обреди и обичаи); участия в туристически борси и изложения; подкрепа на марката за качество „Зелена къща“, сътрудничество и съвместен маркетинг с туроператори (местни и чуждестранни).

Общински планове за развитие

Развитието на туризма е застъпено като стратегическа цел / приоритетна област за въздействие в *общинските планове за развитие* на общините от Старопланински туристически район. Голяма част от тези документи дефинират местния ТП и дават насоки за неговото бъдещо развитие. В по-малка част от тях се застъпват аспекти на комуникационната и дистрибуционната политика за маркетинг на ТП и дестинацията. Макар в някои от документите да е предвидено разработването на стратегии за местен брандинг и позициониране (напр. общините Габрово и Елена), цялостно не се представят конкретни предложения. Сред представените мерки за промотиране, дистрибуция и маркетинг на туристическия продукт на различните общини доминират: участие в туристически борси и изложения; създаване/поддържане на местен туристически уеб портал с възможности за резервации; разпространение (чрез печатни, електронни и други канали) на рекламни-информационни материали за туристическите обекти и услуги (в т.ч. брошури, диплянки, рекламни клипове, презентации, сувенири и др.); организиране на събития, фестивали и други мероприятия за привличане на туристи и реклама на дестинацията; организиране на инфотурове за журналисти, туроператори и туристически агенти; външна реклама (билбордове и рекламни стени) и други.

Общ извод

Стратегическите усилия на общините от Старопланински туристически район са насочени към установяването на разнообразен и устойчив туристически продукт, най-често в направленията: планински туризъм (пешеходен, ски и рекреативен туризъм), приключенски и екотуризъм, културно-исторически, фестивален и творчески туризъм, селски туризъм, религиозен и поклоннически туризъм и др. Могат да бъдат открити множество интересни примери за съществуващо или планирано специализирано туристическо предлагане – панорамни екопътеки, велопътеки и маршрути за езда; демонстрационни центрове на традиционни занаяти и обичаи, творчески работилници и интерактивни експозиции; термални и СПА центрове; възможности за скално катерене, парапланеризъм и др.; кулинарни маршрути включващи участие в приготвяне на традиционни рецепти с екологични местни продукти; възможности за посещение на архитектурно-исторически резервати, култови местности и гробници; фестивали и други събития с висок туристически потенциал; възможности за ловен туризъм и „фотолов“ на различни животински видове и др. В стратегическите документи на мнозинството от общините не е дефинирана брандинг стратегия (визия за единно аудио-визуално представяне на дестинацията). Изключение, в някаква степен, е концепцията за представяне на Община Троян („Троянският край – перлата на българския еко туризъм“ и „Балканът отвътре“). Липсата на ясна визия за брандинг и позициониране може да постави пречки пред ефективността на прилаганите мерки, насочени към рекламирането и промотирането на местния ТП. Макар и слабост, отсъствието на устойчив брандинг



подход на местно ниво е добра възможност за прилагането на брендинг стратегия на ниво туристически район, в която различните туристически дестинации могат да се интегрират по-лесно като изграждащи елементи (или под-брандове) от цялостния образ (бренд) на туристическия район.

Чрез прегледА могат да се изведат няколко основни обекти и дейности, които са посочени като специфични и отделни добри практики, отличителни за съответните територии:

- Културно-исторически обекти: Дряновски манастир, Преображенски манастир, крепостта Хоталич, Архитектурно-музеен резерват „Царевец“
- Трапезица, РЕМО „Етър“ – Габрово, Църква „Св. Четиредесет мъченици“, Църква „Св. Св. Петър и Павел“ – Велико Търново, Архитектурно-музеен резерват „Арбанаси“, Къкринско ханче, Дом на хумора и сатирата
- Продукти: марка горнооряховски суджук като защитено географско указание, антоновски билков чай; Трявна - с. Боженци (не е ясно за какво става въпрос, за МАИР Боженци или екопътека или някакъв продукт);
- Дейности: Офруд надпревара „Трявна 4x4“, Трабант фест, Ултрамаратон „Трявна ултра“, Мотосъбор – вр. Ком;
- Фестивали: Аудио-визуален спектакъл „Звук и светлина“, Международен панаир на традиционните занаяти РЕМО Етър, Международен фестивал на хумора и сатирата – Габрово; Екофестивал Узана Поляна Фест
- Природни обекти: Парк Мини България, пещера „Бачо Киро“, пещера „Андъка“, Природен парк „Българка“, НП „Централен Балкан“, геопарк „Искър – Панега“, язовир Сопот, пещера „Проходна“

Добри чуждестранни практики на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии

Туристическото райониране дава възможност да се отговори по-добре на очакванията, изискванията и интересите на различните пазарни сегменти. Туристическото райониране допринася и за по-ефективното достигане на пазарите с потенциал, като стимулира търсенето, особено от страна на по-отдалечени генериращи пазари, чрез обособяването на достатъчно големи туристически райони, „видими“ на картата и разпознаваеми не само за българите, но и за чужденците. Приложените критерии за избор на райони/видове туризъм, от които може да се почерпи опит, най-вече поради сходствата им с българските дестинации, ресурси, продукти и др., могат да бъдат обобщени в три групи:

Първа група:

Подобен тип туризъм в страни с по-развита организация на туризма при сходни природни, географски и културни дадености:

- Румъния



- Турция
- Гърция
- Испания
- Италия

България има териториално сходство с тези страни, което личи и от основните видове туризъм, развити на тяхна територия. По-конкретно, наличието на развит планински, морски и културен туризъм в тези държави дава възможност да се почерпи ценен опит от тях.

Втора група:

Прилика в правната система на България с останалите страни от континентална Европа, като членове на романо-германското правно семейство, основано на континенталната правна система:

- Франция
- Германия

Природно-географските особености на тези страни се различават от тези на България, но в същото време те силно разчитат на регионално профилиране на туристическите продукти.

Трета група:

Световни лидери и екзотични дестинации:

- Австралия
- Малдивите

Следва да се обърне особено внимание на маркетинговите подходи, разработени от тези водещи туристически дестинации.

Критерии за избор

Идентифицирани са общо 9 най-добри практики от 9 дестинации. Тези държави са избрани, тъй като почти напълно удовлетворяват критериите за „най-добра практика“, а именно:

- Приложени са успешно;
- Оказали са осезаемо и устойчиво положително въздействие под една или друга форма;
- Взели са предвид важни социални, икономически и екологични аспекти;
- Базирали са се на ефективни партньорства между различни страни – публичната администрация, частния сектор, местните общности и др.



- Демонстрирали са креативност и мислене извън традиционните рамки – насърчават напускане на зоната на комфорт и промяна на установените парадигми;
- Могат да бъдат прехвърлени, адаптирани и възпроизведени на други места.

Представените най-добри практики са на практика истории за успеха. Всяка една от идентифицираните дестинации има своята уникална формула или модел за успех, които са емпирично тествани и доказано генерират широка гама от краткосрочни, средносрочни и дългосрочни ползи.

Съществуват много начини за учене, като проучването и анализирането на чуждия опит е може би най-ефективният от тях. Разглеждането на добри практики ускорява напредъка по „кривата на научаването“, намалява риска от провал, спомага за избягването на уловки, води до по-бързи резултати и по-добра ефективност на разходите.

В по-общ план, при представянето на деветте инициативи се обръща особено внимание на важни „мениджмънт“ аспекти. Основна цел на този доклад е да изгради и подобри управленските и лидерските компетенции на вземащите решения сферата на туризма и тези, заемащи надзорни и ръководни длъжности в публични и частни предприятия, свързани с туризма.

Ключов момент, на който поставя акцент този доклад, е, че ефективните лидери играят възлова роля за успеха на всяко поето начинание. Ефективните лидери трябва да бъдат както визионери, така и изпълнители – еднакво добри в изграждането на визия, в трансформирането ѝ в ясни и работещи подходи, както и в ефикасното им приложение. В този смисъл, всички инициативи, представени в настоящия доклад, предоставят възможност за надграждане на важни лидерски и мениджърски умения.

При представянето на важната информация и фактите, касаещи всяка от идентифицираните добри практики, е следван стандартизиран подход. Това спомага вниманието на читателя да бъде насочено към ключовите теми и аспекти при всяка една от деветте разгледани добри практики.

Представянето на всичките девет добри практики обхваща следните компоненти:

- **Обща информация:** информация за името на инициативата, контактна информация, спечелени награди / признания (ако има такива);
- **Резюме:** представяне на предисторията на инициативата и други важни детайли;
- **Цели:** открояване на основните причини и аргументи за предприемането и реализирането на инициативата
- **Модел:** ключови аспекти, механизми и процеси при реализирането на инициативата;
- **Въздействие:** очертаване на резултатите и ползите, генерирани от инициативата;



Преглед на добрите практики

Представени в следващата таблица са добрите практики, които предстои да бъдат разгледани по-подробно в следващите глави:

	Държава	Добра практика
1	Румъния	Дунавски круизи
2	Турция	Гастрономия
3	Гърция	Програма „EDEN“
4	Испания	„50 преживявания“
5	Италия	Култура - посетителски карти за област Романя
6	Франция	„Наслади се на френските планини“
7	Германия	Достъпен туризъм – пътуване без бариери
8	Австралия	Програмата „Aussi Specialist“
9	Малдиви	„12 преживявания, които трябва да опиташ“

Румъния: Дунавски круизи

Наименование на добрата практика	Развитие на круизен туризъм по река Дунав
Инициращи организации	Румънското Министерство на туризма



Контактна информация	Bd. Dinicu Golescu 38 Букурещ 1 - Румъния promocare@mturism.ro
Година на стартиране на инициативата	Стартира през 2015 г. и продължава и до момента
Държава / дестинация	Румъния

Инициативата за развитие на круизен туризъм по река Дунав представлява програма за маркетинг на дестинацията. Нейна цел е да популяризира туристическия продукт „Дунавски круизи“, както и да стимулира круизните оператори да предоставят услугите си на по-високо ниво.

В рамките на програмата е предвидено предлагането на обучения и подготовка на туристическите агенти с цел превръщането им в експерти в сферата на круизния туризъм по река Дунав.

Програмата цели да се създаде програма за обучение на круизните оператори и да се изгради капацитет за предлагане на туристическите услуги на нови пазари, по начини, които са в по-голяма степен ориентирани към потребителите.

Програмата обхваща две фази:

- Създаването на коучинг програма в подкрепа на нуждите на круизните оператори за надграждане на техните услуги / структури и с цел удовлетворяване на потребностите на чуждестранните туристи.
- Идентификацията на круизните оператори, които желаят да станат партньори на румънското Министерство на туризма / румънската Агенция за туризъм, и които са готови да направят необходимите инвестиции за подобряване качеството на предлаганите от тях услуги.

Програмата предлага обучение на круизните оператори за подобряване на обслужването и удовлетворяване на нуждите на потребителите. Преминалите обучението получават квалификацията специалист – круизи по река Дунав. Квалификацията следва да се подновява на всеки 24 месеца, за да се гарантира, че круизните оператори поддържат желаното ниво на предлаганите услуги.

Нарастването на бизнеса е най-добрият стимул за круизните оператори. То е именно резултат от тяхното по-добро познаване и разбиране на нуждите на чуждестранните туристи.



Благодарение на участието в програмата профилите на круизните оператори биват представени в потребителския уебсайт „Туризм в Румъния“ (www.romaniatourism.com), както и в различни туристически гайдове.

Турция: Гастрономия

Наименование на добрата практика	Промотиране на турските гастрономически специалитети
Инициращи организации	Министерство на културата и туризма Afiyet Olsun / Асоциация на готвачите в Турция
Контактна информация	Исмет Инону Булвари 32-06100 Емек - Анкара Тел: +90 (312) 4708000
Година на стартиране на инициативата	Стартира през 2018 и продължава и до днес
Държава / дестинация	Истанбул, Турция

Инициативата цели промотиране на турските гастрономически специалитети. Тя представлява програма за туристически продуктов маркетинг, имаща за цел да повиши информираността сред туристите по отношение на традиционната турска кухня и да осигури възможности да опитат автентичния вкус на местната кухня и да опознаят местните специалитети.

Програмата предоставя също информация и знания на представители на ресторанти и заведения за хранене, предлагащи традиционна местна кухня, като стремежът е да се надгради нивото на услугите им и да стимулира по-доброто обслужване на туристите.

Програмата цели да стимулира опознаването на турската традиционна кухня и свързаната с нея култура, като се осигурят възможности както за опитване на традиционните ястия, така и за получаване на уроци за приготвянето им от професионални готвачи.

Друга цел на програмата е да предостави на туристите насоки за това как да бъдат различени автентичните ресторанти и заведения за традиционна турска кухня, предлагащи едновременно качество и високи хигиенни стандарти.

Не на последно място, програмата цели да даде насоки и информация на ресторантите по отношение на стандартите за качество и хигиена, които трябва да бъдат постигнати, за да бъдат удовлетворени както местните, така и чуждестранните туристи.



Програмата обхваща три етапа

- Предлагане на серия от работилници (workshops), които представят турската кухня и нейните културни особености. Семинарите са насочени към:
 - конферентни групи,
 - студентски групи,
 - специални групи по интереси,
 - семейства, самостоятелни посетители, любители.
- създаване на различни гастрономически обиколки и маршрути, фокусирани върху преживяването на специфични аспекти на традиционната турска кухня, например:
 - закуска с традиционни турски деликатеси;
 - тайни османски вкусове и билкови колбаси;
 - изключителни месни ястия в традиционен ресторант;
 - турски мариновани зеленчуци и невероятен боб в черноморски стил;
 - световноизвестни турски мезета и „rakı“ (ракия)
 - вкусът на прясно уловена риба в някой от рибните ресторанти на моста Галата.
- идентифициране на ресторанти / заведения за хранене, които са готови да станат партньори на турското Министерство на туризма и турската Асоциация на готвачите, и които са склонни да направят необходимите инвестиции за подобряване на качеството на своите услуги.

Тази програма промотира местните кулинарни специалитети и предлага обучения, насочени към автентичните турски ресторанти и заведения с цел подобряване обслужването и удовлетворяването нуждите на туристите. Програмата дава признание за качеството, предлагано от ресторантите, и присъжда отличителен флаг „Ресторант за турски специалитети“. Признанието следва да бъде подновявано на всеки 24 месеца, за да е сигурно, че ресторантите / заведенията за хранене поддържат желаните стандарти по отношение на своите услуги.

Програмата допринася за повишаване на информираността и признанието на турските гастрономически специалитети като контрапункт на глобалната култура на „бързото хранене“.

Повишаване на критериите за качество и хигиена, прилагани от участващите в програмата ресторанти / заведения за хранене чрез открояването на серия от разпознаваеми и контролирани стандарти.

Нарастването на бизнеса в резултат на придобиването на флага „Ресторант за турски специалитети“ е най-добрият стимул за ресторантите / заведенията за хранене за участие в програмата.

В резултат на своето участие ресторантите / заведенията за турски специалитети са отразявани в потребителския уебсайт на турското Министерство на туризма и културата,



както и в различни туристически гайдове, включително в сайта и промоционалните материали на турската Асоциация на готвачите.

Гърция: Програма „EDEN” – Европейски дестинации за високи постижения (European Destinations of Excellence)

Наименование на добрата практика	Програма „EDEN” Европейски дестинации за високи постижения (European Destinations of Excellence)
Инициращи организации	Програма EDEN на Европейската комисия, Министерство на културата и туризма, Национална туристическа организация
Контактна информация	Ул. Цоха 7, Ампелокипой - Атина Тел. +30 210 87 07 000
Период на провеждане на инициативата	2016 – 2017 г.
Държава/дестинация	Патра - Гърция

Програмата "Европейски дестинации за високи постижения" (EDEN) на Европейската комисия е учредена през 2006 г.

Тя е фокусирана върху представянето на качествата, разнообразието и общите характеристики на европейските туристически дестинации, както и върху насърчаването на области, в които туристическото развитие допринася за социалното, културното, икономическото и екологичното благосъстояние на района.

Програмата е насочена и към задълбочаването и укрепването на връзките между европейските граждани.

Град Патра и заобикалящия го регион в Западна Гърция, който включва областите Ахая, Илея и Айтолоакарнания, са отличени с годишната награда на Европейската комисия по програма EDEN. Проектът, с който Патра участва в конкурса през 2016-2017 г., е озаглавен "Културен туризъм". Той се класира на първо място сред останалите гръцки дестинации, взели участие.

EDEN е европейски проект, който има за цел да насърчи устойчивото управление на туризма и да разкрие разнообразието от туристически възможности в Европа: нейните



природни ресурси, историческо наследство, традиционни празници, местна гастрономия. За целта, всяка година чрез национални конкурси внимателно се подбират и отличават няколко дестинации. Дестинациите се избират най-вече заради интересните туристически атракции, които предлагат. Важен фактор е също демонстрираното внимание към опазването на околната среда и популяризирането на селските райони, защитените територии и туристическата дейност в извънградски условия.

Проектът се базира на провеждането на национални конкурси, които се организират на всеки две години и спомагат за определянето на една "туристическа дестинация с отлични постижения" и на четири подгласници във всяка от участващите държави.

Европейската инициатива за откриване и отличаване на високи постижения в областта на туризма всеки път е с различен тематичен фокус, определян от Комисията, в сътрудничество с туристически агенции във всяка от участващите страни.

Изборът на печелившия район се основава на качеството на неговите културни ресурси и на убедителната документация в подкрепа на номинацията, демонстрираща:

- Как дестинацията е промотирана и през четирите сезона,
- Кои са основните забележителности и обекти в район
- Кои са местните производители и продукти и каква е ролята на местната кухня в предлаганите туристически услуги?
- Какви са особеностите на района и как те залягат в изпълнението на програма за специализирани туристически дейности?

Оценява се приоритетно демонстрираната ангажираност към социалната, културната и екологичната устойчивост.

Наградата се присъжда на нови, все още не толкова популярни дестинации в държави членки на ЕС или в страни кандидатки.

Програмата EDEN допринася за прилагането на устойчиви практики в избраните дестинации и в целия Европейски съюз, спомагайки за превръщането им в „горещи точки“ за посетителите през цялата година.

Програмата допринася за повишаване на запознатостта и оценката на културните активи на местно ниво, като се акцентира на уникалното предложение за продажба на региона.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с разширяването на туристическите посещения и удължаването обхвата на посетителския сезон, благодарение на разпространяваната информация и промотирането, предлагани като част от програмата EDEN.

Наред с всички други европейски дестинации, получили наградата EDEN, Патра също се радва на голяма публичност в рамките на целия континент, благодарение на обвързани с проекта инициативи и рекламни кампании на ЕК, например:

- Видео: [Discover Europe's hidden sustainable tourist destinations](#)



- Архивно видео: [EDEN presentation - short version](#)
- Архивно видео: [EDEN presentation - long version, part 1](#)
- Архивно видео: [EDEN presentation - long version, part 2](#)

Испания: „50 преживявания, на които да се насладиш“

Наименование на добрата практика	„50 преживявания, на които да се насладиш“
Инициращи организации	Министерство на промишлеността, търговията и туризма Испански институт по туризъм TURESPAÑA
Контактна информация	C/ Poeta Joan Maragall, 41 28020 Мадрид. Испания
Период на провеждане на инициативата	2020 – продължава и до момента
Държава / дестинация	Испания – различни локации

Инициативата "50 преживявания, на които да се насладите" е маркетингова програма, организирана от Tour España. Брошурата и програмата целят да представят на потенциалните туристи широкия спектър от туристически възможности, атракции и услуги, от които могат да се възползват в различните региони на Испания.

Петдесетте туристически предложения се маркетират като "специални преживявания", с потенциал да привлекат разнообразни целеви групи от туристи – на различна възраст и с разнородни интереси (напр. с интерес към културата, спорта, приключенията, кулинарията, море, планина и др.).

Програмата цели да създаде интерес у целевите групи да опитат различни туристически преживявания, в различни градове и региони на Испания и през четирите сезона.

Програмата предоставя на туристите подробна и ясна информация за това как, къде и кога могат да се насладят на туристически преживявания, които отговарят на техните специални интереси. Препоръчват се маршрути, включващи 50 различни емблематични места в страната.



Програмата дава напътствия и указания на туристите относно най-подходящия сезон за посещение на конкретни региони/местностите и за "задължителните" неща, които трябва да видят и опитат при посещението на всяка от дестинациите.

Подборът на дестинациите се основава на качеството на предлагане и на атрактивността на дестинацията за групи с интерес към:

- Модерно изкуство,
- Класическо изкуство,
- Архитектура,
- Археология,
- Летни спортове - край морето и в провинцията
- Зимен спорт - планина,
- Голф и други спортни дейности,
- Обиколки на града,
- Гастрономия и кулинария (от ресторанти със звезди Мишлен до традиционни и селски гостилници),
- Духовни и религиозни интереси,
- Танцово изкуство и театър,
- ЛГБТ теми,
- Занаяти,
- Други...

Подборът включва и оценка на това доколко всяко "преживяване" носи автентичния испански дух и дали има потенциал да предизвика интереса и любопитството на туристите.

Тази програма популяризира най-добрите забележителности в страната (които са от интерес не само за външните, но и за вътрешните туристи). Целта е гостите да имат възможността изцяло и пълноценно да се потопят в испанския начин на живот и култура.

Качеството на услугите, попадащи в обхвата на инициативата, винаги е на най-високо ниво, като това не означава, че дадената услуга е на висока цена, а че е традиционна и автентична.

Различните дестинации, включени в списъка от "50 преживявания", редовно получават признания от местните общински власти и от Tour España,. Това ги стимулира да поддържат постоянно високи стандарти и да подобряват качеството на предлагане, за да запазят мястото си в брошурата, издавана в рамките на кампанията.



Повишаване на информираността за местните културни и природни богатства, като се поставя акцент на уникалното предложение за продажба на съответния регион.

Нарастването на бизнеса се свързва най-вече с разширяването на туристическия интерес и удължаване на посетителския сезон, в следствие на промотирането и рекламата, осигурени чрез кампанията и брошурата "50 преживявания" на Tour Esrapa.

Програмата осигурява безплатно популяризиране на избраните дестинации и продукти, включени в брошурата "50 преживявания". Рекламната възможност е осигурена и от уебсайта на Tour Esrapa, насочен към потребители и специалисти в областта на туризма. Роля играят и рекламните материали, които редовно се отпечатват и разпространяват, включително на най-значимите туристически изложения.

Италия: Култура и развлечения в региона Романя – Карта за посетители

Наименование на добрата практика	Карта за посетители
Инициращи организации	Министерство на културата и туризма Италианска национална агенция по туризъм ENIT Туристическа служба на регион Емилия-Романя
Контактна информация	INTEGRA SOLUTIONS Srl Via Punta di Ferro, 2D - 47122 Forlì Тел. +39.0543.722256 https://www.romagnavisitcard.it/en/the-card
Период на провеждане на инициативата	2018 - все още продължава
Държава / дестинация	Италия – регион Емилия-Романя

"Карта за посетители" е програма за предлагане на културни и развлекателни продукти, осъществявана от италианското Министерство на културата и туризма в сътрудничество с Националната агенция по туризъм и туристическата служба на регион Емилия-Романя. Програмата има за цел да предложи на посетителите/туристите широк спектър от възможности за културни посещения и мероприятия, на които да се насладят по време на



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

престоя си в региона. В рамките на програмата се промотират различни атракции и услуги, предимно с културна насоченост.

Картата за посетители осигурява на притежателите ѝ свободен или преференциален вход до над 130 туристически обекта, музеи и атракции в регион Романия.

Тя е подходяща инвестиция за туристите, които искат да се докоснат до богатствата на тази територия и да опознаят нейните уникални характеристики - от изкуството през историята и културата до уелнес възможностите и впечатляващата природа.

Картата позволява на притежателя да посети различни забележителности и да се наслади на най-емблематичните културни обекти в регион Романия, в повечето случаи без да закупува билети за вход. Наред с други предимства, притежателите на картата имат и възможността да избегнат опашката на входа на обекта, който желаят да посетят.

В списъка са включени над 50 безплатни културни обекта: музеи, изложби, крепости, замъци. Вход на преференциална цена се предлага също за увеселителни и тематични паркове, термални и уелнес центрове, екопътеки, фестивали и театрални представления.

Изборът на обектите с осигурен безплатен вход се основава на специални споразумения, сключени с управителните органи/собствениците на обектите. Картата предлага напълно безплатен достъп до 55 културни забележителности, които могат да привлекат интереса на различни целеви групи. Например, туристите могат да посетят:

- мозайки
- музеи
- крепости
- художествени галерии, които правят територията на област Емилия-Романя уникална.

Картата обхваща и селекция от 60 други обекта, за които се предлагат специални намалени тарифи за вход и други отстъпки. В селекцията попадат едни от най-интересните и уникални забележителности от региона, включително:

- уелнес и фитнес центрове
- увеселителни паркове
- представления
- фестивали
- исторически и археологически обекти
- класическо римско наследство и исторически обекти и много други.

Тази програма популяризира най-добрите атракции и дава възможност на посетителите и техните семейства да се насладят безплатно или на преференциални цени на много от уникалните места в региона.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Разнообразието от видове и категории атракции е голямо, за да могат да бъдат привлечени целеви групи на различна възраст, с различен социален статус (семейства, двойки, приятели), от различна националност и т.н.

Програмата спомага за повишаване на запознатостта и спомага за по-високата посещаемост на най-важните туристически атракции и места в района. Поставя се акцент върху предложенията за продажба от културна, историческа, природна, уелнес и развлекателна гледна точка.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с продажбата на допълнителни продукти и услуги като сувенири, храна, транспортни услуги, занаятчийски изделия, които посетителите са по-склонни да закупят, тъй като са реализирали по-малки или никакви разходи за достъп до даденото място, атракция или мероприятие.

Включените атракции/обекти от регион Романия са представени напълно безплатно в институционалните уебсайтове на италианското Министерство на културата и туризма, на италианската Национална агенция по туризъм и на Регионалната туристическа служба.

Офертата също така е представена в различни печатни материали и брошури, които се разпространяват във всички хотели, места за настаняване и туристически агенции в региона. Популяризирането е допълнително подсилено чрез рекламни материали, разпространявани на някои от най-значимите туристически изложения.

Франция: „Наслади се на френските планини“

Наименование на добрата практика	„Наслади се на френските планини“
Инициращи организации	Министерство на туризма Агенция за развитие на туризма Опознай Франция
Контактна информация	ATOOUT France Агенция за развитие на туризма info@atout-france.fr
Период на провеждане на инициативата	2018 – все още продължава
Държава / дестинация	Франция: Алпийски дестинации



"Насладете се на френските планини" е продуктова маркетинг кампания, реализирана от френската Агенция за развитие на туризма "ATOUT France" с цел представяне и популяризиране на планинските и алпийските региони. Кампанията рекламира дестинациите таргетирано и целенасочено, отчитайки спецификите на туристическия сезон (зима/лято) и характеристиките на целевите групи от потенциални туристи.

Целта на програмата "Насладете се на френските планини" е да представи на туристите разнообразните възможности, които се предлагат в различните планински дестинации на Франция - от Алпите до Пиренеите, от Юра до Vogezite – всяка от които има свои уникални характеристики и предложения.

Планината е място, на което могат да бъдат опитани различни туристически услуги и преживявания. Именно затова е необходимо специфично представяне и насочване на потенциалните туристи и ясно представяне на атракциите и предложенията на дестинацията, които могат да са от интерес за тях, например:

- каране на ски и бой със снежни топки по време на живописната зима на Мон Блан,
- преживявания със снегоходки и кучешки впряг в планините Vogezite,
- трекинг в планината Юра при по-топло време,
- слънчеви бани в пиринейските езера през лятото,
- дълги преходи по маршрутите "виа ферата",
- полети с парапланер или скок с парашут.

Обектите са побрани по географски критерии / по региони, за да се улесни изборът на дестинация в зависимост от най-удобния начин на пътуване до дестинацията за туристите:

Пиренеите

- Алпите и Мон Блан
- Масивът на Vogezite
- Планините на Юра

Предлага се селекция от зимни и летни туристически услуги и дейности във всяка планинска дестинация. Целта е чрез подбора от програми да бъдат удовлетворени нуждите и желанията на туристите с различни характеристики – пътуващи самостоятелно, двойки, семейства, младежи, хора на средна възраст, възрастни хора:

Пиренеите:

- 5 незабравими преживявания със семейството
- 4 важни маршрута за пешеходен туризъм в Националния парк Пиренеи
- 8 специални събития в Пиренеите, които не бива да пропускате



- 4 начина да се насладите на живота в планината
- 10-те ски писти, които не бива да пропускате
- Нощуване в Пик дю Миди
- Откриване на красиво езеро в края на похода
- Футуристични ски хижа и хотел за групи
- Петте горещи извора

Алпите и Монблан:

- Най-добрите нови места за настаняване в Алпите
- Курорти, подходящи за семейства
- Да отворим 7-те си енергийни точки (чакри)
- Представете си едно семейно изживяване през лятото
- 24 часа в ексклузивна хижа, превърната в "дворец"
- Изкуството на "after-ski"
- 3 нови места, където може да повишите "температурата" си тази зима
- Зад кулисите на ресторант на голяма надморска височина
- 9 различни начина да се насладите на Алпите тази зима
- В Алпите това лято: докоснете се до природата
- 5 алпийски курорта във Френските Алпи за любителите на СПА
- 9 ски писти във Френските Алпи, които задължително трябва да опитате
- 7 начина да се насладите на снега, без да карате ски

Масивът на Вогезите:

- 4 места, където да спите под звездите
- 6 похода, за да се насладите на природата на Вогезите

Планините на Юра:

- Разходка из планините Grandes Traversees в Юра
- Планински бани за връщане към природата
- Да разгърнем седемте си енергийни точки (чакри)
- 4 ободряващи преживявания в Юра

Тази програма популяризира най-емблематичните забележителности на френските Алпи и дава възможност на посетителите и техните семейства да се насладят на уникални места, които са им истински интересни. Предлагащите атракции и услуги са разнородни,



за да могат да привлекат вниманието на потенциални туристи на различна възраст, с различен семеен и социален статус, с различна националност.

Програмата спомага за повишаване на запознатостта и посещаемостта на различните планински региони във Франция. Поставя се акцент върху специалните предложения, свързани със спортен туризъм, еко и уелнес туризъм.

Нарастването на бизнеса е свързано предимно с по-високия брой продажби, реализирани благодарение на по-качественото профилиране на туристите и удовлетворяването на специфичните им нужди и интереси. Профилирането спомага за намаляване на случаите на оплаквания и неудовлетвореност и допринася за реализирането на повече нощувки, повече повторни посещения, както и директен маркетинг на дестинацията „от уста на уста“.

Популяризирането на профила на дестинациите и иновативното им рекламиране се осъществяват чрез представянето им в институционалните уебсайтове на ATOUT France и Френската агенция за развитие на туризма.

Дестинациите са включени и в промоционалните дейности, извършвани от горепосочените институции при участието им в национални и международни туристически изложения.

Германия: Достъпен туризъм – пътуване без бариери

Наименование на добрата практика	Достъпен туризъм – пътуване без бариери
Инициращи организации	Германски национален туристически борд
Контактна информация	ГНТБ infor@germanytravel.com
Период на провеждане на инициативата	2017 – продължава и до днес
Държава / дестинация	Различни локации в Германия

Германия е туристическа дестинация, която предлага множество възможности. Между крайбрежията и алпийските върхове могат да бъдат открити безброй незабравими забележителности и невероятни атракции.

Неограниченият достъп до тези забележителности отдавна е възможен за хора с ограничена мобилност или други увреждания.



В цяла Германия стандартизираните системи за обозначаване вече предоставят по-надеждна информация за дестинациите и доставчиците на услуги.

Инициативата "Reisen für Alle" (Пътуване за всички) се фокусира върху въвеждането и по-нататъшното развитие на национална система за обозначаване в цяла Германия.

Този финансиран проект за сътрудничество, изпълняван от Deutsches Seminar für Tourismus (DSFT) Berlin e.V. и асоциацията Tourismus für Alle Deutschland e.V. - NatKo, отчита и прилага широк спектър от критерии за осигуряване на високи стандарти за качество във всички сектори на индустрията.

Това означава, че предприятията по цялата верига на туристическите услуги в Германия биват регистрирани, оценявани и сертифицирани в съответствие с набор от критерии в национален мащаб.

Много от формите на обществен транспорт в Германия, местата за настаняване и свързаните с тях инфраструктура, система за комуникация и резервационни системи са напълно съвместими с амбицията за "пътуване без бариери".

Градовете и туристическите региони публикуват онлайн и офлайн информация за достъпността на търговските обекти. Организаторите на събития и операторите осигуряват достъп за всички посетители до големите обществени пазари, панаири и др. Музеите, изложбите и туристическите градчета, както и много стадиони и спортни арени вече са в голяма степен достъпни за хора с ограничена мобилност.

Все повече доставчици на услуги за настаняване предлагат лесен и удобен достъп с входи на партерно ниво и асансьори. Повечето хотелски вериги разполагат и със специално проектирани стаи, достъпни за хора с намалена подвижност.

Секциите с информация са разделени по категории, федерални провинции и туристически региони и дават възможност само с няколко кликания на мишката човек да избере и резервира самостоятелно пакет, съобразен с индивидуалните специфични потребности и изисквания.

Специализираният уебсайт дава възможност да се открият оферти за пътуване и настаняване без ограничения и бариери. Информацията е представена по категории, сред които:

- места за настаняване
- гастрономия
- екскурзии и пазаруване
- свободно време, спорт, развлечения, култура
- бюра за информация и резервации
- транспортни средства (самолет, влак, автобус, ферибот, кола под наем, такси)
- туристически региони



Примери за специфичните критерии и изисквания, които могат да бъдат зададени от потребителя по отношение на желаното място за настаняване, включват:

- Удобства за хора с намелна подвижност и ползватели на инвалидни колички:
 - Паркинг за хора с увреждания
 - Достъп до сградата/обекта без стъпала (чрез асансьор/рампа)
 - Безпрепятствен достъп до всички помещения и съоръжения на разположение на гостите (чрез асансьор или рампа)
 - Гарантирана минимална ширина на всички врати, коридори и др. (напр. 90, 80, 70 см.)
 - Тоалетни за хора с увреждания, достъпни за ползватели на инвалидни колички
 - Подвижен разделител за тоалетната и банята, държач / ръкохватка
 - Достъп до пространството за вземане на душ без стъпала, достатъчно пространство (мин. 1m. x 1m.)
 - Парапет за хващане и стол в банята
 - Медицинско легло
 - Парапети от двете страни на всички стълбища
 - Парапет улесняващ влизането в плувен басейн
 - Допълнителна помощ за хора със затруднено ходене
- Удобства за хора с увреден слух и глухи хора:
 - Мигащ сигнал при повикване на вратата на стаята
 - Визуална сигнална система в асансьора в случаи на аварии и бедствия
 - Индукционна линия за хора с увреден слух
 - Допълнителна помощ за хора с частично или напълно увреден слух
- Удобства за хора с увредено зрение и незрящи:
 - Визуално контрастни ръбове на стъпалата
 - Възможност за настаняване с кучета водачи
 - Система за напътствие с индикатори по пода
 - Информация, представена на Брайлова азбука или др.
 - Тактилни предупреждения и указания, вкл. тактилен план на мястото за настаняване
 - Обиколки с екскурзовод, аудиогидове и др.
 - Допълнителни предложения за хора с увредено зрение и за незрящи
- Удобства за хора с когнитивни увреждания:
- Информация на достъпен език
 - Информация, представена с пиктограми или изобразени
 - Цветна система за насочване, вкл. чрез картинки

Подпомагане и повишаване на осведомеността и насърчаване на по-широкото



възползване от различните туристически възможности, специално разработени и достъпни за хора с увреждания.

Нарастването на бизнеса е предимно свързано с положителния социален ефект от повишаването на достъпа на хората с увреждания до различни туристически възможности чрез предлагането на допълнителни услуги и удобства.

Инициативата несъмнено спомага за популяризиране на предлаганите в системата дестинации, удобства и допълнителни услуги. Промотирането се осигурява както чрез присъствието в институционалните уебсайтове на GNTB, така и чрез различните комуникационни и рекламни материали, публикувани от национални и международни организации, ангажирани с правата и възможностите на хората с увреждания.

Австралия: програма „Aussie specialist”

Наименование на добрата практика	програмата „Aussie specialist”
Инициращи организации	Туризм Австралия Правителствена агенция за туризъм
Контактна информация	Поща: GPO Box 2721, Sydney NSW 2001 тел: +61 2 9360 1111 факс: +61 2 9331 6469 corpaffairs@tourism.australia.com
Период на провеждане на инициативата	2006 – продължава и до днес
Държава / дестинация	Програмата Aussie Specialist се предлага в Обединеното кралство/Европа, Северна Америка, Латинска Америка, Азия, Япония и Нова Зеландия.

Инициативата "Aussie Specialist" е разработена от Tourism Australia. Това е програма за обучение на туристически агенти на дребно в направление "маркетинг на дестинациите". Тя има за цел да ги екипира със знания и умения не само за по-ефективно промотиране и маркетинг на туристическите дестинации в Австралия, но и за предоставяне на по-високо ниво на обслужване на техните клиенти.

Тази програма предоставя на туристическите агенти достъп до обучения, инструменти и ресурси, благодарение на които те могат да се превърнат в истински специалисти, които се отнасят до туристическите дестинации в Австралия. Онлайн платформата на инициативата



предоставя удобен, гъвкав и лесен за ползване инструмент за обучение в удобно за туристическите агенти време и с желаното от тях темпо.

Програмата цели да предостави обучение на туристически агенти, което да вълнува, мотивира и дава възможност на всички консултанти да повишават своите продажби.

Друга цел е привличането на подкрепата на туристическите агенти на дребно като партньори.

Сред целите на програмата е екипираното на туристическите агенти на дребно с инструменти с висок коефициент на полезно действие, които да им дадат специални умения и знания, за да „продават“ и популяризират Австралия повече от всички други дестинации по света.

- Фаза 1:

Учредяване на обучителна платформа – безплатна и в онлайн формат.

- Фаза 2:

Таргетиране на конкретни "първокласни" агенти, които получават покана да станат маркетингови партньори. Тези водещи агенти имат доказан опит в продажбата на туристическата дестинация и желание да инвестират в маркетинг инициативи, заедно с Tourism Australia.

В началото агентите трябва да преминат обучение за "опознаване" на Австралия, което се провежда в 4 модула, включващи:

- Въведение;
- Характеристики и забележителности на всеки щат и територия;
- Изготвяне на маршрути;
- Използване на квалификацията „Aussie Specialist“ по най-добрия начин.

Преди да се премине от един към следващ модул, се полага кратък изпит, който трябва да бъде издържан с поне 85%. След приключване и на четирите модула се полага заключителен изпит.

Програмата помага на туристическите агенти на дребно да разработят и да се възползват от пазарна ниша, в която те са ясно фокусирани и ангажирани, разполагайки с предимството да познават добре продавания туристически продукт. Квалификацията "Aussie Specialist" им дава възможност да популяризират и "продават" дестинация Австралия по-ефективно, което им носи много и различни дивиденди.

Нарастването на бизнеса на туристическите агенти на дребно е вероятно най-добрият стимул за тях. Повечето продажби са възможни именно благодарение на по-добрите им познания и увереност в маркетинга на дестинация Австралия.



Програмата дава отлични възможности за популяризиране на бизнеса на туристическите агенти на дребно чрез безплатно включване в потребителския уебсайт на Туризм Австралия (www.australia.com) и в Потребителския пътеводител на Австралия.

Малдивите: „12 преживявания, които трябва да опиташ“

Наименование на добрата практика	„12 преживявания, които трябва да опиташ“
Инициращи организации	Посети Малдивите – Малдивислънчевата страна на живота
Контактна информация	2nd Floor, H.Zonaria, Boduthakurufaanu Magu, Male', Maldives+ 960 332 3228 info@visitmaldives.com
Период на провеждане на инициативата	2020
Държава / дестинация	Малдиви

„12 преживявания, които трябва да опиташ“ е инициатива, разработена от организацията за маркетинг и връзки с обществеността "Visit Maldives". Тя представлява програма за маркетинг на дестинацията, предназначена както за туристически агенти, така и за туристи.

Тази програма има за цел да предостави на туристическите агенти, от една страна, рекламен инструмент за представяне на възможностите и туристическите услуги в дестинация Малдиви. От друга страна, програмата цели да предложи на туристите вдъхновение и идеи при планирането на почивка на Малдивските острови.

Една от целите на програмата е създаването на поредица от отличителни, атрактивни и вдъхновяващи изображения, които позволят на туристическите агенти да рекламират убедително Малдивите като перфектна дестинация за почивка.

Друга цел е предоставянето на възможности на потенциалните туристи да се включат във впечатляваща виртуална обиколка на дванадесет "задължителни преживявания" в Малдивите. Виртуалната разходка из тези локации цели да стимулира желанието за осъществяване на мечтаното пътуване в първокласна и луксозна атмосфера.

Подбраните 12 преживявания са избрани след задълбочена оценка на различните възможности, предлагани от курортите, в т.ч. местата за настаняване, допълнителните



услуги (транспорт, екскурзии, спорт, развлечения, кухня), които могат да бъдат посетени и на които могат да се насладят посетителите.

Селектираните преживявания са както следва:

1. Полет над островите
2. Плаваща закуска в басейн
3. Живей като местните жители
4. Отсядане в собствена вила над водата
5. Свободно плуване в хармония с природата
6. Изискано кулинарно преживяване под водата
7. Приключения в къщичките на дърветата
8. Шатра с балончета на плажа
9. Засаждане на корал и допринасяне за опазването на околната среда
10. Риболов по залез слънце
11. Разходка по мистичните осветени брегове през нощта
12. Филмова вечер под звездите

Най-добрите международни създатели на промоционални филми и сценаристи са били ангажирани да разработят и създадат 4-минутния кратък филм, представящ 12-те преживявания.

Ангажирани са също професионални модели. Филмът представя качествени изображения с висока резолюция. Видеоето е професионално дублирано на различни езици (английски, френски, немски, руски, арабски).

Късометражният филм може да бъде видян на английски език тук: <https://youtu.be/CRk9dNmu8hl>

Програмата повишава осведомеността и предоставя на туристическите агенти по-качествен инструмент за популяризиране и маркетинг на дестинацията.

Нарастването на бизнеса е свързано най-вече с по-високите приходи от продажба на първокласните услуги, рекламирани във видеоклипа.

Ръстът в продажбите се постига благодарение на по-високата популярност и имиджовите ползи, които промо-филмът генерира, създавайки усещане у крайния потребител за "нужда", която трябва да бъде задоволена.

Популяризирането на дестинацията Малдиви е най-вече посредством уебсайта на инициативата "Малдиви...слънчевата страна на живота".



Късометражният филм фигурира винаги в промоционалните дейности, осъществявани от организацията за маркетинг и връзки с обществеността "Visit Maldives", вкл. по време на участието им в международни туристически изложения.

Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура

Пътна инфраструктура

Транспортно-комуникационната система на района се е формирала вследствие на местоположението му на международни коридори по направлението „север-юг“ и по отношение на посоката „запад-изток“.

По отношение на направлението „запад-изток“, поради специфичните си теренни особености района попада между горепосочените коридори и респективно републикански първокласни пътища) и има индиректна връзка с тях отново най-вече посредством първокласния път I-5 и второкласния II-44. В този аспект развитието и състоянието на път I-5 на територията на района е от изключително значение за региона. Състоянието на тези два основни пътя е относително добро, но пътищата III-ти клас не са в добро състояние и се нуждаят от рехабилитация.

През Старопланинския туристически район преминават две от основните транспортно-комуникационни направления на страната: пътищата I-4/E 772 “София – Варна” и I-5/E 85 “Русе- В. Търново – Габрово –Стара Загора”, които обслужват връзките в основните посоки – „изток-запад” и „север-юг”. Има три пътни участъка до билото на Стара планина – “Кръстец-Плачковци-Трявна”, “Габров –вр. Шипка” и “Габрово – м. Узана”. Планинският и полупланински характер на релефа обуславят териториалното развитие на урбанизацията и транспортните връзки, включително и конкретната им проблематика.

Трябва да се отбележи и фактът, че предстои заграждане на АМ „Хемус“ в участъка от Ябланица до Шумен, които обслужват именно направлението „запад-изток“. И в този случай, районът, поради вече описаните причини, остава индиректно свързан с очертаната към момента полоса, в която се развиват алтернативите на новата автомагистрала.

През района преминават:

- паневропейски коридор №9, установен на Втората паневропейска транспортна конференция в Крит през 1994 г. – Приложение 15;
- основната TEN-T мрежа, създадена с договора от Маастрихт (1993 г.) за да осигури достъпност и свързаност в рамките на целия Европейски съюз и да насърчи растежа и конкурентоспособността в Единния европейски пазар – Приложение 16;
- път E-85 – част от международната E-пътна мрежа, предложена от Икономическата комисия на ООН за Европа (UNECE) – Приложение 17.



С оглед на преминаващия международен трафик, тези коридори се обслужват от автомагистрали или първокласни пътища, които притежават характеристиките, необходими за неговото обслужване. В това отношение Старопланинският път не прави изключение – транспортните коридори „север-юг“ се обслужват от републиканския първокласен път I-5.

За център на туристическия район е определен град Велико Търново. Велико Търново е геометричен център на пространството, ограничено от градовете Варна, Русе, Стара Загора и София. Водещият град на общината отстои приблизително на еднакво разстояние от Русе и Стара Загора, и е разположен по средата между Варна и София. Град Велико Търново е в непосредствена близост до областния център Габрово, на равни отстояния в източно и западно направление от областните центрове Търговище и Ловеч. Общинският център е част от Северния централен район и е разположен недалеч от административния център на района – град Русе. Местоположението на общината я превръща в пресечна точка между направленията изток-запад и север-юг. Направлението, успоредно на Стара планина и северно от нея, се маркира от първокласен път I-4, а в перспектива и от трасето на АМ „Хемус“. Направлението север-юг се изразява от трансевропейски коридор No9 (от Хелзинки до Александруполис), представен в рамките на България основно от път I-5 (Русе-Велико Търново-Габрово-Стара Загора-Димитровград-Кърджали-Маказа). Двете перпендикулярни посоки се осигуряват и от железопътни линии. Общината се пресича от двойната електрифицирана жп линия Варна-Горна Оряховица-София, а гарите в Ресен и Самоводене са разпределителни. От гара Велико Търново в южна посока продължава жп линията, която впоследствие се разделя към Габрово и Стара Загора. Стратегическото разположение на община Велико Търново се допълва и от непосредствената близост на големия железопътен възел и летището в Горна Оряховица. Второкласният път II-55 също следва направлението север-юг, като осигурява връзките между Велико Търново, Нова Загора и Свиленград. Така Велико Търново е свързан с три гранични пункта с Румъния, Гърция и Турция чрез директни транспортни връзки.

Разположението на кръстопът между транспортните оси север-юг и изток-запад, бъдещото доизграждане на АМ „Хемус“ по границата на района и ролята на Европейския транспортен коридор No9 гарантират значими транспортни и логистични дейности.

През територията на община Велико Търново преминава трасето на общоевропейския транспортен коридор – ОЕТК N9. В българската си част той следва трасето на Източен трансбалкански културен коридор. Тази транспортна ос осигурява основния достъп до общината по направлението Букурещ-Русе-Бяла-Велико Търново-Стара Загора (по републиканския път I-5 и E -85). На територията на общината не са изградени скоростни пътища и автомагистрали, но се очаква трасето на продължението на АМ „Хемус“ /София-Варна/ да преминава в северната част или в непосредствена близост до общината, като по този начин ще дублира направлението на първокласния път I-4 (E70). Това ще даде възможност за алтернативен достъп до общината, както и ще спомогне за намаляване на транзитния трафик, сега преминаващ през град Велико



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Търново и допълнително натоварващ градската улична мрежа. През територията на общината преминават и два международния пътя: Първокласният I-4 – свързващ Велико Търново с Ябланица – а от там и с АМ „Хемус“, Шумен и Варна (след Шумен трасето се дублира с АМ „Хемус“); Първокласният I-5 – Русе/Бяла–Велико Търново–Стара Загора–Кърджали–граница Гърция (Е-85), формиращ трасето на ОЕТК No9.

Освен първокласните пътища от национално значение, през територията на община Велико Търново преминава трасето на второкласния път II-55 - Велико Търново–Гурково–Нова Загора–Свиленград, който свързва общината с Южна България, като трасето на II-55 е едно от възможните направления за тунелен пробив под Стара планина.

В Старопланинския туристически район се намира и община Габрово, която е разположена в централната част на Република България в планинска територия. Благоприятните условия за живот в тази територия са определени от някои главни природни дадености, именно: билото на Средна Стара планина от юг и редуващите се паралелно на север от него ридове и плата на Предбалкана, ветрилообразно разчленяващите ги долини и котловини в горния водосбор на река Янтра. На тази територия се пресичат два основни пътя с голямо стопанско значение, както в исторически план, така и за съвременното развитие на страната и региона. Единият път (I-5 от републиканската пътна мрежа /РПМ/, респективно - Е-85 от европейската пътна мрежа /ЕПМ/) преминава в посока север – юг. Този път свързва речните брегове на река Дунав с Тракийската низина и крайбрежията на Бяло и Мраморно море, като пресича Стара планина през прохода Шипка. Другият път (I-4 от РПМ и съответно Е-772 от ЕПМ) преминава в посока изток-запад, на север от и успоредно на Предбалкана, в южната част на Дунавската равнина, като свързва западното крайбрежие на Черно море с вътрешността на Балканския полуостров. Общината се намира в област Габрово, както и в Северен Централен Район. Значително транспортно предимство за област Габрово и за Старопланинския туристически район в частта му на Централна Стара планина ще даде изпълнението на проекта за изграждане на тунел под връх Шипка. Осъществяването му (което вече е в ход по отношение изградени обходни и свързващи пътища) ще привлече значителни транспортни потоци, както и ще съкрати значително времето за пътуване от северната към южната част на страната.

В Старопланинския туристически район попада и община Ловеч, която има добре развита пътна мрежа, която е неравномерно разпределена на територията ѝ. Гъстотата на пътната мрежа е по-ниска в общините от планинската част на областта – Тетевен, Троян и Априлци спрямо тази в равнинната част. През територията на областта преминават две главни транспортни артерии: път Е – 83 (I – 3 – Бяла – Коритна – Ботевград) и Е – 772 (I – 4 Коритна – Микре – Велико Търново – Търговище). Чрез тях се осъществяват връзките на областта с основните транспортни коридори No4, No9 и No7, които преминават през съседни области. Път I – 4 осъществява връзката на област Ловеч с административни и икономически центрове на съседните области и цяла Северна България – Севлиево, В. Търново, Търговище, Шумен и Варна. Важно значение за социално – икономическото развитие на областта и за връзките със съседните области Плевен и Пловдив има

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

второкласния път II – 35. Той преминава през общините Ловеч и Троян, като формира транспортната ос север – юг, свързващ Северна и Южна България чрез Троянски проход. Поради голямата надморска височина проходът е затворен през целия зимен сезон, а отдалечеността на другите проходи изолират област Ловеч от областите в Южна България и са сериозна пречка за развитието на бизнеса.

В Старопланинския туристически район попада и община Враца, която се отличава с благоприятно транспортно-географско и комуникационно положение, обуславящо добрите връзки на общината в вътрешнорегионален, междурегионален и международен план. Общинският център град Враца отстои на 110 км от Столицата, на 80 км от ферибот на Дунав при Оряхово и на 83 км от речното пристанище Лом. През територията на Общината преминават важни железопътни и шосейни коридори с национално и международно значение. Град Враца е пресечна точка на два от най-големите европейски транспортни коридора – коридор № 4 (Дрезден/Нюрнберг – Прага – Виена/Братислава – Будапеща – Крайова/Констанца – Видин – Враца – София – Солун/Пловдив – Истанбул), чието значение нарасна сред влизането в експлоатация на Дунав мост 2, и коридор № 7 (Рейн – Майн – Дунав). През община Враца минава път II-15, който е гръбнак на пътната инфраструктура във Врачанска област. Чрез него се осъществява връзка с най-натоварения в момента български ферибот в гр. Оряхово, както и с коридор 7. Електрифицирана линия свързва град Враца с Мездра – София – Роман – Червен бряг, Видин – Лом. Връзката със съседните райони се осъществява и чрез второкласни и третокласни пътища. Основните транспортно-комуникационни оси са развити в западно-източно направление (по протежението на път E79), както и в субмеридионално направление, по протежението на второкласния път 15, в направлението към Мизия и Оряхово.

Ж.п. транспорт

През Старопланинския туристически район преминава трасето на главната железопътна линия по направлението Стара Загора–Горна Оряховица, част от националната железопътната мрежа. Тя е част и от Европейското споразумение за главните международни жп линии (AGC), включващо Русе –Г. Оряховица–Стара Загора–Подкова и е съставна част от ОЕТК No9. Това е и единственото жп направление със сухоземен достъп до Румъния, посредством Дунав мост. Влияние върху развитието на този вид транспорт в общината оказва близостта до Г. Оряховица, която е главен жп-възел за Северна България и през него преминава основното жп направление, свързващо София с Варна и другите по-големи градове в района. Това създава известни пречки пред част от жителите на община Велико Търново използващи жп транспорт, тъй като те трябва да се прикачват /сменят влак/, за да достигнат до столицата или до Варна. Друг недостатък на жп транспорта в района е, че трасето на линиите не преминават през повечето села, което налага използването на лични МПС или частни автобусни превозвачи. В централната част на района железопътният транспорт за територията на областта обслужва само част от населените места - общините Габрово, Трявна и Дряново. Никоя от гарите не е важен жп възел и това до голяма степен

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



представлява пречка за развитието на много сфери от производството и търговията. В този смисъл всички отрасли на икономиката в региона разчитат на автомобилната пътна мрежа. Голяма е зависимостта на връзките от състоянието и бъдещото развитие на пътищата, още повече централното място на Габровска област при традиционната връзка между Северна и Южна България. ЖП транспорта в Габрово не е много развит и практически няма обекти с национално значение на територията на общината. Железопътната мрежа на територията на областта в Ловеч е представена от две второстепенни ж. п. линии: Левски – Ловеч – Троян и Червен бряг – Златна Панега. Известно стопанско значение има линията Левски – Ловеч – Троян, която изпълнява и социални функции. През града минава трасето на ж.п. линията София - Видин, намираща се в североизточната част на града и свързана чрез пешеходната зона с градския център.

Въздушен транспорт

Габрово разполага с малко летище извън официалната въздушна мрежа на страната – т.е. не предлага транспортни услуги. Най-близкото международно гражданско летище е на 60 км от Габрово (Горна Оряховица), но въпреки това практически не се предлага въздушен пътнически транспорт с национално или международно значение.

Достъпност до основни туристически обекти

Стара планина е част от Стоте национални туристически обекта. Има наличие на минерални извори, пещери, паркове и защитени територии, архитектурни резервати и исторически селища, етнографски музеи на открито. Великолепното разнообразие от природни ресурси, многобройните музеи, изложби, църкви, манастири и запазените и развити традиции дават пълна представа за историята на България и на района, за традиционните изкуства, занаятите и фолклора.

- Резервати: Южен Дженем, Северен Дженем, Стенето, Боатин и Царичина, Пеещите скали, Козя стена, Мазалат;
- Водопади: Райското пръскало, Бабско пръскало, Видимско пръскало, Кадемлийско пръскало, Хотнишки водопад, водопад Врачанска Скакля, водопад Сучурум, Боров Камък; Иванилски водопад в околностите на Габрово
- Пещери: Леденика, Съевата дупка, Проходна, Деветашка, Бачо Киро;
- Манастири: Троянски, Соколски, Къпиновски, Гложенски, Дряновски, Шипченски, Преображенски, Мердански, Патриаршески;
- Природна забележителност е също така 'Искърското дефиле' ; Витата стена.

С представителен характер е Архитектурно-музейния комплекс „Царевец”. Археологическият музей е с дългогодишни традиции в музейното дело и съхранява голям брой археологически паметници илюстриращи хилядолетната история и култура на Великотърновския регион. Неговата значимост се подчертава от факта, че същия е филиал



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

на Националния археологически институт с музей при БАН. Музеят „Възраждане и учредително събрание“ е пряко свързан с историята на Третата българска държава. Помещава се в сградата на стария турски конак – архитектурна културна ценност. Музеят „Нова и най-нова история“ представя гр. Велико Търново като символ на приемствеността на българската държавност в първите десетилетия след Освобождението. Мрежата от музеи в гр. Велико Търново включва още музей „Родна къща на П. Р. Славейков“, музей „Сарафкина къща“, музей „Констанцалиева къща“, музей „Затвор“ и др. Освен в гр. Велико Търново, исторически музей с художествена галерия съществува и в гр. Килифарево – Саралиевата къща. Освен като фактор за развитие на културните функции на града и общината музейната мрежа е и стимулатор за развитие на туризма.

На територията на община Габрово се намират планински местности, имащи потенциал за развитие на туризма през всички годишни сезони: местността Узана, където е географският център на България; местността Люляците; местността Градище. Община Габрово попада на територията на Природен парк „Българка“ и Национален парк „Централен Балкан“.

Голям интерес за туристите представляват уникалните по своята красота планински пейзажи и забележителности в района на кв. Етъра; Соколски манастир „Успение Богородично“; селата Боженци, Гургини, Костенковци, Борики, Балани, Иванили и др.; връх Шипка; Витата стена; местността Градище; района около язовир Христо Смирненски; парка край микроязовир Синкевица и др.

Регионален етнографски музей на открито "Етъра", намиращ се на 8 км южно от града. На 60 дка площ е показана реконструкция на бита на типично селище от епохата на Възраждането. В комплекса са разположени 50 обекта - технически съоръжения на вода, къщи със занаятчийски работилници и обекти с обществено значение. Музеят се утвърждава като център на различни културни събития през цялата година, които показват бита и традициите на българите. На 25 км. югозападно от Габрово, сред уникална природа и характерен релеф е разположена най-голямата старопланинска поляна Узана. Тук се намира географският център на България. Виждането на общината е Узана да се развива като алтернативен курорт, подходящ за почивка през всички сезони. През 2021 г. Община Габрово възроди Узана Поляна Фест-креативен екофестивал на „зелените идеи“, който ще се провежда ежегодно в края на м. Юли в местността Узана.

От изключително значение за развитието на туризма са двете защитени територии – Национален парк „Централен Балкан“ (сертифициран от Европейската мрежа от защитени територии със запазената търговска марка PAN Parks) и Природен парк „Българка“. Соколски манастир "Успение Богородично", изграден с дарения през 1833 г. на около 12 км от центъра на Габрово. Неговата история е свързана с борбите за национално освобождение и с дейността на Васил Левски, Капитан Дядо Никола, Цанко Дюстабанов. Музей на архитектурно - исторически резерват „Боженци“ - обявен през 1964 г. Запазен е уникален селищен ландшафт от XVIII в. и XIX в. Съхранени са над 100 автентични къщи на около 200 години, като 27 от тях са реставрирани и се предлагат за настаняване на туристи. ~~Въпреки предоставянето на екскурзоводски услуги и~~

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

~~възможностите за познавателен туризъм, Боженци се е утвърдило не толкова като културен обект, колкото като дестинация за крайноседмичен семеен отдих.~~ (това не е точно) МАИР Боженци представя чрез експозициите си архитектурата, историята, бита и културата на местното население от края на XVIII век до началото на XX век. Музеят е организатор и домакин на възстановки, театрални представления, концерти, фото и художествени пленери. На територията на община Габрово са запазени останки от ранновизантийската крепост "Градище". Тя се намира на 3 км североизточно от град Габрово. Датирана е към 4-6 век, когато тази територия е била в пределите на провинция Долна Мизия. При разкопки са открити останки от 45 помещения. Открита е и крепостната стена, както и основите на християнски храм. Намерените експонати се съхраняват в Регионалния исторически музей - Габрово. С висока културно-туристическа стойност са: църквата „Успение Богородично“ (1865 г.), часовниковата кула (1835 г.), Априловата чешма (1762 г.), Дечковата къща, в която е организирана експозиция „Градски бит и интериор от XIX век". Туристически интерес представляват търговските улици „Опълченска" и „Радецка". Атракция за гостите на града са мостовете на река Янтра – 7 моста от различни периоди, като най-старият е Баев мост, строен през 1855 г. Символ на Габрово е и паметникът на Рачо Ковача - легендарният основател на града. Историческата памет на града е съхранена в експозициите на Регионален исторически музей и Интерактивния музей на индустрията. Интерес представляват също Народна астрономическа обсерватория и планетариум, Зоопарк Габрово, ХГ „Христо Цокев", множество паметници на културата и др. На 22 км южно от Габрово е историческият връх Шипка с Паметника на Свободата. Източно от него е връх Бузлуджа, записан в историята ни с подвига на Хаджи Димитър.

Изводи

Местоположението на Старопланинския туристически район е централно, с оптимална транспортна достъпност. Територията се пресича от важни транспортни коридори и туристически потоци. Транспортните коридори предопределят достъпността до селищната мрежа и природните туристически атракции. Развит е автомобилния и железопътния транспорт. Особено важни са първокласен път I-5, който е част от международен път E-85 и първокласен път I-4 (E 772), осигуряващ транспортна комуникация в направления - Север-Юг и Запад-Изток. Проблемите, засягащи развитието на туризма в този район, са характерни за България и развитието на туризма в родината като цяло.

От съществено значение за достъпа от и до общините в района са основните комуникационни направления и възли, които са в различна наличност и състояние и предпоставят по-благоприятните или не позиции на района по отношение на движението на хора и стоки в рамките на ЕС и извън него. През и покрай района преминават два паневропейски транспортни коридора – VII и IX. Поради активната политика за свързаност в рамките на ЕС нараства значението на трансевропейските транспортни мрежи (TEN-T), които на този етап не са достатъчно развити в обхвата на района. Отношение към страната и района имат и някои общи за отделни групи или за всички страни-членки на ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



проекти, предимно в областта на навигацията по суша, вода или във въздуха. За развитието на мрежата в периода 2014-2020 е предвидено да бъдат включени нови транспортни отсечки и възли в границите на България. Тези, които касаят СЦР са свързани с автомагистрала „Хемус“, път „I-2“ Русе – Шумен, път „I-5“ Русе – Велико Търново – Маказа, основните ЖП трасета в региона, интермодалните терминали Русе и Горна Оряховица. Летище Горна Оряховица е регионалното летище представено в мрежата, наред с летищата София, Бургас, Варна и Пловдив - в национален план.

Туристическа инфраструктура

Еменски каньон

Еменският каньон е живописна местност по течението на река Негованка, в полите на Предбалкана, на територията на община Велико Търново. Под въздействие на течащата вода в мекия варовик са се образували многобройни прагове, водопади, вирове и ниши, обградени от високи до 90м отвесни скали. Каньонът започва южно от Ново село и е прекъснат от долинно разширение, в което е разположено село Емен. По този начин естествено се разделя на две части – Долен и Горен боаз. Заради уникалните природни образувания и красивата природа Еменският каньон е обявен за природна забележителност. Тук е създадена първата в България екопътека, наречена Негованска, по името на реката. Изградени са мостове, стълби и други дървени конструкции. Най-красивата част от каньона е водопадът Момин скок. Той е висок 10м и е обграден от три страни с отвесни скали, а под него се образува красив широк вир. В каньона се намира Еменската пещера, която е една от най-дългите в България - 3113м.

Водопад "Райско пръскало"

Природната забележителност „Райско пръскало“ е най-високия водопад на Балканския полуостров - 124м. Водопадът се намира в Централната част на Стара планина в подножието на връх Ботев, на територията на Национален парк Централен Балкан. Райското пръскало приспада към територията на резерват „Джендема“. Водопадът е образуван от водите на Пръскалската река, идващи от вечния снежник, разположен под връх Ботев, който дори през лятото не се стопява напълно. След като тече по полегатия тревист склон на върха, потокът достига до горния край на скален пояс от отвесни скали, наричани Райските скали, и прави големия си скок. След това се спуска по Южния Джендем и се влива в Бяла река. В близост до водопада се намира хижа "Рай". Основният туристически маршрут към самия резерват "Джендем" стартира от град Калоян. Пътят преминава през ждрелото на река Тунджа.

Екопътека "Под пръските на водопада" и водопад „Скока“

Екопътеката "Под пръските на водопада" се намира в близост до град Тетевен. Маршрутът на пътеката води до водопада „Скока“. Цялата дължина е около 4км, като от тях 3,4км са асфалтов път, а останалите около 600м – същинската екопътека. Началото на пътя е от централната градска част на града. Екопътеката е живописна и преминава през дефилето



на река Козница. По протежение на пътеката са направени маси и пейки, а до водопада е изграден просторен заслон с огнище.

Деветашка пещера

Деветашката пещера е разположена в Централен Предбалкан по десния бряг на река Осъм, на територията на община Ловеч. Пещерата е обявена за природна забележителност и недвижима културна ценност. Деветашката пещера е една от най-големите пещери в България. Общата ѝ дължина е 2 442м, общата ѝ площ е 20 400кв.м, височината - 60м. Пещерата е едно от трите най-големи местообитания на прилепни колонии в Европа. известна още като Маарата или Окната заради седемте различни по големина отвори на тавана, през които прониква светлина и осветява централната зала и част от двата ѝ клона. Левият е дълъг повече от два км, през него протича малка река, която преминава през централната зала на пещерата и се влива в река Осъм. Най-ранните следи от човешко присъствие са от средата на старокаменната епоха (преди около 70 хил. години пр. Хр.), след проучвания се смята, че е била обитавана през почти всички исторически епохи.

Други пещери които се намират на територията на община Ловеч: Пещера „Табашката“, Пещера „В. Левски“ и Пещера „Водната пещера“ до с. Чавдарци

Хотнишката екопътека и водопад "Кая Бунар"

„Кая Бунар“ е водопад на река Бохот в Северна България, на територията на община Велико Търново. Той представлява естествен завършек на пролома на реката. Водопадът и проломът на реката са обявени за природна забележителност. Водните струи на водопада се спускат от височина близо 30 метра и разкриват невероятна гледка на стичащата се по гладките скали вода. До водопадът е изградена екопътека с много мостове и стълби. Тя започва от село Хотница, което се намира наблизко. По продължение на екопътеката могат да се наблюдават причудливи скални образувания и стари каменни тунели , по които някога е текла вода.

Гложенски манастир "Св. Георги Победоносец"

Гложенският манастир „Свети Георги Победоносец“ е български манастир, паметник на културата, част от Ловчанската епархия на Българската православна църква. Той се намира в близост до село Гложене, община Тетевен. Манастирът е разположена на скалист връх в Тетевенската планина. Погледнат отдалече, манастирът наподобява средновековен замък. След преминаването на главните порти се попада в манастирския двор, който е на няколко нива. От двора се разкрива гледка към долината под скалите. През тунел се достига до вътрешността на манастира. Гложенският манастир е обявен за архитектурно-строителен и исторически паметник. Понастоящем манастирът е действащ мъжки. Храмовият празник в Гложенския манастир се чества на 6 май – Деня на Св. Георги.

Други религиозни обекти на територията на община Тетевен: Църквата “Всях Светих” – Тетевен (художествен обект) и параклиса “Успение Богородично” към църквата в центъра на града; Църквите в Черни Вит, Голям Извор и с. Гложене, Манастир “Св. Илия” – Тетевен – построен през XIV-ти век.



Гложенски манастир „Св. Георги победоносец“ – с. Гложене, общ. Тетевен е архитектурен паметник с национално значение. Намира се в близост до село Гложене. Разположението му позволява просторна и красива панорама, откриваща се от самия манастир. В двора на манастира се намира и малък музей, посветен на Васил Друмев и скривалището на Васил Левски. Миряните намират утеха на това място при чудотворната икона на „Св. Георги“. Храмовият празник е в деня на светеца - 6 май. До манастира се стига с автомобил - през с. Малък извор или пеша, по маркирана екопътека „Село Гложене – Гложенски манастир – пещера Моровица“, която е част от туристически маршрут „По стъпките на Левски“.

Пещера "Леденика"

Пещерата "Леденика" е известна със своите чудни синьо-бели водопади и диамантени мечове. Намира се в местността Леденишки валог в Стара планина, на територията на община Враца. Пещерата има дължина 300 м и разделена на няколко големи зали. В Концертна зала може да се наблюдават огромни къдрави колони като застинал водопад. Акустиката в тази зала е много добра – от там идва и името ѝ, а в нея много пъти са се провеждали симфонични концерти. Един от входовете за тази зала се нарича „Проходът на грешниците“, а според легендата, само човек с чисто сърце може да премине през тесния му процеп. Пътят през пещерата преминава през Малката и Голямата пропаст, чиито дълбоки ями имат удивителни замръзнали водопади.

Черепишки манастир

Черепишкият манастир "Успение Богородично" е разположен на самия бряг на река Искър и се намира на територията на община Мездра. Манастирът е изграден по време на управлението на цар Иван Шишман. Манастирската църква е малка, еднокорабна с абсида. В нея могат да се видят интересни старинни стенописи. На видно и високо място в двора на манастира се издига величествена кула-костница, в която се пазят останките на част от Ботевите четници, загинали в битката в Рашов дол. В Черепишкия манастир са запазени останките на стенописи от XVI-XVIIIв и XIXв, оттогава е останала и колекция от икони. В музейната част на манастира има експозиция на народния поет Иван Вазов, който на това място се е вдъхновявал за много от своите творби. Черепишкият манастир е действащ мъжки манастир, а храмовият празник се чества на 15 август –Деня на Света Богородица.

Преображенски манастир "Преображение Господне"

Преображенският манастир се намира под отвесни скали над левия бряг на река Янтра, близо до село Самоводене, на територията на община Велико Търново. Намира се под пещерите на Бискалския венец на Беляковското плато. Той е най-големият от манастирите във Великотърновска област. Счита се, че е основан по времето на Втората българска държава от царица Теодора-Сара и сина ѝ Иван Шишман, затова манастирът е наричан още "Сарин" или "Шишманов". Сградите на манастира са строени една по една и образуват правоъгълник с двор, застлан с калдъръм. Интериорът и външните стени на



храма на главната църква "Преображение Господне" са украсени със стенописи българският художник Захарий Зограф. Камбаните, полилеите и богослужебни книги за църквата са подарени от руските воители след Руско-турската освободителна война. Понастоящем манастирът е действащ и отворен за посетители, а храмовият празник е на 6 август.

Екопътека Искър-Панега

Началото на маршрута започва малко преди да се влезе в Луковит, идвайки от София. Екопътеката следва поречието на река Панега, която извира в близост и е с необичаен синьо-зелен наситен цвят. Екопътеката се намира на територията на парк, носещ същото име, който обединява два отделни района – Карлуковски карстов комплекс и ландшафтен парк "Панега". Маршрутът е изграден подходящо за отдиш - поставени са много места за пикник, барбекюта, пейки, мостчета, вити стълби. Екопътека Искър-Панега преминава през красиви меандри на реката, пъстри поляни и интересни скални образувания.

Пещера „Съева дупка“

Пещерата „Съева дупка“ е обявена за природна забележителност и се намира на територията на община Ябланица. Името на пещерата идва от двамата братя - Съе и Сею, укривали се в нея от турците по време на робството. Входът ѝ е под скален откос, висок шест и половина метра, обрасъл с папрат и мъхове. Дължината на Съева дупка е 400 метра. В нея са намерени кости на животни, глинени съдове и монети от времето на Римската империя. Пещерата се състои от пет зали, а в едната от тях могат да се видят единствените в България хеликтити - наклонени сталактити. Пещерата е наричана „Подземната перла“ на България заради разнообразните по форма и големина сталактити, сталагмити и сталактони, оцветено във всички възможни цветови нюанси.

Крепостта Царевец

Крепостта Царевец се намира на едноименния хълм в старата част на Велико Търново и е превърната в архитектурно-музеен резерват. В него се намират реконструирания царски дворец с неговите тронна зала, дворцова църква и царски покои. Над двореца, на самия връх на хълма, се намира и възстановената Патриаршеска църква. Тя впечатлява с мащаба и уникалната си архитектура, а иконописите ѝ пресъздават възхода и злеза на Второто българско царство. На територията на музейният резерват може да се види и Балдуинова кула, която е реставрираната по подобие на запазена средновековна кула от крепостта Червен, намираща се близо до Русе. Най-голямата атракция на Царевец е нощният аудиовизуален спектакъл "Звук и светлина". На фона на музика, безброй разноцветни светлини, лазери и църковни камбани разказват славната и трагична история на Второто българско царство.

Регионален исторически музей – Велико Търново

Към Регионалния исторически музей се включват още музей „Родна къща на П. Р. Славейков“, музей „Сарафкина къща“, музей „Констанцалиева къща“, музей „Затвор“ и др. Други значими обекти, които са част от структурата на Регионалния исторически музей, са археологическият резерват Никополис ад Иструм, и средновековните църкви в гр. Велико



Търново – Комплекс „Велика Лавра“ с църквата „Св. 40 мъченици“, църквите „Св. св. Петър и Павел“, „Св. Иван Рилски“, „Св. Димитър Солунски“, „Св. Георги“.

Археологически резерват Никополис ад Иструм

Разположен недалеч от вливането на река Росица в Янтра, в непосредствена близост до село Никюп, градът е съхранен в цялост, без да е надстроен през следващите епохи. Основаването на града е посветено на победата на император Траян над Даките. Траян отбелязва своя триумф (triumpus) с активно строителство, разгърнало се в столицата и провинциите. Част от мащабната строителна дейност става и изграждането на Никополис ад Иструм – градът на победата при Дунав. Градът е притежавал характерната форма на управление – единство на народно събрание и градски съвет. Отличавал се е с многообразие на своето общество, част от което са били римски ветерани и преселници от азиатските провинции. Заради големия кръстопът при който е бил разположен градът закономерно се утвърждава като важен търговски център. Удивително е, че старите римски пътища са останали устойчиви направления и до днес. По пътищата към Черно море, Дунав и през Стара планина към тракийската низина са се разпространявали славата на местните строители, занаятчии и тяхната продукция.

Други културни ценности, манастири, археологически обекти и единични културни ценности от национално значение, разположени в рамките на **община Велико Търново**:

Град Велико Търново: резерват „Трапезица“; резерват „Момина крепост“; Шишманова баня; Етнографски комплекс „Самоводска чаршия“; Църква „Свети св. Константин и Елена“; Църква „Св. св. Кирил и Методий“; Църква „Св. Архангел Михаил“; Хан Хаджи Николи; Къщата с маймунката; Къща на Вела Благоева

с. Вонеща вода: Етнографски комплекс „Осенарска река“

с. Самоводене: Патриаршески манастир; Преображенски манастир

с. Големаните: Килифаревски манастир

гр. Дебелец: Манастир „Свети Архангел Михаил“

с. Присово: Присовски манастир

гр. Килифарев: Саралиева къща

Архитектурно - музеен резерват "Арбанаси"

Архитектурно - музеен резерват "Арбанаси" се намира на територията на община Велико Търново. Счита се, че село Арбанаси съществува от времето на Второто българско царство, около 12 – 13 в. Днес историята на това място е добре запазена. Духът на миналото все още може да се усети по малките улички на селцето. Особено впечатление правят няколко къщи, сред които Хаджиилиевата и Констанцалиевата, 2 манастира и 5 църкви – “Св. Георги”, “Св. Анастасий”, “Рождество Христово”, “Св. Димитър”, “Св. архангели Михаил и Гавраил”, всичките с изящна архитектура и вътрешна украса. Констанцалиевата къща е една от най-богато украсените къщи в Арбанаси и една от най-големите и запазени до наши дни. В девическия манастир “Св. Богородица” се съхранява



чудотворна икона на Богородица. Друга чудотворна икона на Богородица има във втория манастир – “Св. Никола”. Тя е известна с това, че помага при зачеване. Много църкви на територията на селото са обявени за архитектурно-строителни и художествени паметници на културата.

Капиновски манастир "Св. Николай Чудотворец"

Капиновският манастир "Св. Николай Чудотворец" се намира на близо до село Велчево, на територията на община Велико Търново. Манастирът е обявен за художествен паметник на културата. Откакто е изграден манастирът многократно е бил опожаряван. Манастирът е бил важно религиозно средище, в него е имало и килийно училище. През 1835г е изградена новата съборна църква, която и днес може да се посети. В манастира могат да се видят запазени олтарни двери и резбен фриз, както и много интересни икони като "Св. Илия на колесница" с 12 житийни сцени, "Св. Димитър на кон", "Въведение Богородично" и други. Капиновският манастир е действащ мъжки манастир. Храмовият празник се чества на 6 декември.

Плаковски манастир „Свети пророк Илия”

Плаковски манастир „Свети пророк Илия” и близкия до него Капиновски манастир „Свети Никола”, възникнали по времето на Втората българска държава и известни още като Еленските манастири. През 1804 г. за трети път е възстановен Плаковският манастир, когато е изградена и днешната манастирска църква. Тя е рядко явление на българската култова архитектура. Над входната ѝ врата, под откритата нартика, неизвестен художник създава единствената в църквата стенописна сцена „Възнесение на пророк Илия” с ктиторски надписи. По-късно, през 1856 г. майстор Колю Фичето построява големите жилищни сгради с величествената камбанария, висока 25,90 м. В църквата се пазят стари икони, между които иконата на Христос с 12-те апостоли, рисувана от Захарий Зограф през 1845 година. През времето на турското владичество Плаковският манастир е важно духовно и книжовно огнище.

Природна забележителност „Капиновски водопад”

Местоположение – село Велчево, при Капиновския манастир, община Велико Търново. Тази забележителност представлява водопад на река Веселина с височина на пада 4,5 м., разположен на 200 м. надморска височина с площ 0,2 ха около него. Реката е издълбала скалите, провира се през тесни завои и образува множество водопади, един от които е красивия Капиновски водопад, под който е образуван дълбок вир. Това е едно от любимите места за отдих и отмора на жителите и гостите на общината.

Природна забележителност Дрянков хълм

Местоположение – с. Пушево, община Велико Търново. Обявява се с цел запазване на уникално палеонтоложко находище с вкаменени останки от древни морски организми.: корали, миди, охлюви, брахиоподи, морски таралежи, наутилуси.

Национален пещерен дом



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Национален пещерен дом - Карлуково (Учебен център Карлуково) е разположен в местност Калето, на десния бряг на река Искър, на територията на община Луковит. Използва се както от туристи, така и за обучение и семинари за подпомагане научно-проучвателните дейности по спелеология. Особен интерес представлява богатата колекция, събрана от Петър Трантеев, един от основателите на пещерното дело в България. Районът е изключително интересен и богат на карстови образувания - над 150 пещери и пропасти, като най-известни са Проходна, Темната дупка и Кучешката. В село Карлуково се намира Карлуковският манастир "Успение Богородично", а в близост до него са скалните църкви "Св. Марина" и "Св. Григорий".

Пещера „Бачо Киро“

"Бачо Киро" е една от най-интересните пещери в България и се намира на територията на община Дряново, в близост до Дряновския манастир. Кръстена е на героя от Априлското въстание Бачо Киро, който се укривал в нейните лабиринти. Пещерата е сложен 4-етажен лабиринт от галерии и разклонения с обща дължина около 3600м. В пещерата могат да се видят внушителен готически храм, синтров водопад във формата на трон и дори истински мидени черупки. В нея е открито селище, което датира от средния и късния палеолит. Останките включват жилища и огнища, както и различни оръдия на труда, направени от кости. В пещерата е открит и скелет на мечка, висок 3м.

Врх Ботев

Врх Ботев (2376м) е най-високият връх на Стара планина и трети по височина в България - след Мусала в Рила и Вихрен в Пирин. Погледнат от подножието му, той прилича на гигантски юмрук. Планината представлява обширно пасище с гранитна основа, страдащо от значителна ерозия. На територията на цялата планина има стръмни зъбери, отвесни скали и десетки потоци, образуващи непрекъснат низ от водопади и пръскала. На връх Ботев са изградени метеорологична станция и радиорелейна и телевизионна станция, която покрива с телевизионен и радио сигнал над 65% от територията на България. Връх Ботев е един от планинските върхове, които са включени в движението „Покорител на 10-те планински първенци“ в България.

Троянски манастир "Успение Богородично"

Троянският манастир като манастирски комплекс е трети по големина в България, забележителен паметник на културата от национално значение. Разположен е в долина на река Черни Осъм, на територията на община Троян. Като архитектурен стил на сградите се причислява към възрожденската школа. Най-забележителен архитектурен и културен паметник е главната църква "Успение Пресвета Богородица". Интериорът и екстериорът на църквата са изписани с фрески от Захари Зограф от Самоковската школа. Иконостасът, разположен в наоса на църквата, е изрязан през 1839г и е образец на Тревненската резбарска школа. Чудотворната икона на манастира е "Св. Богородица Троеручица".

Дряновски манастир "Св. Архангел Михаил"

Дряновският манастир "Св. Архангел Михаил" е сред най-важните духовни и културни центрове на България. Намира се в карстовата долина на река Дряновска, на територията

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



на община Дряново. Манастирът е разположен в живописна местност, а над величествената му осанка се извива причудливия скален венец на старопланинското плато "Стражата". Манастирът е един от най-големите книжовни центрове по време на Възраждането. Играе ключова роля в подготовката на Априлското въстание. Той е бил главна квартира на Българския централен революционен комитет в Търново. Близко до него е построен и мавзолей с параклис и костохранилище. Там се пазят останките на загиналите герои за свободата на България. Богатата история на манастира може да се проследи в музейната му експозиция "Археология и Възраждане". Сред експонатите са лични вещи на въстаниците, снимки, оръжия, дрехи и други. Представени са също битови предмети, сечива, монети и керамика от старокаменната и каменно-медната епоха, както и откритите находки от пещерата "Бачо Киро".

Соколски манастир

Основан през 1832 г. като дървен, а през 1834 г. от камък. Осветен на 15 август 1834 г. от търновския митрополит Иларион Критски. Иконостасът на храм „Успение на Пресвета Богородица“ в манастира е от 1862 г. Иконите в храма са дело на зографите Йоаникий папа Витанов (1794-1853), Симеон Цонюв, габровецът Христо Цокев. В манастира е разположен и параклис „Свето Благовещение“, посветен на съществувалия в центъра на Габрово манастирски комплекс „Свето Благовещение“. Той бил основан през 1836 г., с църква издигната през 1846 г. и съборена през 1959 г. В двора на манастира се издига красива белокаменна чешма с осем чучура, построена през 1868 година от майстор Колю Фичето.

Регионален етнографски музей на открито "Етър"

Регионален етнографски музей на открито "Етър" е умален размер на някогашно Габрово и е разположен на 8 км от града. Комплексът е първият по рода си музей на открито. Той показва българския бит, култура и занаятчийство с малките си талпени и двукатови къщички и голямата чаршия. В етнографския комплекс се намира единствената в България сбирка на народна техника на вода. Поради това водното колело е станало негова емблема. Всичките 10 обекта работят по автентичен начин. Занаятчийска чаршия е представена от 16 работилници, които са образци на балканската архитектура и разкриват самобитния талант на възрожденските строители. РЕМО Етър организира през цялата година креативни събития и изложби, свързани с бита, занаятите и традициите на българите, с които привлича много посетители от страната и чужбина. Главно събитие е Есенният международен панаир на занаятите, в който участват майстори от цялата страна. Той се провежда в началото на месец септември всяка година.

Архитектурно-исторически комплекс "Даскалоливницата"

Архитектурно-исторически комплекс "Даскалоливница" се намира в град Елена. Той включва три музейни обекта, отворени за посещение - "Камбуров хан", вградената в земята църква "Свети Никола" и първото класно училище "Даскалоливница". Храмът



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

"Свети Никола" е най-старият храм в Елена и региона. До църквата "Свети Никола" е построен храмът "Успение на Пресвета Богородица". В ниската част на двора на комплекса се намира Камбуровият хан, в който е изложена етнографската сбирка. Тук могат да се видят дамски и мъжки тоалети и предмети от бита и културата на еленчани от края на XIX и началото на XXв.

Други паметника на културата на територията на **община Елена** с национално значение: Часовниковата кула, къщата-музей „Иларион Макариополски“, Попниколовата къща и Петте Разсуканови къщи.

На територията на общината функционират два музея: **Музей на Възраждането „Иларион Макариополски“** и **Музеят по палеонтология**, който се помещава в приземния етаж на Попниколовата къща.

Природните забележителности на територията на община Елена се: **Резерват Бяла крава**, с. Костел, община Елена; **Поддържан резерват Хайдушки**, с. Буйновци, община Елена; **Защитена местност Слона**, с. Тодювци, община Елена; **Защитена местност Белокравищница**, с. Костел, община Елена; **Защитена местност Марков бук**, с. Буйновци, община Елена; **Защитена местност Букова гора**, с. Костел, с. Каменари, община Елена; **Природна забележителност Водопадът на р. Мийковска**, с. Руховци, община Елена.

Музей Дом на хумора и сатирата

Домът на хумора и сатирата се намира в град Габрово и е единственият по рода си в целия свят. В него са представени 10 изложбени зали, библиотека, звукозаписно студио и други. Сред неговите постоянни експозиции са "Корените на габровския хумор", "Раят", "Грехът", "Планета Габрово", "Маската – лицето на празника", "Карнавалите в света". В експозицията "Хумор на народите" са включени над 51 620 художествени произведения от областта на живописата, скулптурата, карикатурата, графиката и фотографията. В Дома на хумора и сатирата са представени множеството весели атракции като криви огледала, медни чанове, огромна фигура на габровската котка с отрязана опашка и други. На 1 Април - Националният ден на шегата, се организират празненства, които събират гости от целия свят. Музеят организира богата програма от събития през цялата година като най-голямо е Габровското биенале на хумора и сатирата в изкуството. То е един от най-големите и стари международни форуми за визуално изкуство в България. Освен творби на автори от цял свят, биеналето представя и богата паралелната програма от събития – лекции, дискусии, прожекции, пърформанси, уъркшопи, детски творчески и образователни ателиета.

Други обекти на културно-историческото наследство на **община Габрово**: **Национален музей на образованието**, **Соколски манастир**, **Регионален исторически музей**, **Дечкова къща**, **Художествена галерия "Христо Цокев"**, **Астрономическа обсерватория и планетариум**, **сградата на Национална Априловска гимназия**, **църквата "Успение Богородично"**, **библиотека "Априлов-Палаузов"**, **Драматичен театър "Рачо Стоянов"**.

Музей Архитектурно-исторически резерват "Боженци"

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Боженци е китно възрожденско селце с 600-годишна история, което се намира на територията на община Габрово. Сред забележителностите на резервата е трикорабната базилика "Пророк Илия" с изградена камбанария. Интересно е, че по време на османското робство били забранени такива строежи, но влиятелни жители на селото получили специално разрешение. В храма могат да се наблюдават куполи, скрити под скосения таван, както и масивни каменни стени и типичните боженски сводове. В началото на селото може да се посети класно училище от 1872г. На първия етаж са салона и библиотеката, а на втория - класните стаи. На територията на МАИР Боженци могат да се посетят две къщи-музеи. Експозицията "В историята остават лудите глави и щедрите дарители" разказва за историята на селото с богат снимков материал и предмети от бита. Може да се разгледа ножарска работилница и зала, в която се редуват изложби според сезона и календарните празници. В Боженци се пресъздават автентични възстановки на народните обичаи като лазаруване, коледуване и Гергьовден, а през май месец се провежда поход-възстановка "По пътя на Рачо Ковача", който отвежда по екопътеката "Римски път" до град Габрово.

Местност Узана

Местността Узана се намира на 1300м средна надморска височина и на вододелното било на Стара планина, на територията на община Габрово. Местността разкрива уникална природа, съхранено в много висока степен биологично разнообразие и съвременни хотелски бази. В местността има 8 ски-писти, с обща дължина 10км. Математически изчисления са направени от учени от Българска академия на науките, в резултат на които е определено, че именно местността е Географският център на България. На съответното място, определено от учените за център на България, е поставен знак с формата на пирамида с отвес, в цветовете на националното знаме – бяло, зелено, червено. От Узана тръгват множество локални туристически маршрути и екопътеки към територията на двата парка, с които местността граничи – Национален парк "Централен Балкан" и Природен парк "Българка". Местността Узана е предпочитано място за планински туризъм. Община Габрово провежда ежегодния екофестивал Узана Поляна Фест, който привлича десетки хиляди посетители, привърженици на „зелената идея“.

Връх Ком

Връх Ком (2016м) се намира в Западна Стара планина, само на територията на Берковица. От подножието му се спускат няколко ски писти, които привличат стотици любители на зимните спортове. От върха могат да се наблюдават Берковица, Берковското поле и отдалечените на 30 километра Монтана и язовир Огоста. Гледката от върха е вдъхновила писателя Иван Вазов за написването на стихотворението „На Ком“. На върха е поставен мраморният паметник на патриарха на българската литература, на който е гравирена част от стихотворението, посветено на върха. Всяка година на връх Ком се организира поход в чест на освобождението на България от турско робство, чиито пътеки стигат до град Враца. Оттук тръгва и традиционният туристически поход до нос Емине на Черно море, който пък продължава цял месец.

Чипровски манастир "Св. Иван Рилски"

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Чипровският манастир "Св. Иван Рилски" се намира на територията на община Чипровци. Манастирът е основан през Хв и през годините на своето съществуване се утвърждава като книжовно и просветно средище. Манастирът е използван като убежище по време на Чипровското въстание от 1688г. Костите на загинали в Чипровското въстание се съхраняват в кулата костница. Главната църква е еднокорабна и едноапсидна, а параклисът "Св. Атанасий Велики" се намира в едно от жилищните крила на манастира. Чипровски манастир "Св. Иван Рилски" е действащ мъжки манастир. Храмовият му празник е на 19 октомври.

Архитектурно-исторически резерват "Вароша"

Архитектурно-историческият резерват "Вароша" обхваща цялата стара част на град Ловеч по десния бряг на река Осъм. Къщите в квартала са малки, като в повечето случаи са обградени с високи каменни огради. Дворовете са на няколко нива, засети с бръшлян и здравец, люляк и рози. Тези къщи, които са изградени в периода 1850-1870г, са най-добрите представители на варошлийската архитектура. Типично за тях е, че нямат дюкяни, защото цялата занаятчийска дейност е съсредоточена на търговската улица и Покрития мост. На територията на архитектурно-историческия резерват "Вароша" се намират над 200 исторически и архитектурни паметници от местно и национално значение. Сред тях са: музей "Васил Левски", Етнографският комплекс, Ловешката средновековна крепост, църквите "Успение Богородично" и "Света Неделя", Покритият мост, сградата на училище "Йосиф I".

Етнографски музей – Ловеч

Етнографският музей в Ловеч е разположен в две съседни къщи - Драсовата и Рашовата - в стария квартал "Вароша". Експозициите в двете къщи пресъздават домашния бит на семействата в Ловеч в края на XIX и началото на XXв. Драсовата къща е сред най-типичните за района на Ловеч къщи, а архитектурата ѝ е изключително запазена. В експозицията е пресъздадена домашната уредба на заможено търговско семейство. Показан е преходът от традиционен възрожденски бит към градски. Рашовата къща, строена в почти същия архитектурен тип, представя атмосферата в средно заможено семейство от 30-те и 40-те години на XX век. В стаите са експонирани манекени, облечени в типично за онова време облекло, представени са и занаятите, с които са се занимавали членовете на семейството.

Музей "Васил Левски" – Ловеч

Музеят „Васил Левски“ се намира в Архитектурно-историческия резерват "Вароша", който се намира в стария квартал на Ловеч. Музеят е посветен на делото на Васил Левски, който избира Ловеч за революционна столица на България. Експозицията на музея е разположена на две нива и отразява дейността на Васил Левски и борбите на българския народ за национално освобождение. В музея се намира и най-богатата в България сбирка от лични вещи на Левски. Тук се съхраняват неговата сабя, кама, малка печатница, фалшиви турски печати, квитанции. В музея е изложен и оригинален портрет на Васил Левски от 1870г. Сред експонатите има и вещи на съратниците и сподвижниците на Апостола в Ловеч, на участниците в Априлското въстание (1876г) и Освободителната война (1877-1878г).



Паметник на Васил Левски

Паметникът на Васил Левски в град Ловеч, квартал „Вароша“, открит на 27 май 1964 г., той е най-големият и внушителен паметник на Васил Левски в България. Той е един от символите на града и е част от герба му в продължение на 40 години. През 1994 г. месинговите букви са подменени от мраморна плоча със същият текст.

Градска баня „Дели Хамам“

Градската баня в Ловеч, строена през XVII-XVIII век, е архитектурно-строителен паметник с национално значение. Нейното разпределение е сходно с плановите схеми на всички построени по това време сгради с подобно предназначение. Смята се, че това е последният турски хамам, използван като хигиенна баня в страната. Характерната архитектура се вписва в цялостния облик на квартал "Вароша", а куполът последователно преминава през три барабана - осмоъгълен, 16-ъгълен и кръгъл, всеки със собствен покрив и корниз. На върха се издига цилиндрична отвътре и шестстенна отвън латерна. Към настоящия момент сградата е неизползваема повече от 40 години, като през последните години сградата е изоставена без поддръжка, съоръженията са разграбени. Жилищната сграда и навесът са пред рухване, а общото конструктивно състояние на зидовете не е добро. Установяват се проблеми по фасадните зидове. Макар че сградата е в лошо състояние, наличието на запазени автентични градежи, обеми и архитектурно строителни елементи, както и изящния архитектурен детайл в интериора, дават възможност за прилагане на класическа консервационно-реставрационна намеса, която в случая се налага и от самата категория на обекта.

Църкви „Успение Богородично“ и „Света Неделя“

Във Вароша се намират и две от църквите на града. „Света Неделя“ е най-старият храм, построен през 1535 година, запазил се още от османското владичество. В храма има богата колекция от старопечатни книги. Другата църква е „Успение Богородично“. Тя се намира на няколко крачки над музея Васил Левски, която е построена през 1784 година, малко по-късно тя бива опожарена. Направена е възстановка през 1834 година и е окачествена като възрожденска псевдобазилика. В нея на времето е служил набедения за предател на Левски поп Кръстю. Храмът е известен със съхранените икони запазени от осемнадесети и деветнадесети век, също така и старопечатни книги.

Паметник на Тодор Кирков

Паметникът на Тодор Кирков се намира в гр. Ловеч на едноименния площад в старинния квартал „Вароша“ в непосредствена близост до Покрития мост. Издигнат е от признателните граждани в памет на ловчанлията Тодор Кирков - националреволюционер, участник в Априлското въстание (1876). Намира се на точното място на тогавашния площад „Табашки“, където Тодор Кирков е обесен от турските власти на 24 юни 1876 г.

Ловешка средновековна крепост

Средновековната крепост „Хисаря“ е паметник с национално значение, обявена за музеен и туристически резерват. Ловешката крепост е разположена върху двете тераси на



скалистия, но живописен хълм Хисаря, който се намира в старата част на град Ловеч. Първото заселване на хълма е станало през каменно-медната епоха. Открити са части от жилища, фрагменти от глинени съдове и една златна апликация. Археологическите разкопки показват, че тук се е намирало и тракийско селище – разкрити са части от жилище, изградено от камък и глина, множество фрагменти от сива тракийска керамика, както и дръжка от родоска амфора с печат. По време на римските завоевания в началото на I в., селището е преместено в равнинната част на града. Но когато започват нашествията на „варварските“ племена в средата на III в., то е изнесено на хълма поради естествените условия за защита. Просъществува и през V-VII век (ранновизантийската епоха). Вероятно след разрушаване на селището от ранновизантийската епоха за известно време хълмът запустява. Най-ранните материали произхождащи от крепостта и преди всичко битовата керамика и монетите, са от IX-X в. В българската история името Ловеч се среща главно във връзка със събития, станали от XI в. насам. Първото споменаване на крепостта е свързано с нахлуването на печенегите в българските земи и военните действия на Византия срещу тях. Архитектурните останки и находките показват, че материалната култура на Ловеч в своето развитие е следвала в общи линии тенденциите в развитието на българската средновековна култура.

Парк „Стратеш“

Парк „Стратеш“ е градски парк в Ловеч. Паркът носи името на хълма, върху който е разположен. Хълмът Стратеш е показан на карта изработена от Феликс Каниц с наименованието „Велика планина“. В руски карти и описания от времето на Руско-турската война (1877-1878) е наименован „Рижата височина“. От тук започват действията на отряда на генерал-майор Александър Имеретински за освобождаването на града. Според професор Анастас Иширков името „Стратеш“ идва от личното име Страти, често повтарящо се в града. През 1902 г. започва оформянето на парка. През 1956 г. се изготвя проект за цялостно изграждане. Изградени са околоремонтническите пространства, туристически комплекс, летен театър, езеро с площ 2 дка, седмична детска градина, почивни станции, розариум, алпинеум и др. Засадени са характерните за града дървета и люлякови храсти. През 1977 г. е оформена Алеята на българо-руската дружба. В източната част на парка е Ловешкият зоопарк, характерен с голямо животинско разнообразие.

Белият паметник

Белият паметник е паметник, който се намира в парк „Стратеш“ на гр. Ловеч. Той е построен в памет на Битката при Ловеч на 22 август 1877 г. по време на Руско-турската война (1877-1878) и освободението на града от османско иго. Издигнат е в парка „Стратеш“ на мястото, от което руската артилерия обстрелва главния турски редут в местността „Червен бряг“.

Черният паметник

Черният паметник се намира в парк „Стратеш“ на гр. Ловеч. Той е построен в памет на Битката при Ловеч на 22 август 1877 г. по време на Руско-турската война (1877-1878) и освободението на града от османско иго. Издигнат е в парка „Стратеш“ в подножието на скалния венец на хълма „Стратеш“ до Туристическия дом. От това място, руските части



след превземането на турския редут на „Рижата височина“ влизат в града по шосето Ловеч-Ловеч. Построен е през 1902 г. едновременно с Белия паметник.

Алея на българо-руската дружба

Алеята на българо-руската дружба е изградена в парк „Стратеш“ на град Ловеч. На 22 август 1877 г. в хода на Битката при Ловеч, Руската императорска армия освобождава града от османско иго. На следващия ден загиналите 319 руски офицери и войници са погребани в места (зеленчукови градини) до традиционния седмичен „Сър пазар“. Местата се намират на западния бряг на р. Осъм, в северната покрайнина на града, на мястото където руските части преминават реката и подхождат към главния турски редут в местността „Червен бряг“.

Алея Баш бунар

Алея Баш бунар е парк, намиращ се в южната част на гр. Ловеч. Под стръмните варовикови стени на хълма „Баш бунар“ са прокарани почти успоредно на източния бряг на р. Осъм, алея, асфалтов път и ж.п. линия Ловеч-Троян. Алеята „Баш бунар“ следва извивките на реката по протежение на 2 км. Оформена е като парк, място за отдих на ловчанските граждани.

Архитектурно-исторически резерват „Старо Стефаново“

Архитектурно-исторически резерват „Старо Стефаново“ се намира на 23 км. югоизточно от Ловеч. В селото има 96 компактно запазени жилищни сгради от средата на 19 век, характерни за архитектурния стил на Старопланинския регион.

Природонаучен музей - Черни Осъм

Село Черни Осъм се намира в Северна България, на територията на община Троян. Селото е разположено на територията на Националния парк "Централен Балкан", затова в една от залите на музея със снимки са представени природните забележителности в района. Музеят предлага експозиция на голямото разнообразие на животинския свят в Стара планина. На двата етажа на Природонаучния музей се съхраняват над 700 експоната. Изложени са над 25 вида препарирани бозайници, експонатите са озвучени с аудиозаписи на животинските звуци. На втория етаж с големи снимки е показана средата, в която живеят бозайниците - глигани, вълци, чакали, диви котки, сърни, благородни елени, елен-лопатар и др. Изложени са 11 вида риби, обитаващи река Черни Осъм, включително и изчезнали видове, 12 вида земноводни и 15 вида влечуги, над 120 вида птици и насекоми, характерни за района на Централна Стара планина.

Други културно-исторически паметници на територията на **община Троян**:

- Единственият в страната „Музей на народните художествени занаяти и приложните изкуствата“ – гр. Троян
- Националното изложение на художествените занаяти и изкуства – с. Орешак
- Къща „Иван Хаджийски“,
- Художествената галерия „Серякова къща“



Природни забележителности на територията на **община Троян**:

- Резерват „Козя стена“, който е скален феномен и също е част от Националния парк „Централен Балкан“.
- В природния парк „Стенето“ (община Троян) се намира най-дълбоката пещера в България – Райчова дупка (-384 м.).

Древно римско селище „Состра“

До с. Ломец са разкрити и проучени останките на древното римско селище „Состра“ – античният предшественик на гр. Троян, а през територията на общината е преминавал един от най-натоварените римски пътища с търговско и военно предназначение. На 1 км. южно от кастела Состра, върху платовидно възвишение между селата Ломец и Дълбок дол е открита раннохристиянската базилика „Свети Георги“.

Къкринско ханче

Къкринското ханче е важна част от историята на България – той е приютявал видни революционери и борци за освобождението на страната ни от турско робство. Намира се в центъра на село Къкрин, на територията на община Ловеч. На това място през 1872г е заловен Васил Левски - Апостолът на свободата. Днес в двора на ханчето може да се види надигнат плет по подобие на този, който Дякона се е опитвал да прескочи, за да се спаси от турските заптиета. На това място се извисява и паметникът на героя. В музея е направена пълна реставрация, която позволява на туристите да се разхождат по стъпките на Левски.

Природонаучен музей – Котел

Природонаучният музей в Котел е един от най-богатите в България. В него се разкрива биоразнообразието на Източна Стара планина, чрез близо 30 000 експоната от живата и неживата природа, разположени на площ от 1000 кв. м. Експонатите са разпределени тематично в музея – безгръбначни фосили, висши растения, насекоми, риби, земноводни, влечуги, птици и бозайници. В зала „Палеонтология“ са представени повече от 100 безгръбначни фосили – корали, миди, охлюви, амонити от мезозойската ера. Около 200 вида растения се изложени в зала „Ботаника“. Чрез снимки са показани дървесните видове и храстите, виреещи в Котленска планина. Изложени са 218 вида насекоми – пеперуди, бръмбари, водни кончета, ципокрили. В две биогрупи – сладководни и морски са представени 58 вида риби. Земноводните и влечугите са 22 вида. От орнитофауната са представени няколко вида птици, като бял и черен щъркел, сив жерав, кърмоглав и розов пеликан, дропла, белоглав и скален орел. В музея са експонирани и представители на бозайниците – кафява мечка, вълк, сърна, дива свиня.

Историческият музей - Котел

Историческият музей в община Котел представлява комплекс от къщи и експозиции в Котел, Жеравна, Медвен – емблематични знаци за българската история. Към музея съществуват и работят ефективно следните музейни обекти към музея:

- Пантеон на Георги Раковски с музейна експозиция „Котленски възрожденци“;



- „Котленски възрожденски бит“;
- „Старокотленски килими и тъкани“;
- „История на Жеравна“;
- „Бит на Жеравна през Възраждането“;
- „Йордан Йовков“ (къща-музей на Йордан Йовков);
- „Приложно и изобразително изкуство“ - Художествена галерия Жеравна;
- „Захари Стоянов“ (къща-музей на Захари Стоянов).

Музей на котленските възрожденци

Една от забележителностите на гр. Котел е експозицията "Котленски възрожденци", която се помещава в сградата на Пантеона на Георги Стойков Раковски. Експозицията на Музея на котленските възрожденци е разположена в четири зали – Будители, Просветители, Бунтовници и Революционери. Представени са уникални експонати, които разкриват книжовната и просветителската дейност на котленските възрожденци. Експозицията „Будители“, която проследява живота и книжовната и просветителска дейност на Софроний Врачански, като включва уникални ръкописи и вещи на именития котленец. Експозицията "Просветители" проследява развитието на българската възрожденска книжнина. Представен е и първият български буквар на д-р Петър Берон. Експозицията "Бунтовници" включва богата колекция от хайдушко оръжие и вещи на капитан Георги Мамарчев, капитан Вълков, Гаджал войвода. Зала "Революционери" проследява жизнения път на Георги Раковски, неговата публицистична и революционна дейност.

Архитектурно-исторически резерват "Жеравна"

Жеравна е архитектурен и музеен резерват с добре запазени и възстановени възрожденски къщи, изографисани и с изящна дърворезба, тесни калдъръмени улици и многобройни чешми. В околността бликат множество извори, повечето от които са отведени в чучурите на чешмите. 172 от къщите в селото са обявени за паметници на културата. В селото са реставрирани и възродени 150 обекта, сред които е и църквата "Св. Николай". В нея е подредена богата експозиция от икони, каменна пластика и църковна утвар. Интерес за туристите представляват също къща музей "Йордан Йовков", къща музей "Сава Филаретов" - Експозиция "История на Жеравна", къща музей "Руси чорбаджи" - Експозиция "Бит и култура на Жеравна през Възраждането (XVIII–XIXв)". В селския парк Добромирица, близо до селото, всяка година през втората половина на август се провежда Национален фестивал на фолклорната носия. На табела на входа пише, че лошото настроение и влизането без носия са категорично забранени. Във фестивала са включени песни и танци от различни краища на страната: 100 каба гайди, зурни от Петричко, нестинарски и кукерски игри от цялата страна, самобитни занаяти и гозби.

Етнографски музей - Берковица

Етнографският музей в град Берковица представя материалната и духовна култура на града и региона. . Помещава се в Сърбинската къща - сграда, типичен представител на старата градска къща в Берковица. В различните колекции на музея посетителите могат да видят експонати от берковска керамика, чипровски килими, каракачански костюми,



градски рокли от 20-те години на XIXв. Представени са и характерните за региона занаяти - грънчарство, медникарство, свиларство (производство на коприна) и др. Към Етнографския музей на Берковица се включва къщата музей "Иван Вазов", в която е живял и писал в периода 1879-1880г. Къщата е обявена за архитектурно-строителен паметника на културата с национално значение. Друг обект, който е към Етнографския музей на Берковица, е Градската художествена галерия, която се намира в двора на църквата "Свети Николай Чудотворец". Галерията съхранява над 1400 художествени творби - графики, карикатури, скулптури и др.

Градска художествена галерия

Сградата на старото двукратно класно училище „Отец Паисий“, градено през 1872 год., днес е градска художествена галерия за възрожденска живопис и дърворезба. Намира се в двора на църквата „Св. Николай Чудотворец“. Фондът е започнал да се събира още от 1969 година, днес наброява 1 440 художествени произведения, обособени в раздели: живопис, графика, рисунка, карикатури, скулптури, приложно изкуство, иконите са възрожденска живопис, работени IX – XX в.

Църквата “Св. Николай Чудотворец“

Храмът е изграден през 1871 г. от майстора Георги Джонгар. Строен е с ломен камък, на места е вложен и обработен камък. По-късно сградата е преживяла още два строителни периода, които са обогатили архитектурните й форми. През 1898 г. е построена камбанарията. Иконостасът е раздвижен, огънат в централната част към абсидата, а мотивите са решени плоско и схематично.

Исторически музей – Тетевен

Експонатите в Историческия музей в град Тетевен са групирани в три експозиции - археологическа, етнографска и възрожденска. В отдел "Археология" са изложени находки като оръдия на труда от късния палеолит и неолит. Различни съдове и оброчни плочки дават информация за културата на траките, живели по тези земи. Изложени са и средновековни оръжия, съдове и монети. В етнографската експозиция са изложени автентични женски и мъжки народни носии от Тетевен, селата Бабинци, Малка Желязна, Рибарица, както и колекции от бродерии и пафти. Участието на местните хора в борбите за национално освобождение срещу османското владичество са представени с вещи, документи и множество фотографии от XIXв.

Историческата местност „Костина“ – с. Рибарица, общ. Тетевен – историческа забележителност с национално значение. Всяка година на 25 май в м. Костина, традиционно се провежда възпоменателен митинг, посветен на епилога на Априлското въстание. Местни самодейци разиграват историческа възстановка, пресъздаваща последните минути от живота на водача на Априлското въстание – Георги Бенковски.

Къща-музей „Васил Левски“ – с. Голям извор, община Тетевен – паметник на културата от национално значение. През 1870 г. Васил Левски основава тук революционен комитет и заради голямата му активност през есента на 1872 г. Апостола го определя като Първи окръжен революционен комитет в Българско. Къщата е обявена за музей през 1972 г. От



същата година функционира като музей и възстановеното килийно училище „Школото“ в центъра на с. Голям извор.

Манастир „Св. Илия“ – гр. Тетевен е паметник на културата от национално значение. Строен е преди падането на България под турско робство – XII-XIII в. До днес са съхранени магерницата с монашеското крило и манастирската църква, която е петабсидна с два купола. Предание разказва, че цар Иван Шишман е дарил на манастира дървен кръст, обкован със сребро и с изобразени на него 12 евангелски сцени. Днес кръстът се съхранява в криптата на храм-паметник „Св. Ал. Невски“ – гр. София. През 1801 година, когато кърджалиите изпепеляват град Тетевен, манастирът „Св. Илия“ оцелява като по чудо. На Балканския полуостров единствено в манастир „Св. Илия“ - Тетевен са съхранени две степени на стенопис – от 17-ти и 19-ти век.

От 2018 г. манастирският комплекс е изцяло обновен и е достъпен и за хора с увреждания.

Хаджиивановата къща – гр. Тетевен – построена е през 1842 г. от Хаджи Иван Станев, убит от турците през 1860 г. Синовете му Станьо и Станчо Хаджи Иванови са дейни членове на МРК, заточени в Диарбекир, където Станчо намира смъртта си. В нея често е отсядал В. Левски; провеждани са заседания и на МРК. Днес приема туристи като частна експозиция, представяща живота и делото на фамилията Хаджииванови.

Параклис „Покров Богородичен“ – с. Бабинци, общ. Тетевен – Параклисът се намира на връх Острич – на 1069 м.н.в. Осветен е през 2007 г. До върха и параклиса има изградена екопътека, която тръгва от с. Бабинци – на 9 км. от центъра на гр. Тетевен. Началото на екопътеката преминава покрай училището в началото на селото, след което следва изкачване до върха – около 30 минути. В подножието на вр. Острич има изградена дървена беседка, а по-нагоре, по трасето, още две дървени пейки. Пътеката се вие през обширни поляни с уханни цветя и билки, след което следва по-стръмно изкачване през прохладна широколистна гора. От площадката край параклиса се разкрива прекрасна панорамна гледка към град Тетевен и околностите му.

Водопад Скока – гр. Тетевен - Тетевенският балкан предлага богато разнообразие от природни забележителности и кътчета с невероятни гледки. Сред най-популярните е и 30-метровият водопад "Скока", който освен с красотата си е известен и с това, че е местообиталище на един много интересен вид гущер на жълти петна - дъждовника. Природната забележителност има два ръкава - левият е водопад Скока - висок около 30 метра и от него постоянно тече вода, докато десният е два пъти по-висок и понякога пресъхва. През студените зимни месеци целият скален масив се покрива с лед, което е прекрасна възможност за практикуване на ледено катерене.

Етнографска музейна сбирка – с. Черни Вит, общ. Тетевен – открита е през 1985 г. в сградата на читалище „Христо Смирненски“ – с. Черни Вит. Представя местни занаяти, предмети и инструменти, използвани в бита на местното население през XIX век. Тук може да приседнете на трикрако столче край паралията и да се насладите на старинни храни и напитки, чиито рецепти се пазят и до днес. До 2016 г. тук се пази оригиналното знаме №



9 на Хвърковатата чета на Бенковски, което днес е дарено за съхранение във Военно-историческия музей в гр. София, а в музейната сбирка в с. Черни Вит може да се види копие на това знаме.

Град-крепост Хоталич

Хоталич е средновековен град-крепост, намираща се на територията на община Севлиево. Разположен е над пролома на река Росица върху естествено укрепена хълмиста местност наречена Крушевски баир. Възникнал е през V-VI век като военно укрепление, а през X век е възстановен от българската държава, която започнала да изгражда укрепително съоръжение. Градът е бил разположен между средновековните градове Търново и Ловеч и е определян като средновековен град с местно значение, свързан с второстепенен античен път по долината на река Росица. Просъществувал е до края на XVII век. Открити и разкопани са 86 каменни постройки разположени в и извън очертанията на крепостните стени. И двете части на града били защитени от каменни стени изградени от дялани камъни споени с хоросан. Открити са и 61 гроба, разпределени в няколко некропола. Крепостната площ била над 15 дка, а тази на долния град около 43 дка. Хоталич е една от най-добре поддържаните и консервирани крепости в България. Днес до средновековния град се достига по 4 км черен път, като за целия маршрут при желание може да се използва и квалифициран екскурзовод.

„Видимско пръскало“

Видимското пръскало е водопад, намиращ се в Средна Стара планина, в резервата „Северен Джендем“, част от Национален парк „Централен Балкан“. Той е един от най-високите водопади в България – 80 метра. Намира се в източната част на Северния Джендем. Водата му се събира от три поточета, извиращи малко под главното старопланинско било в района между седловината Пилешки полог и връх Юрушка грамада, течащи на северозапад. В началото те се спускат по тревистия склон, съединяват се и достигайки до отвесен скален венец, скачат от височина 80 метра. До водопада може да се стигне по екопътека, която започва от гр. Априлци.

На територията на **община Априлци** се намират:

- Националният паметник – гробищна църква „Света Параскева“.
- Новоселският девически манастир „Св. Троица“
- Църковния храм „Св. Георги“.
- Многобройни паметници, построени в памет на загиналите в най-голямото в Северна България Новоселско Априлско въстание през 1876 г.
- Множество паметници посветени на исторически събития, в т. ч. на загиналите във войните (вече построени и новоизграждащи се).
- Музейна сбирка посветена на Новоселското въстание, етнографска сбирка и много други.
- Еко - пътеки „Водните дупки“, „Свети Илия“, „Мануилите“, „По пътя на балканджиите“

Районът на „Здравченица“ е на 9 км. от Берковица с голямата открита поляна в подножието на връх „Здравченица“ (1176 м), предоставя възможност за развитие на



конен спорт и велотуризм. Преходът до района е за около 4 часа с маршрут по долината на „Женска река“. Другият маршрут е от с. Черешовица за около 3 часа.

Местността „Синия вир“ е на 3 км. югозападно от града в долината на река Шабовица. Вирът е дълбок повече от 1 м., водата е кристално чиста и ледено студена. Тук запалените рибари могат да се отдадат на своята страст – да ловят планинска пъстърва в бистрите води. Подходяща за едnodневни излети.

Природна забележителност „Хайдушки водопади“ е 9 км. от град Берковица. Разположена е в красивата долина на „Голяма река“. По този маршрут е изградена екопътека – маршрутът тръгва от местността „Бачилището“, при водослива на „Голяма река“ и „Къса река“, пресича две реки – „Сливашка бара“ и „Средна бара“, по които има няколко водни каскади. По пътеката се откриват великолепни гледки към местностите „Къси дел“ и „Тузлата“. Преходът е средно тежък с времетраене 4 часа и максимална денивелация 340 м.

Местността „Ашиklar“ е разположена на 3.5 км. от града, в полите на Стара планина. Предпочитано място за излети и разходки.

Лесопарк „Калето“ се издига се на север от града. На хълма Калето (515 м. н. в.) има разкопки от римско време. От него се открива панорамна гледка към Старопланинското било, гр. Берковица и околностите. Лесопаркът предлага възможности за краткотрайни излети за различни категории туристи.

Антична и средновековна крепост „Калето“

Паметник на културата с историческо значение. Архитектурните разкопки започват през 1961 г. Разкрити са външна и вътрешна крепостна стена от късната античност с отделни помещения между тях. Във външната крепостна стена са включени и две базилики. В югоизточния склон са разкрити археологически материали от тракийско селище. След него през римската епоха тук има живот, свързан с рударството и с плаването на злато, но укрепването на Калето и възстановяването му от селище във фортификационно съоръжение става през IV-V в. Открити са архитектурни детайли – колони, капители. Събрани са различни материали – керамика, тухли, оръдия на труда, оръжия, монети.

Часовниковата кула

Часовниковата кула е най-отличителният архитектурен паметник в центъра на Берковица - негов символ и емблема.

Къща музей „Иван Вазов“

Къщата-музей „Иван Вазов“ е архитектурно-строителен паметник на културата с национално значение. Строена е в началото на XIX в. През 1940 г. е обявена за народна старина, представяща българската възрожденска архитектурно-строителна традиция.

Чешма „Малинарка“

Построена е през 1967 год. от розов берковски мрамор в чест на девойките малинарки, които Иван Вазов е възпял в стихотворението „Малини“.



Градска художествена галерия

Сградата на старото двукратно класно училище „Отец Паисий“, градено през 1872 год., днес е градска художествена галерия за възрожденска живопис и дърворезба. Намира се в двора на църквата „Св. Николай Чудотворец“. Фондът е започнал да се събира още от 1969 година, днес наброява 1 440 художествени произведения, обособени в раздели: живопис, графика, рисунка, карикатури, скулптури, приложно изкуство, иконите са възрожденска живопис, работени IX – XX в.

Църквата „Рождество на Пресвета Богородица“

Църквата е съвременник на българското Възраждане, средище на мъжко и девическо училище, духовен извор на берковчани. Тя е преизградена през 1843 год. Иконостасът е изработен от самоковски дърворезбар. Иконите изписва Димитър Зограф. Те могат да се причислят към най-доброто създадено у нас през Възраждането. Камбанарията е изградена през 1897 г. Камбаните в нея са две, изработени през 1845 год. в град Будапеща и по-късно са подарени на църквата от дългерския еснаф.

Римска баня

Архитектурно-строителен паметник на културата. Изградена е през 1665 г. върху част от основите на стените на римска къпалня. Строена е след завладяване на Берковския край от римляните.

Клисурски манастир „Св. св. Кирил и Методий“

Клисурският манастир е четвъртият по големина и посещение в България. Намира се на 85 км от София и на 9 км от Берковица, в подножието на северните склонове на Гордия Балкан, под „Тодорини кукли“, заслужено наречен „Духовната перла на Северозападна България“. На входа на храма на Клисурския манастир е поставен надпис, според който манастирът датира от 1240 г. Многократно е опожаряван, разрушаван и отново възстановяван от християнското население. През 1874 г. турски ферман признава официално манастира за българска светиня. В сегашния си вид църквата на манастира е реставрирана след Освобождението, когато самоковски майстор изработва забележителен иконостас.

Недвижими културни ценности на територията на **община Враца**:

- **Средновековна крепост**, в местност Вратцата, архитектурно-строителен от Античността и Средновековието;
- **Къща на Велислав Драмов** – исторически;
- **Родната къща на Никола Войводов** – исторически;
- **Родната къща на Димитраки Хаджитошев** – исторически;
- **Лобно място на Христо Ботев**, югоизточен склон на Камарата над падината Йолковица – исторически;
- **Кулата на Мешчиите**, т. нар. Часовникова кула, 17-18в., центъра на града - архитектурно-строителен;



- Матеев геран, Попово ханче, Милин камък, лобно място на Давид Тодоров, Ботева поляна „Веслец“, връх „Околчица“, падината „Йолковица“ лобно място на Христо Ботев - групов исторически.
- Стенописите в пещерата в близост до кв. Бистрец /с. Бистрец/.
- Кула крепост Куртпашовци /XVIIIв./
- Архитектурно-скулптурен пантеон „Алея на славата и признателност“
- Къща на Димитраки Хаджитошев
- Комплекс „Софроний Врачански“
- Църква „Св. Възнесение“
- Бистрецки манастир
- Място на сражение, м. Милин камък, 5 км, западно – исторически, с. Баница
- Праисторическа крепост, вр. Милин камък, 4км, югозападно - архитектурно-строителен от Античността и Средновековието, с. Баница
- Праисторическа крепост Градището, Однянско кале, архитектурно-строителен от Античността и Средновековието, с. Баница
- Място на сражение и паметник на Христо Ботев и четата му - Врачански балкан, в. Околчица, исторически , с. Баница

Природните туристически ресурси на територията на **община Враца**:

- Природен парк “Врачански Балкан”
- резерват „Врачански карст“
- „Понора“
- „Божите мостове“
- Защитена местност „Веждата“

Драматично-куклен театър - Враца

Драматично-кукленият театър е домакин на ежегоден Международен и национален фестивал на малките театрални форми, който се провежда в периода 16-21 май. Фестивалът на малките театрални форми във Враца е най-старият театрален фестивал в България. От 2011 година се ежегодно в рамките на фестивала се провежда и фестивал на НЕТА /New European Theatre Action /.

Държавна филхармония – „Симфониета Враца“ води началото си от времето на 1909 година, когато е основано Музикалното общество “Орфей”, което изнася множество концерти и спектакли със симфонична, оперна и оперетна музика.

Регионалният исторически музей с художествена галерия, Враца

Тук могат да се видят експозициите на едни от най- красивите и най-древните тракийски съкровища – от Могиланската могила и Рогозенското съкровище, състоящо се от 165 сребърни позлатени съда - вази, фиали и чаши. В РИМХГ е изложен и последният намерен от врачанските археолози експонат – скелет на жена на 9 хиляди години. В централната сграда са разположени следните експозиции: Зала "Археология", Зала "Тракийски съкровища", Зала "Рогозенско съкровище", Зала "История на България XV-XIX в.", "Ботева



зала", Зала "Нова история", Зала "Носители на Международна Ботевска награда", Зала "Каменна дъга", ХГ "Иван Фунев", Лapidариум. Музеят има Етнографско-възрожденски комплекс, разполагащ със самостоятелни сгради (Възнесенското училище, Хаджийската къща, къщата Иван Замбин, шапрона с транспортни средства, занаятчийски работилници и църквата „Свето Възнесение“).

Културно-исторически забележителности на територията на **Община Върбица**:

1. Късноантична крепост до Горското стопанство, 3км югоизточно - с. Бяла река
2. Късноантична крепост "Орлицата", м "Бял град", 2.5 км. южно - гр. Върбица
3. Крепостни съоръжения "Демир капия", 11 км. южно - гр. Върбица
4. Късноантична и средновековна крепост в Стара планина, 15 км. южно - гр. Върбица
5. Крепост - "Завойското поле" в Стара планина, 15 км югозападно - гр. Върбица
6. Римски път, м. "Ненкова чешма", 11 км южно - гр. Върбица
7. Антично градище „Герила град“ – 3 км североизточно - гр. Върбица
8. Къща на Васил Тодоров – гр. Върбица
9. Тракийско селище - м. "Унджи", 1 км северозападно - с. Кьолмен
10. Праисторическо и тракийско селище -м."Мал юг", 2км източно - с. Кьолмен
11. Средновековно селище -м."Деленджи орман". 200м северно - с. Кьолмен
12. Некропол от една могила - м."Алънджик", в блока на ТКЗС – с. Ловец
13. Некропол от една могила - м "Мезарлък" – с. Ловец
14. Юртлук чешма - с. Методиево
15. Селищна могила над селото – с. Иваново
16. Късноантична крепост, 4 км южно - с. Тушовица
17. Късноантична крепост Калето/Асарлък тешлъръ - в пр. Каменна крепост/ - 4 км южно-югоизточно от селото, върху гористо стъпало при източния склон на хребета Сакара - североизточен дял на Котленската планина - с. Чернооково
18. Пам.плоча „Върбичани в Опълчението“ - гр.Върбица (пл. " Веригава ")
19. Пам.плоча „Участник в Опълчението“ – гр. Върбица (ул."Опълченска")
20. Пам.плоча „Участник в Опълчението“ – гр. Върбица (ул. "Сеп.въстание")
21. Пам.плоча „Участник в Опълчението“ – гр. Върбица (ул. "Баба Тонка")
22. Паметник „Участници в Отечествената война“ - с.Конево (В двора на училище)
23. Паметник „Участници в Отечествената война“ - с.Бяла река (В центъра на селото)
24. Паметник „Участници в Отечествената война“ - с.Тушовица (В двора на училище)



25. Паметник „Участници в Отечествена война“ – с. Ловец (В двора на училище)

Храм-паметника „Св. Димитър“ в гр. Върбица.

Църквата е строена с дарения от християни и мюсюлмани и с пари, изпратени от султана. Преданията говорят, че през 1854 година турският султан издава ферман за строителството на църква в малкото българско село, но изграждането започва след 1860 година. Век и половина оттогава единствената камбана на храма във Върбица продължава да оглася целия Герловски район.

Природни забележителности на територията на **община Вършец**:

Градски лесопарк е едно от най-големите богатства на Вършец, съхранени през годините. Създаден е в началото на миналия век (1911-1912г.) с доброволния труд на местните хора под ръководството на първия бански лекар д-р Дамян Иванов. Залесен е предимно с иглолистни дървета, а най-ценните растителни видове са секвоя, лирово дърво, кедър, дуглазка ела, ела конколорка, сребрист смърч, лиственица, гинко билоба, офика, магнолия, райска ябълка и други. Паркът заема площ от 800 дка и е втори по големина у нас, изкуствено създаден парк след Борисовата градина в София.

Булевардът на чинарите е част от пешеходната зона на град Вършец, дълга около 2 км. Дърветата са на възраст почти 100 години и големите им корони оформят зелен тунел.

Слънчева градина в центъра на гр.Вършец, изградена през 1934 г. Името на градината идва от нейните алеи, изградени във формата на лъчи от специален камък, който отразява слънчевата светлина.

м. " Иванчова поляна" - намира се на най – високото място на парка и го свързва с вековните гори на Кознишкия дял на Стара планина. В началото на XX в. на това място се организирали танцови забави и младежки веселби. С развитието на курорта като масов балнеоложки център поляната става част от пътеката на здравето и място за гимнастика сред природата. Хората и днес вярват, че измиването със сутрешна роса преди изгрев слънце на Иванчова поляна е целебно.

м. " Водопада" над кв. Заножене на 3 км. от Баните. Пътят минава през букови и иглолистни горички, обширни поляни и бистри поточета, гледката е невероятна; М. "Водопада" се намира на 500 м.н.в., над кв. Заножене.

м ." Бялата вода" с едноименната хижа; М. "Бялата вода" се намира на 774 м.н.в. в подножието на рида Козница. Отдалечена е на 7 км. от Вършец

м." Зелени дел" , местност над кв. Заножене, предпочитано място за излети на палатка;

връх "Тодорини кукли" - 1785 м. е най-високият в рида Козница и е един от символите на Вършец. Става дума за група върхове, които, погледнати заедно, наподобяват легнала женска фигура. Легендата разказва, че по време на робството в подножието на планината турци убили жестоко шестима монаси от близкия Клисурски манастир и избягалата с тях мома Тодора. Върхът, който бил свидетел на това злодеяние днес носи името Тодорини кукли.



Архитектурни паметници на територията на **община Вършец**:

Архитектурен ансамбъл „ Баните” - Комплексът обхваща няколко сгради - архитектурни паметници на културата в стила на късния европейски барок. Тук се намира и паметникът на д-р Дамян Иванов – първият бански лекар.

Старата минерална баня е проектирана от арх. Нешев и е построена през 1910г. Сградата заема площ от 1320 кв.м. Особено впечатление прави цокълът от червен камък и стилистиката на прозорците в късен сецесион. Двете странични колони на фронталната част напомнят псевдокули. Отвън сградата е декорирана от известния проф. Харалампи Генчев, проектирал навремето и двореца „Врана”. Фасадата е украсена с двуредов венец от маслинен клонки.

Новата минерална баня е построена през 1930 г. на площ от 732 кв.м. по проект на арх. Радев. Тя е съобразена със стила на старата баня. Има тераси за хелеолечение и огромен часовник на централната фасада. Покривът е украсен в четирите ъгъла със скулптури на малки къпещи се момченца, възседнали огромни охлюви – символи на бързото оздравяване. Образите на нимфи-полубогини олицетворяват живите сили на природата. Те пазят този „храм на здравето”, в който блика чудотворна минерална вода в басейн с романски мозайки.

Банското казино е първото в България. Построено е през 1924 г, а през 30-те години е електрифицирано. В годините до Втората Световна война казиното привличало богати българи и гости от чужбина, които пристигали по р. Дунав. Посещавал го е и принц Кирил, заради което до днес го наричат “Царското казино”. Тук е кипял изискан светски живот. Особено популярни били танците във Виенския салон на казиното. Още през 1938 г. е бил проведен един от първите конкурси за красота в България.

Стара минерална чешма - изградена през 1934 г, когато градът добива истински курортен облик. Поставени са информационни табла с подробния химичен състав на водата и лечебните ѝ свойства.

Нова минерална чешма - изградена през 2002 г. в централната градска част. Водата е с по-малък дебит, но има същия химичен състав и е подходяща за всекидневна употреба.

Религиозни паметници на територията на **община Вършец**:

Храм „ Св. Георги” – гр. Вършец - Храмът представлява внушителна кръстокуполна базилика с две камбанарии и голям купол в средата. Строителството му започва 1902г., а иконостасът е завършен през 1906 г. През същата година храмът е осветен от Видинския митрополит Кирил и започват редовните канонични служби, които не са прекъсвали до днес. Храмът е обявен за паметник на културата от местно значение. Резбата на иконостаса е дело на местен майстор, а иконите са изографисани от известния акад. Иван Стефанов, родом от с. Долна Бяла Речка. Стилът на изографисване е чисто славянски. От иконите лъха топлина, свежест и човеколюбие. Липсват тъмните сенки и строгия мистицизъм, характерни за Византийската школа.



Храм "Св. Възнесение" – кв. Заножене, гр. Вършец- Храмът е построен през 1872 г. Изографисан е от Петър Самоковец през 1873 г.

Храм „Св. Димитър” – с. Долна Бяла Речка” - Храмът представлява еднокорабна базилика. Изграден е с дарения през 1934г., но преди него на това място е имало параклис, построен през 1880г. Няма стенописи, но иконостасът и иконите на него датират от XVIII век. В близката околност има 4 оброка, където по различно време от годината се правят курбани.

Храм "Успение Богородично" – с. Горно Оризово - Храмът е построен през 1850г. и е осветен на 20.08.1850г. от Видинския митрополит Кирил. Камбанарията е построена по-късно - през 1923г.

Храм "Св. Параскева" - с. Драганица - Малка еднокорабна църква с отворен притвор и централна камбанария. Тя е една от най-старите в района - построена е през 1865г. В близост до църквата, в местността "Витлото" се намира оброк, където в миналото се е правил курбан на Св. Спас.

Храм "Успение Богородично " - с. Черкаски - Храмът представлява еднокорабна базилика. Строителството му започва през 1865г. на мястото на по-стара църква, но неколккратно е спирано, а сградата е събаряна и изграждана наново. Църквата е довършена и осветена след Освобождението. През 1974г. тя е основно ремонтирана. Няма стенописи, но голяма ценност представлява иконата на Св. Богородица с Младенеца, която датира от XVII век. През 2004г. са изографисани иконите на иконостаса.

Храм "Архангел Михаил" - с. Спанчевци - На това място е имало храмове, които многократно са били събаряни или изгаряни. Сегашната църква е издигната през последните години с дарения от местното население. На 1 км от селото в местността Арто има оброк, където се прави курбан за здраве на Св. Илия (02.VIII.).

Къща-музей „Георги Дамянов“

В с. Георги Дамяново се намира и къщата-музей "Георги Дамянов". Експозициите в 3-те стаи и избата разкриват живота на революционера Георги Дамянов от училищната му възраст и по-късно като учител, пощенски служител, офицер през войната, кмет на Лопушанската комуна и секретар на районния партийен комитет.

Лопушанският манастир "Св. Йоан Кръстител"

Интересен и изключително живописен е Лопушанският манастир "Св. Йоан Кръстител", който е обявен за паметник на културата с национално значение. Дионисий и брат му Герасим от Берковица са работили за възстановяване на Чипровския манастир след въстанията от 1836 и 1837г. и оттам идват в Лопушна през 1850г., където Дионисий поема ръководството по възобновяване на Лопушанския манастир, като най-напред построява оградния зид, двукатна сграда край пътя за с.Помеждин, а през 1853г. и двукатна сграда откъм село Меляне. Една от стаите е ползвана за храм, друга за училище, а трета за магерница и др. През 1856г. се игражда четирилицевата чешма, която е изпъстрена с много релефи. От юг е изобразен герб с двуглав орел и инициалите Иг и Дс /игумен



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Дионисий/, от изток в средата има руски герб с четири числа 1856. Дионисий мечтае да изгради храм, подобен на храма в Рилския манастир. През пролетта на 1859г. започват изкопните работи за големия храм, при което се разкриват масови погребения на стотици хора. Те събират всички кости и черепи и през 1860г. изграждат параклиса “Света Богородица” с приземие /гробница/, където съхраняват тленните останки. Изграждането на големия храм е започнало на 21 април 1859г. с голямо тържество. От външната страна на храма, както и на входната порта са изобразени хора, фантастични животни и други фигури. Иконостасът е изработен от Стойчо Фандъков и синът му Димитър. В две от колоните на храма са поставени два резбовани проскинитария, в които са поставени образите на Света Богородица и Исус Христос, рисувани от Станислав Доспевски през 1863г., а останалите икони в иконостаса и храма са рисувани от брат му Николай Доспевски. Има и два параклиса – южен, който носи името на “Св. Йоан Предтеча” и северен на “Св. Йоан Кръстител”, което е привлекателно място за много туристи. Пребиваващите в манастира богомолци и гости могат да посетят и другите храмове и исторически и природни дадености в Лопушанското поречие.

Църква „Св. Георги Победоносец”, с. Гаврил Геново, община Георги Дамяново

Съградена е 1872 г. от майстор Алеко от с. Челюстница и двамата братя Фандъкови от Самоков. През периода 1960 – 70 г. църквата е била разграбена частично, изчезналите икони не са открити. През 1998 г. е направен ремонт и реставрация.

Църква „Св. Апостоли Петър и Павел”, с. Дълги дел, община Георги Дамяново

Построена през 1882 г., уникален каменен градеж. Според изкуствоведката Иванка Гергова, йеромонах Макарий е рисувал иконите от царския ред на иконостаса.

Други разнообразни обекти, представляващи специфичен интерес по отношение на културно-историческото наследство в **община Георги Дамяново** са:

Останки от каменните грамади от плаването на злато през античността и средновековието, намиращи се над с. Дълги Дел има. За добива на златоносна руда говорят откритите рупи /рудници/ в землищата на с. Копиловци, Главановци, Говежда и Дива Слатина. За древните обитатели на Лопушанското поречие на Огоста напомнят останките от осем тракийски и късно антични крепости по височините: Шорданица, Градишки камик, Зидовите, Черното, Каменнорикското, Горноцеровското, Лопушанското и Еловишкото градище.

В село Копиловци са откривани различни **паметници**, сред които и бронзова фигура на Херакъл. Запазен е и един камък /фронтон/ от католическата катедрала, която е разрушена по време на Чипровското въстание от 1688г. Запазена е и се ползва и днес латинската чешма. В село Копиловци се изработват Чипровски и Пиротски килими и гоблени.

Еловишко кале - Край с. Еловица, община Георги Дамяново се намират останките на разположеното на площ от около 16 000 кв.м Еловишко кале. Разположено е върху скалист връх, ограден от три страни от р. Дългоделска Огоста. Запазената височина на отбранителната кула е 3 м, а на крепостните стени - до 2 м. По особеностите на градежа

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

и намерените над повърхността находки, може да се твърди, че крепостта е строена през IV-V век и е действала до падането на България под турско робство. Сред местното население се е запазило предание, че крепостта е обслужвала добива на злато в района. Това твърдение се подкрепя и от някои историци. /Римска крепост „Шип кале“, в землището на с. Еловица – 2 пъти са стартирали археологически разкопки, не са приключени, поради недостиг на финансиране, Римска крепост „Шурданица“, Римски Рупи - предполагаема датировка на обектите – IV в.

Мемориален комплекс „Балова шума“ над село Гаврил Геново, увековечаващ паметта на жертвите за свобода и демокрация в България от Чипровското въстание от 1688 г.

Място за отдих „Младенин вир“, с. Дълги дел – място за пикник, естествен кладенец и изградена чешма. За местността легендата разказва, че водата от чешмата е лековита. Именно там се организира Празника на Балкана, през месец август на всяка година.

Градската художествена галерия „Недялко Каранешев“

Със своите смисъл и значимост в опазването и популяризирането на различните видове изкуства е Градската художествена галерия „Недялко Каранешев“ (гр. Горна Оряховица), разполагаща с богат фонд от над 550 произведения на изкуството: маслена живопис, акварел, графика, смесена техника и скулптури. Тя съхранява живописни картини на именити български и чуждестранни автори.

Исторически музей в Горна Оряховица

Горнооряховският музей съхранява историческото наследство на региона от 1962 г. Той разполага с площ от 712 кв. м. В момента фондовете на музея включват общо 15 134 фондови единици. Филиали на Историческия музей са Етнографски музей – гр. Долна Оряховица, Къща музей на „Асен Разцветников“ – с. Драганово и Туристически информационен център.

Манастир „Св. Пророк Илия“

Намира се на километър югозападно от Горна Оряховица. Съществуването на обителта е датирано към 11-12 век. Още в началото на 20 век, през 1908 година започват първите проучвания на останките: открити са основите на църквата с размери 8 на 4 метра и зидове с дебелина над 1 метър, опасващи двора на манастира. Намерена е средновековна икона на Света Богородица, датирана към 16 век, която и до днес се пази в новопостроената черква. Манастирската обител е отново построена през 1937-38 година - с дарения на местни жители, а храмът е осветен на 22 септември 1940 година. През 1941 година се сдобива с месингова камбана от Чехия, а е реставриран и изографисан през 70-те години. През 1973 г. манастирът е обявен за паметник на културата от национално значение.

Църква „Св. Атанасий Велики“ в Горна Оряховица

Това е най-старият духовен храм в града, построен в края на XV в. от първите заселници на днешна Горна Оряховица;

Църква „Св. Георги Победоносец“ в Горна Оряховица

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Построена през XVI в. В двора на храма са се намирали сградите на първото килийно училище, основано от отец Зотик през 1822 г., на първото взаимно училище, основано от отец Стефан Иванов през 1850 г., както и на читалище "Напредък", открито на 13 юли 1869 г.

Други църкви в **община Горна Оряховица**: „Успение на Пресвета Богородица“, „Св. Никола“; „Св. Троица“ в гр. Горна Оряховица „Свети Димитър“ в с. Правда; „Св. Марина“ в с. Поликраище; „Възнесение Господне“ в с. Първомайци; „Св. Богородица“ в с. Горски долен Тръмбеш; „Св. Иван Рилски“ в с. Горски горен Тръмбеш.

Неолитното селище в областта „Червен бряг“, с. Правда, община Горна Оряховица в което са открити глинени и кремъчни артефакти, свидетелстващи за начина на живот на древните хора.

Крепост „Ряховец“ – отстои на 3 км западно от град Горна Оряховица, датира от III-IV в. сл. Хр. Крепостта не е регистрирана в Министерство на културата като исторически обект. По документи е Държавен горски фонд и за превръщането ѝ в атракция е необходимо да се извърви дълга процедура по придобиване на статут на историческа забележителност. Обектът се нуждае от реставрация и е със затруднена достъпност.;

Лесопарк „Камъка“ – Непосредствено до югозападните покрайнини на града започва лесопарк „Камъка“. В него се срещат някои редки видове птици като скалните орли картали, чиито изображения се откриват още върху средновековен пръстен-печат от крепостта Ряховец. От няколко години през лятото, в рамките на лесопарка, гнездят и няколко двойки черни щъркели.

Исторически музей – Дряново

Открит е през 1970 година. Сградата е реализирана по проект на архитект Димитър Кръстев и се вписва в живописния силует на площада. Сградният фонд на музея се състои от следните обекти: Сграда на експозиция „Колю Фичето“, Сграда на етнографска Експозиция, Сграда на художествена експозиция, Сграда на експозиция археология и възраждане.

Църква „Свети Никола“, община Дряново

Храмът „Свети Никола“ е сред първите самостоятелни строежи на майстор Колю Фичето. Построен е през 1851 г., върху основите на по-стара църква. Това е първият опит на Колю Фичето да въведе свой собствен стил, което е изразено особено ясно при оформянето на фасадите. Стенописите в храма са от 1926 г., а три от иконите в иконостаса са дело на Станислав Доспевски, един от най-изтъкнатите български възрожденски художници. Сградата е трикорабна псевдобазилика с камбанария и купол, които са от дървен материал и не се извяват в плана. Фасадите са с богата пластична украса с характерните фичевски елементи: вълнообразен кобиличен фронтон, сложно профилиран корниз, тристепенна аркада с вградени полуколонки над главния западен вход, малка сляпа аркада по дължината на стените. Монотонността на тежката каменна зидария се нарушава от полетата на правоъгълните, овалните и кръстовидните прозорци и от релефите на южната фасада. Камбанарията е осмостенна, с големи овални и засводени



отвори в стените и шатровиден покрив; форми, които създават впечатление за лекота и извисеност. Във вътрешното пространство се открояват плавната извивка на балконите на емпорията и релефите с растителни орнаменти от капителите на колоните. Църквата "Св. Никола" е действаща, обявена за паметник на културата с национално значение в ДВ, бр.92 от 23.11.1971 г. и реставрирана през 2000 г.

Мостът на Колю Фичето над р. Дряновска

Мостът е построен от Колю Фичето в средата на XIX век. Съоръжението е от ранните хидротехнически постройки на майстора, в което развива своите идеи за традиционния възрожденски тип "гърбат" (римски) мост. Неговата дължина е 38.50 метра, а широчината на платното и тротоарите е 5 метра. Мостът има четири свода с различни по големина отвори, стъпили върху три масивни каменни колони. Най – висок е вторият свод, над който мостовото платно е леко изгърбено. Мостовите колони са с водорези и аркирани отвори за пропускане на високите води. Настилката на моста е едър калдъръм, а на тротоарите – плочи, които излизат пред блоковете на сводовете и парапета, за да образуват корниз и подчертаят извивката на платното. Формата на всички арки на сводове и водоотточни отвори е подчертана с корниз.

Икономова къща, община Дряново

Икономовата къща е една от двете напълно запазени къщи, дело на майстор Колю Фичето (другата е т.нар. "къща с маймунката" във Велико Търново). Икономовата къща е строена през 1859 г. за свещеник Васил Икономов, който бил приятел на майстора. Тази къща съчетава по изумителен начин функционалност и удобство. Семпла фасада откъм улицата, с типичен градски характер. Там са били разположени дюкяни, складове и други стопански помещения. Неусетно тя преминава в елегантна дворна фасада, пластично раздвижена от тройно огънат еркер. Всички фасади на къщата са украсени с високи, увенчани с "вежди" прозорци, групирани по дължина, а покривът е от тежки каменни плочи.

Лафчиева къща, община Дряново

Тази къща е уникален архитектурен комплекс, национален паметник на културата. Тя е единствената в България запазена триетажна жилищна сграда в традиционен архитектурен стил от възрожденския период. Построена е около 1840 г. от дряновския строител майстор Кольо Гайдаржията и е известна като "къщата без пироните". Това е факт, тъй като в цялостния строеж на внушителното триетажно здание не е използван нито един пирон или желязна скоба. В действителност това са две къщи – близнаци, Лафчиевата и Перевата, които са свързани от гледна точка на фасадите в цялостна архитектурна композиция.

Майсторът е обособил едно преходно към двора многофункционално пространство, за да разшири обема на затворения между високи оградни зидове терен и го обедини с жилището. В Лафчиевата къща впечатлява не само перфектната зидария, традиционна за местните майстори и находчивите решения на плана, но и елегантната, изискана работа с дървото и употребата му в интериора. Вратите са засводени, таблени; стенните долапи



са с изчистени линии и класически пропорции. Украсата е оскъдна – малка стилизирана розета на част от вратичките на долапите и т. н. "слънце" на тавана в гостната стая.

Часовниковата кула

Построена е през 1778 г. Представлява висока центрична постройка, съчетана от три степенувани във височина размери и тела. Долната част била изградена от груб, необработен камък споен във варопясъчен разтвор, а по форма бил четиристранна призма с квадратна основа със страни 5 метра. За осветление били оставени 11 отвора – 5 на западната и по 3 на източната и южната страна. На източната фасада имало врата, от която нагоре водела дървена стълба. На южната фасада имало вградена каменна арка. Долната част завършвала с каменен корниз, покрит с плочи. Над него четиристранната призма преминавала в осмоъгълна, като също завършвала с корниз, покрит с турски керемиди. В тази част се намирал часовниковият механизъм.

Храм „Света Троица“, община Дряново

Построен през 1847 г., известен с изключително красиво резбования си таван. Разположен е непосредствено до музей "Колю Фичето" в гр. Дряново.

Други храмове, разположени на територията на **община Дряново**, са следните:

- Църква "Св. Троица" 1846г. Дряново
- Църква "Въведение Богородично" Дряново
- Църква "Св. Богородица" 1853г. с. Гостилица
- Църква "Св. Никола" началото на XX-ти век с. Янтра
- Църква "Въведение Богородично" 1871г. с. Ганчовец
- Църква с. Славейково
- Църква "Св. Димитър" с. Караиванца

На-важните забележителности на територията на **община Златарица** са:

Църквата – храм "Св. Николай" в гр. Златарица, който е обявена за архитектурен паметник на културата. Тя е уникална е със своите стенописи, икони и архитектурен стил.

Освен църквата в град Златарица, храмове има и в селата Родина (църква „Въведение Богородично“), Горско Ново село (църква „Архангел Михаил“) и Сливовица (църква „Въведение Богородично“).

Туристите могат да посетят и видят историческите паметници - **Паметника на загиналите руски войници** -1878 г. в м. „Попово бърдо“, гр. Златарица, **Паметника „Майка България“** – паметник на загиналите във войните в гр. Златарица, **Паметника на загиналите във войните** – с. Горско Ново село и др.

В **община Котел** са открити археологически находки от халколита – каменни тесли и брадви, керамични ножове от V – IV хилядолетие преди новата ера. **Тракийските култови комплекси и скални гробници** в местностите „Чобрата“ и „Талим Таш“ се отнасят към първото хилядолетие преди новата ера. **Крепостта „Вида“** е антична преградна стена в



Котленския проход. Запазени са и средновековните крепости „Козяк“, „Хайдут Върбан“, „Тича“, „Ачерас“, „Калето“ и др.

Скални арки - Луковит

Карстовите образувания и особено скалните арки (мостове) на територията на община Луковит са изключително многобройни и атрактивни. Характерни за карстовия релеф са стръмните склонове, големите стойности на вертикално и средни стойности на хоризонтално разчленение. По тези места релефът дава най-големи предпоставки за протичане на интензивни срутищни и ерозионни процеси. Освен „Проходна“, която представлява комбинация от скален мост, пещера и скални прозорци („окна“), по-известни скални арки са тези по р. Вит („Дупката“ при с. Ъглен), Провъртеника – западно от р. Искър, няколко при Парниците и др. Наред с арките могат да се отбележат и няколко причудливи скални образувания - „Очите“ по р. Вит, Луковитските скални кукли по р. Панега и др.

Скални образувания „Куклите“

Скалните образувания се намират в Карлуковското карстово плато, разположени до с. Реселец на брега на река Искър. Те представляват група от скални кукли, образували се преди около 70 млн. Години. през 1972 година са обявени за природна забележителност със национално значение. Варовиците, от които са изградени са здрави и плътни, с дебелина им до 100 м, оцветени в кремаво-бяло. Реселешките кукли оформят впечатляващи скални венци на Предбалкана, силно наподобяващи по форма на Чудните скали. Образоването на скалните пирамиди е резултат от ерозионната дейност. Липсата на растителност благоприятства развитието на скалния венец, като превръща Реселешките кукли в едни от най-красивите варовикови образувания, макар относително слабата си туристическа популярност.

Пещера "Проходна"

Природната забележителност пещера „Проходна“ е една от най-известните и леснодостъпни пещери в България. Намира се на 2км от село Карлуково, на територията на община Луковит. Пещерата представлява естествен скален мост с дължина 262м. Има 2 входа – голям и малък. От малкия вход с височина около 35м тръгва пътека, която преминава през цялата пещера и излиза през големия вход, който е най-големият пещерен свод в България – 45м. Проходна е естествено осветена от огромните входове и от естествените отвори в тавана - "окна". Именно "окната" правят пещерата уникална. Разположени едно до друго, с еднаква бадемовидна форма, окната удивително приличат на огромни очи, които сякаш се взират в посетителите. Неслучайно местното население ги нарича "Очите на Господ", а понякога и "Очите на Дявола". Гледани под определен ъгъл, дори наподобяват лице, свело поглед надолу, а при влажно време от тях сякаш се стичат "сълзи".

Исторически забележителности са и намиращите се на територията на **община Лясковец** дванадесет църковни храма, като само в гр. Лясковец са пет от тях - **“Св. Никола”, “Св. Атанасий”, “Св. Василий”, “Св. Георги” и “Св. Димитър”**. Последната църква е построена по



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

план и под надзора на големия български строител Уста Кольо Фичето и е реставрирана през 1913 г.

Манастир “Св.св. Петър и Павел”

Манастирът “Св.св. Петър и Павел” е исторически и архитектурни паметници на културата, намиращ се на територията на община Лясковец. Въздигнат от развалините на стар римски кастел върху непристъпните скали на Арбанашкото плато, той представлява естествен кулминационен завършек на Лясковската долина. Построен е още по времето на Асеновци, а в периода на турското робство неколкратно е разрушаван и възстановяван. В манастира са организирани няколко революционни буни, тук намира убежище и Васил Левски. През 1874 г. митрополит Иларион Макариополски организира тук първото духовно училище в България, чийто възпитаници са били известни държавни, културни и обществени дейци в следосвобожденска България. С духовното училище са свързани имената на митрополит Климент Браницки / В.Друмев / , Софроний Врачански, Георги С.Раковски, Матей Преображенски, Бачо Киро, Д. Войников. Манастирът притежава богата експозиция, свързана с всички значими събития от историята на града и общината.

Музей на градинарството и лозарството

В гр. Лясковец се намира и единствения по рода си Музей на градинарството и лозарството, разположен в най-атрактивната част на града - “Ланджов двор”. Той представлява паметник на културата от Възрожденската епоха, с аранжиран вътрешен двор, в който са пресъздадени с подходящи експонати традиционни дейности за района. Музеят разполага с музейна сбирка, атракционен-дегустационен център и оборудвана семинарна зала.

Крепостта "Калето"

Археологически комплекс „Калето“, съхраняващ 70-вековна история, се намира в югозападния край на Мездра, върху висок скалист рид, надвесен над левия бряг на река Искър. Хълмът е естествено защитен и разположен на стратегическо място, където са се пресичали важни пътища свързващи Дунавската равнина със Софийското поле, Източна със Западна България. Запазени са следите на две укрепени селища от края на каменно-медната епоха и енеолита, които са унищожени при стихийни пожари. Този времеви отрязък обхваща края на V и първата половина на IV хил. пр. Хр. Многобройните находки от разкопките на „Калето“ показват, че в края на каменно-медната епоха селището край Мездра процъфтява като занаятчийски център. Една от тези находки – „Светилището на тура“, няма аналог в България. Историята на „Калето“ продължава през вековете, когато на това място са съществували римско укрепление от средата на II в., езически култов център от III в. и укрепено селище от IV – VI в., което продължило да се развива през късноримския и византийския период. Археологически комплекс „Калето“- Мездра обхваща едноименната антична и средновековна крепост. Комплексът е реставриран и превърнат в туристическа атракция. Част от находките, открити при разкопките, са подредени в постоянна експозиционна зала. Централно място в нея заема макет на римската и късноантична крепост „Калето“ (II – V век). Тук са изложени археологически

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



находки и останки от 5-те различни исторически периода, през които е преминала крепостта.

Средновековната крепост "Ритлите"

Ритлите е природна забележителност, разположена на площ от 123 хектара на левия бряг на река Искър над село Лютиброд. Представлява четири почти успоредни отвесни скални стени, дълги 200 м, а под тях преминава жп линия. Включени са в регистъра на защитените територии и защитени зони и попадат в територията на природен парк „Врачански Балкан“. Името на природната забележителност идва от приликата им със страничните прегради на волска кола (ритли). По зъберите личат останки от стари крепостни зидове – източно от скалите се е намирало селището Коринтград, наричано от местните хора Коритенград. В района на Коритенград са намерени останки от повече от девет средновековни български църкви, между които раннохристиянска базилика от V – VI век. Най-запазена е църквата „Св. Георги“, датираща от X – XII век. Коритенград не съществува от XVII век насам, а част от жителите му, които се разселили в различни посоки, са основали днешното село Лютиброд. До Ритлите е и историческата местност Рашов дол. В тази местност се е провело последното организирано сражение на част от Ботевата чета след смъртта на войводата в Априлското въстание (1876 г.). В горната част на поляната е запазена кошарата, край която се е водило сражението. До нея има малък параклис, а малко по-надолу е поставена паметна плоча. Всяка година на 3 юни в Рашов дол се провежда възстановка на последните сражения на четата.

Църква „Свети Никола“ – с. Царевец, община Мездра

На 9 км. от гр. Мездра, в село Царевец, се намира една от най-старите църкви на Балканския полуостров – „Свети Никола“. Легендите разказват, че преди векове, когато турците унищожавали православните храмове, те пощадили тази църква. За да покажат, обаче, пренебрежението си към християнските светци и религия, те изболи с ятагани очите на светците, нарисувани по стените на храма. По-късно боголюбиви селяни ги напълнили с восък, който и до сега стои някъде по иконите. Църквата „Св. Никола“ (XIV-XV век) е обявена за паметник на културата с национално значение. Намира се в центъра на с. Царевец. Там се пазят стари надгробни паметници от Възраждането. Храмът е уникален с това, че в него е запазен единственият на Балканите зидан иконостас. Стенописите са майсторски направени и датират от XVII век. Сред изобразените светци са Богородица, арх. Михаил и др.

Регионален исторически музей, Монтана

Днес музеят притежава над 50 000 музейни предмета. Сред тях са 100 броя каменни надписи на латински език в Лapidариума „Каменната библиотека“, копие на откритото в Якимово съкровище, средновековно съкровище от XIV век, златни накити от римската епоха, колекция от стари икони, колекция от стари чипровски килими, оръжейна колекция и др. Експозициите на музея са следните: Археология, Етнография, История на България XIV-XIX век, Нова история, Най-нова история, Недвижими паметници на културата.

Лападариум, гр. Монтана



В град Монтана е изграден "Лападариум", показващ епиграфски паметници от I и II век. разположен в района на античния град Монтана, на площ от 700 кв. м. в парковата среда на Попската градина. В непосредствена близост са музейният обект Михайлова къща и православният храм "Св. Св. Кирил и Методий".

Михайлова къща

Музейният обект Михайлова къща е част от Исторически музей - Монтана, открит през 1955г като къща- музей "Христо Михайлов", е най-старият запазен паметник в архитектурно-строително отношение на територията на гр. Монтана. Намира се в непосредствена близост до православния храм "Св.св. Кирил и Методий" и археологическата експозиция Лапидариум. В къщата е подредена етнографската експозиция "В света на баба и дядо", която представя градския и селски бит от края на XIXв и началото на XXв. Запазен е и кът на патрона.

Кастра ад Монтанезиум

Крепостта край град Монтана – Кастра ад Монтанезиум, се намира в северозападния край на града, на хълма Калето. Хълмът е обект на множество археологически проучвания, които разкриват ценна информация за историята на град Монтана. Името на града е дадено от древните римляни и вероятно идва от думата Монс – планина, но самото селище води началото си още от праисторически времена. Първите обитатели на хълма са живели през каменно-медната епоха. Местността, която по-късно е наречена Монтана, е избрана като подходящо място за живот от древните хора заради плодородните почви и възможността за защита. Това сочат откритите при разкопки жилища от този период. По-късно мястото обитават древните траки. Тракийското племе трибали населява хълма до около I век пр.н.е. Те построяват крепост за защита от нападатели. От нея са останали каменни зидове, широки повече от метър. Римляните се заселват в района в края на I в. н.е., привлечени от богатите залежи на руда и злато по поречието на река Огоста. По времето на Римската империя градът процъфтява. Изграждат се и се поддържат пътища, свързващи Монтана с останалата част на империята. През III в. н.е. градът е обект на набези на готски племена. Именно срещу тях е построена крепостта Кастра ад Монтанезиум, върху основите на древната тракийска крепост на хълма Калето. Изградени са казармени помещения, базилика, както и дебели крепостни стени, имащи за цел да устояват на атаките на нашествениците. Близко до крепостта, до голям извор в подножието на хълма, се намира древно каменно светилище. То придобива голяма популярност по време на Римската империя. Главни богове на това светилище са Диана и Аполон. Днес крепостта е отчасти реставрирана. Съвременният град Монтана се намира в долината, като по този начин оставя възможност хълм Калето да бъде запазен незастроен като своеобразен паметник на древната история.

Археологически паметници от античността и средновековието от национално значение в **община Омуртаг** са:

- Антично селище - с. Голямо Църковище, м. Пупарлък;
- Тракийски некропол – с.Камбурово;
- Римски кастел – с.Камбурово, м."Табията";



- Римска вила – с.Могилец;
- Късносредновековно селище и некропол – с.Могилец;
- Късноримска крепост – с.Врани кон;
- Ранносредновековна крепост – гр.Омуртаг.

От културните институции с важно значение е и **Историческия музей**, гр. Омуртаг. Музеят разполага с три реставрирани сгради, в които представя своите експонати. Интерес представляват и религиозните храмове: **църквата “Свети Димитър”** и **джамията “Синдирли Джамия”** разположени в град Омуртаг.

Археологически находки и исторически паметници, обявени за паметници на културата, на територията на **община Роман**:

- „**Романова крепост**” – средновековна крепост, обявена за паметник на културата и антично средновековно селище с некропол в местност „Селището”;
- **Антична крепост** в землището на с. Синьо бърдо;
- **Тракийско селище „Викус трулензиум”** - обявено за паметник на културата в землището на с. Кунино;
- **Праисторическо селище в пещерата „Превъртенка”**; обявено за паметник на културата;
- **Етнографска сбирка** - музей показващ нравите, традициите и обичайте в романския край, обявено за паметник на културата в землището на с. Камено поле - праисторическо селище и средновековен некропол в местността;
- „**Селището**”, средновековна крепост в местност „Камарата”, обявена за паметник на културата;
- **Средновековна крепост** в местността „Калето”, обявена за паметник на културата;
- **Средновековна църква „Пустата църква”**, в землището на с. Струпец;
- **Средновековна църква и манастир “Свети пророк Илия”**, обявени за паметници на културата;
- **Антична крепост** в землището на с. Караш;
- **Църква „Свети Николай”**- паметник на културата, в с. Долна бешовица;
- **Манастир „Св. Архангел Михаил”**, обявен за архитектурно-строителен и художествен паметник на културата.

Други забележителности на територията на **община Роман**:

- По десния бряг на р. Искър, югоизточно от гр. Роман, в местността „Китката”, има **лесопарк** в непосредствена близост до „Романова крепост”, откъдето идва и името на града.
- В с. Струпец се намира „**Струпешкия манастир**”, а в с. Долна Бешовица се намира „**Долнобешовишкия манастир**”, разположен в полите на горския връх „Чичера”.

На територията на **община Севлиево** действат следните музеи:

Исторически музей – Севлиево с обекти: - Хаджистояново училище, АВК „Дандолови къщи”, Табахана, Дом-музей „Д-р Атанас Москов” и Средновековен град Хоталич. Експонатите наброяват 46200, а посетителите средногодишно са около 2500.



Музейните сбирки са 6 - ПГ „Марин Попов” гр.Севлиево, Дом-музей „Дан Колов” в с.Сенник, Дом-музей „Пеньо Пенев” в с.Добромирка, в с.Крушево, в с.Батошево, в с.Кръвеник.

Културно – исторически паметници на територията на **община Севлиево**:

Хаджистояновото училище

То е първото светско училище в гр. Севлиево, построено от Хаджи Стоян Николов в 1844 година. Сградата е на два етажа, стопанисва се от Историческия музей и в нея са представени експозициите „Археология”, „Севлиево и Севлиевския край през Възраждането”, експонират се и временни изложби. Намира се в центъра на града.

Архитектурно възрожденски комплекс „Дандолови къщи”

Комплексът представлява четири двуетажни сгради с общ двор, строени през 1870 год. – типична градска архитектура от XIX век. Стопанисват се от Историческия музей Севлиево и в тях е експониран етнографския му отдел. Намират се в близост до центъра на града.

Табахана

Табахана е триетажна работилница за обработка на кожи, построена през 1873 год. Стопанисва се от Историческия музей Севлиево и в нея е представена експозицията „Табашкият занаят в Севлиево”. Намира се в северната част на града, недалеч от центъра.

Дом-музей „Д-р Атанас Москов”

Дом-музей „Д-р Атанас Москов” представлява едноетажна сграда, намираща се в западния край на града, достъпна за посещения. Стопанисва се от Историческия музей Севлиево.

Градска художествена галерия „Асен и Илия Пейкови”

Градска художествена галерия „Асен и Илия Пейкови” /Бивш съд/ представлява четириетажна сграда западно от центъра на Севлиево, строена през 1878 год., достъпна за посещения.

Дом-музей „Дан Колов”, с. Сенник, община Севлиево

Дом-музей „Дан Колов” се помещава в двуетажна сграда, намираща се северно от центъра на селото, където е живял и починал световният шампион по свободна борба Дончо Колев /Дан Колов/. Експонирана е музейна сбирка, посветена на живота и спортната кариера на световноизвестния българин.

Дом-музей „Пеньо Пенев”, с. Добромирка, община Севлиево

Дом-музей „Пеньо Пенев” – двуетажна сграда, намираща се източно от центъра на селото, където е живял поетът. Експонирана е музейна сбирка, посветена на живота и творчеството му.

Късно антична и средновековна крепост „Пречиста”, с. Градница, община Севлиево



Късно антична и средновековна крепост „Пречиста“ – разположена е на хълм в южния край на селото. Разкрита и проучена е част от цитаделата на крепостта: източната крепостна стена с портата и отбранителните кули, болярската църква, жилищни и стопански постройки. Общата датировка е V-XIV век.

Късно антична и средновековна крепост „Градът“, с. Крамолин, община Севлиево

Късно антична и средновековна крепост „Градът“ – разположена е на 4 км южно от селото. Проучени и разкрити са болярският средновековен замък с крепостната порта, жилищно отбранителната кула, болярската църква и късно антична базилика.

Природни забележителности на територията на **община Стражица:**

Ландшафтен парк „Малка България“ – намира се до главния път София – Варна, в близост до с. Железарци, община Стражица.

Изворът „Света Марина“ в местността „Манастирището“ в землището на с. Кесарево, община Стражица. Той блика веднъж годишно и народното предание му приписва лечебна сила.

Пещерата „Котешката дупка“ в землището на с. Балканци, община Стражица, но тя не е достатъчно проучена.

Защитена местност „Махченица–Йововци“, община Трявна

Защитена местност „Махченица–Йововци“ е с богато културно-историческо наследство. По тези места в древността е минавал път, свързващ Северна и Южна България, известен като „Верейският друм“. На места все още личи старият римски калдаръм. В северните склонове на връх Мъхченица е бил лагера на руските войски в Руско-турската освободителна война /1877 – 1878/, охранявал прохода през вр. Бедек. Защитената местност разполага и с богато биологично разнообразие.

„Виканата скала“

„Виканата скала“ е скален феномен с надморска височина 1 000 м., от който се открива омайваща панорамна гледка към Предбалкана и Дунавската равнина. От местността тръгва добре маркирана туристическа пътека (червена маркировка), водеща до вр. Бедек.

Специализиран музей за резбарско и зографско

Специализираният музей за резбарско и зографско изкуство в Трявна съхранява и управлява значими обекти на възрожденската архитектура, дърворезбата, иконопиата и съвременното изкуство. Музеят съчетава традиционни подходи за представяне на културното наследство с нови атракции, чрез които развива предлаганите услуги за посетителите - обучение по дърворезба, обиколки на града, вечерни посещения в някои обекти, снимки в ретро-фото-ателие, сключване на граждански бракове, възстановки на по годишни изпити по литературни произведения и др.

Старинна част на град Трявна



Водеща атракция са обекти, паметници на културата, част от архитектурен и исторически резерват "Старинна част на град Трявна". Най-мощната част от проекта е свързана с изпълнението на консервационно-реставрационни и ремонтни работи на "Райкова къща", "Старото школо", "Часовниковата кула", "Старият мост", "Даскаловата къща" и "Къщата на Петко и Пенчо Славейкови".

Музей на „Азиатското и африканско изкуство“

Музеят на „Азиатското и африканско изкуство“ се намира в град Трявна е един уникален за България обект, в който могат да се видят повече от 200 експоната от Непал, Тибет, Китай, Индия и някои африкански държави, дава възможност на посетителите си да се запознаят с изкуството на едни по-малко познати у нас народи.

Музей „Тревненска иконописна школа“

В музея „Тревненска иконописна школа“ туристите могат да проследят развитието на най-старата възрожденска иконописна школа в България – Тревненската. Направена е възстановка на зографска работилница от XIX век с оригинален зографски инструментариум. Показани са етапите в подготовката и рисуването на иконите.

Исторически музей, Чипровци

Историческият музей, който представлява музеен комплекс от няколко музейни обекта. Музеят е съхранил важна част от историята на местността и на страната. Комплексът на Историческия музей включва две реставрирани стари възрожденски къщи, останките на католическата катедрала Санкта Мария; останките на сградата на старата община. Една от старите възрожденски къщи е Катеринината, влизаща в комплекса на Историческия музей. В нея е устроена етнографска сбирка.

Резерват „Чупрене“

Чупрене е името на един от големите биосферни резервати в Република България. Той е разположен по билото и североизточните склоново на Чипровската планина, Западна Стара планина. Разположен е в землището на село Чупрене, което е край Чупренска река. Обявен е за резерват с обща площ 1451,99 хектара, за да се запазят най-северните иглолистни гори на България. През 1977 година е включен в списъка на биосферните резервати по програма „Човек и биосфера“ на ЮНЕСКО.

На територията на община Чупрене се намират и природните забележителности „**Леви и десни сухи печ**“, местностите „**Бекинска шобърка**“ и „**Мартинов камък**“.

Във всяко населено място от територията на общината има изградени църковни храмове, които са паметници на културата. В три от населените места те са с категория „Национално значение“:

Църквата „Свети Николай“ с. Търговище, община Чупрене – архитектурно-художествен паметник на културата с национално значение

Храмът е изграден в далечните 1870-1872 години в самостоятелен имот, намиращ се в исторически утвърдил се център на селото. Сградата е изградена изцяло от камък, като



трикорабна базилика. Дебелината на стените е 120 – 130 см. Основите на сградата завършват с много добре оформен каменен цокъл. Тя е равнопоставена като градеж и размери с църквата на Лопушанския манастир. И двете са определени като най-големите трикорабни църкви на северозападния район. Особено внимание е обърнато на “външната орнаментална пластика”, която е определена като “рядко явление в нашата архитектура”. В заключение може да се каже, че църквата в с. Търговище е едно изключително достижение на култовото строителство в северозападна България.

Църквата “Св. Параскева” с. Горни Лом, община Чупрене - архитектурно-художествен паметник на културата с национално значение. Храмът е изграден през 14 век.

Църквата “Св. Йоан Кръстител” – с. Върбово, община Чупрене - архитектурно-художествен паметник на културата с национално значение. Храмът е изграден през 16 век.

Други църкви на територията на **община Чупрене**:

Църквата “Света Троица” с. Долни Лом - художествен паметник на културата. Изградена през 1854 година

Църквата “Свето Възнесение” с. Протопопинци - художествен паметник на културата. Изградена през 17 век.

Църквата “Свето Възнесение” с. Средогрив - художествен паметник на културата

Църквата “Свети Николай” – с. Чупрене - художествен паметник на културата. Изградена през 1847 година.

Църквата “Св. вмчк Георги” с. Репляна - художествен паметник на културата. Изградена през 1882 година.

Часовникова кула, Чупрене

Уникална по своя градеж и архитектура е часовниковата кула в с. Чупрене, която също е паметник на културата от 1976 година. Кулата е построена през 1899 година от македонски майстори а през 2011 г. са изрисувани светците по четирите фасади на кулата. Кулата е висока 15 метра и е изградена от дялани варовикови блокове. В средата на тридесетте години /около 1927-28 година/ е монтиран часовников механизъм с четири циферблата работещ и до днес.

Музейната сбирка към община Ябланица се намира в сградата на читалище „Наука” гр. Ябланица разполага с над 1500 експоната, подредени по периодика, характеризираща историческото развитие на местния край – траки, римляни, славяни, османско владичество, войните, бит на местното население и др. Показани са репродукции на занаятите, развивали се на територията на града и общината: ковачество, абаджийство, грънчарство, кожарство, халваджийство и др.

Музеят на Васил Левски в с. Батулци, община Ябланица е свързан с революционно-освободителното движение в региона. През 1871 г. Левски идва в Батулци и полага основите на местния революционен комитет. В къщата на Георги Диков – Кекевето се



събират Велю Нинов, Найден Кръстев и Стоян Панов, след което целуват кръста от кама и пищов, дават обет и клетва за вярна служба на делото.

Къщата на Кекевето, община Ябланица е обявена за паметник на Възраждането, поставена е паметна плоча, а в стаите на къщата е открита музейна сбирка през 1966 г. В няколко раздела на сбирката са подредени уникални експонати, между които са и писма между Левски и комитета в с. Батулци, сабията-реликва на председателя на комитета, старопечатните книги на учителя Найден Кръстев, който е бил секретар на комитета. Тук е и първият печатан текст на Паисиевата история от 1844 г., часослов от 1832 г. и псалтир, служил за учебник в килийните училища на територията на общината.

Къщата-музей „Васил Левски“ – с. Голям Извор, община Тетевен е паметник на културата от национално значение. Подредена е експозиция на Първия окръжен център в Българско. Експозицията е уредена през 1972 година като част от честванията, посветени на 100-годишнината от основания от Васил Левски Първи окръжен център в Българско. В близост до къщата-музей, по повод 170-годишнината от рождението на Апостола, през 2007 година беше открит възпоменателен знак, посветен на паметта на голямоизворските заточеници в Диарбекир след обира на турската хазна при Арабаконак.

Църкви: На територията на община Ябланица има седем църковни храма, които са изградени през различен период от време. Църковни богослужения и ритуали се извършват само в църковния храм „Света Троица“ в гр. Ябланица. Другите храмове в общината са:

- Храм „Света Троица“ - гр. Ябланица;
- Храм „Свети Великомъченик Димитър“ - с. Добревци;
- Храм „Рождество Богородично“ - с. Брестница;
- Храм „Св. св. Козма и Дамян“ - с. Орешене;
- Храм „Възнесение господне“ - с. Златна Панега;
- Храм „Св. Николай Мириклийски“ – с. Батулци;
- Храм „Св. св. Кирил и Методий“ -с. Малък Извор.

Тържишки манастир „Св. Пророк Илия“

Тържишки (Струпецки) манастир „Св. Пророк Илия“ се намира в северната част на рида Гола глава в Западния Предбалкан, на десния бряг на р. Искър. Разположен е в живописна местност край реката, на около 4.5 км от с. Струпец. Според оскъдни сведения Тържишкият (Струпешки) манастир е съществувал още от началото на 16 в. В околностите някога е имало пазар (тържище), откъдето манастирът носи името си – Тържишки. В края на 17 в., откогато датират и други разрушения по тези земи, манастирът е опожарен от турците. Изграждането на сегашната света обител започва през 1851 г. Строител е Майстор Ватьо от с. Брусен. Завършен е през 1857 г.

Пещерна пропаст “Бездънен пчелин”

Бездънният пчелин е толкова дълбок, че с право носи името си. Отворът е елипсовиден, с размери 25x40 м. Колкото повече се слиза надолу, този отвор се стеснява. След спускане



на 105 м се стига до едно дъно, дълго 50 м. По този наклон се стига до същинското хоризонтално дъно, над което се открива една зала, висока до 35 м. Никаква вода не е намерена, но се виждат отвори, от които е текла вода, която е влачила слама и клечки. Ясно е, че произходът на водата е от близката повърхност. Намерени са скелети на животни. Теренът е карстов, а районът около отвора е обрасъл с келяв габър и храсти. "Бездънния пчелин" е творение на природата, което заслужава да бъде видяно.

Пещера „Нановица“

Пещерата се намира в близост до кариера Нановица, но се открива трудно, тъй като всичко е обрасло с дървета и храсти. За да се стигне до наклонената галерия, се налага спускане на около 4 метра. Пещерата не може да бъде посетена без необходимото оборудване и подготовка.

Пещерата "Пещта" се намира на разстояние 3 км на изток от с. Брестница, на същия рид. "Пещта" се намира в местността "Каменна могила", в близко съседство с р. Вит, но много по-високо от нейното ниво. Зад най-високата част на рида, обраснал с гора, има поляна, в единия край на която се намира входа на пещерата. Началото на пещерата започва с височина 10 м и широчина 17 м. Навътре продължава в хоризонтална посока с дължина 160 м. В дъното има отвор, който има изход над земята. В пещерата е светло. Подът е гладък, без разхвърляни камъни. Тя е лишена от сталактити и сталагмити. Лятно време пладнуват в нея овце.

Пещерата "Сврацилица" е другата пещера, която се намира на 3 км на изток с. Брестница. Тя представлява пропаст с отвор към 40 кв. м, заградена с малки дървета. На повърхността се намира издадена скала, подобна на балкон. Като се хвърли камък откъм страната на балкона, след няколко секунди се чува удара. В тази пещера са се спускали спелеолози на дълбочина 86 м.

"Ледниците" са две пропасти, разположени в непосредствена близост една до друга. Намират се в западна посока от пещерата "Съева дупка". По-голямата пропаст се нарича "Голяма Ледница" и има елипсовиден отвор, дължината ѝ от север на юг е 63 метра, а широчината ѝ – 40 м. Източният бряг на ледника е с отвесни скали, високи 66 метра, а западният бряг е малко наклонен. По този склон има удобно място, по което може да се слезе до дъното на пропастта. Там температурите през цялата година са минусови и е ужасно студено. Винаги на дъното на пропастта има лед и от там произлиза и нейното име. Образувана е от тектонична пукнатина с 80 градусов наклон по билото на Леднишкия рид. Причината пък за задържането на леда и през най-горещите летни дни е, че слънчевите лъчи не могат да проникнат в дълбочина и дъното на пропастта винаги е в сянка. Студеният въздух, като по-тежък, не може да се издигне, остава в долната част на пропастта и всяка капка, паднала върху студените камъни, замръзва.

Пещерата „Моровица“ се намира близо до Гложенския манастир. Тя е сред големите български пещери. Общата дължина на пещерата е 3,25 километра, а дълбочината ѝ е 150 м. Пещерата е изключително интересна, тъй като в нея са установени много от видовете прилепи, които се срещат в България. В пещерата са открити предмети, които са останали от първобитните хора. Находките се съхраняват в историческия музей в Тетевен.



Експонати може да бъдат разгледани и в музея на близкия Гложенски манастир. През 1962 г. пещерата е обявена за природна забележителност.

Традиционни ястия

Местната кухня на туристически Старопланински туристически район е богата и разнообразна. Част от традиционните ястия са популярни на територията на цялата страна, а други са характерни за района.

Един от деликатесите на района е **еленският бут**. Еленският бут е деликатес, приготвен от свинско месо, а името му произлиза от град Елена. Специфичното на този деликатес е технологията, по която се приготвя, и климатичните особености на района. Твърди се, че въздушните течения, които преминават през Еленския Балкан, са „тайната съставка“, която помага за консервирането на Еленския бут, и по този начин придобива своя вкус. Този вид деликатес успешно може да се приготви единствено в тази част на България. В града се провежда ежегоден празник на Еленския бут.

„Габровският шоколад“ е карал дори швейцарски сладкари да си облизват пръстите. Международното признание към този продукт идва и от участието му в **Световното изложение на уникалните храни в Торино, Италия**. Вписан е в Световната книга на уникалните храни „**Арка на вкусовете**“. „Габровският шоколад“ има българско наименование, с което да бъде разпознат – **пестил**. Той се нарежда сред символите на Габрово, наред с котката без опашка и прочутата книжка с шеги. Пестилът е напълно чист природен продукт, без грам захар. Ако е приготвен добре, може да трае повече от пет години, без да загуби вкусовите си качества. Габровският шоколад е **екологичен продукт**, не само заради липсата на примеси при приготвянето му, а и защото технологичният процес е безотпаден. Пестилът е много полезен за организма и укрепва имунната система. В РЕМО Етър се провеждат ежегодни Празници на пестила.

Запазена марка на района са и ястията с **охлюви**. Те са специалитет на региона около Габрово и се приготвят единствено на пролет, защото след това охлювите стават много жиливи. В Габровския край охлювите могат да се срещнат в много различни ястия – охлюви с ориз, с коприва, лапад, спанак или зелен лук, панирани, с доматиен сос или като кюфтета.

Много популярна за района на Трявна е **гъбената чорба**. В нея често се слагат няколко вида горски гъби, които правят супата много ароматна.

Сред запазените марки на този край е **лучникът**. Традиционният лучник представлява тесто с жива мая, в което има плънка от лук и подправки. В региона на град Троян в лучника се добавят счукани орехи и пресни зелени подправки – най-често джоджен.

Типичен кулинарен специалитет за Тетевен е Тетевенската саламура – ежегодно в предпоследната събота на м. юни, на централния площад в гр. Тетевен се провежда Празник на Тетевенската саламура. Това е едно от най-атрактивните събития в община Тетевен. Местни майстори-кулинари приготвят на живо традиционната тетевенска саламура – рибена чорба, по автентична рецепта. Празникът е съпътстван от



демонстрация на стари начини за улов на риба, зарибяване с балканска пъстърва в р. Бели Вит и богата фолклорна програма, а местни и гостуващи занаятчи и производители на облекла, сувенири, храни и напитки внасят допълнително колорит.

Ястията, които са традиционни за района, но също така са популярни на територията на цялата страна, са **млечната баница** и **мекиците**. Млечната баница е вид сладка баница. Както млечната баница, така и мекиците се сервират като закуска.

Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО

Обичаят „Мартеница“

Свързаните с 1-ви март културни практики включват традиции, предавани от древни времена, които отбелязват началото на пролетта. Основната практика се състои във връзването на червени и бели конци, тяхното подаряване и носене, както и развързването им, когато се види за първи път цъфнало дърво, лястовица или щъркел. Други локални практики също са част от голямото честване на пролетта като дейности за пречистване в Молдова. Смята се, че мартеницата осигурява символична защита срещу опасности като непостоянно време. Тя гарантира и безопасното преминаване от зима към пролет за хора, групи и общности. Всички членове на общностите, независимо от възрастта, участват в традицията, а тя допринася за социалното сближаване, междупоколенческите отношения и взаимодействието с природата, и насърчава многообразието и творчеството. Неформалното образование е най-използваният начин за предаване: в селските райони младите момичета се учат как да връзват конците от по-възрастни жени, докато в градските райони учениците се научат от учители, занаятчи и чрез неформално образование. Днес се изпълняват множество културни проекти за опазване на практиката. Обичаят е вписан през 2017 г. в представителната листа на ЮНЕСКО на нематериалното културно наследство.

Традицията на производство на Чипровски килими

Чипровският килим е вид ръчно изработен килим, с 2 напълно еднакви лица. Той е част от българското национално наследство, традиции и художествени занаяти. Името му идва от град Чипровци, където започва да се тъче през XVII век. Този уникален и типично български занаят процъфтява по време на Възраждането. Основните му цветове са жълт, кафяв, червен, син и зелен. Най-първите килими са били изработени в 2 цвята – червено и черно. Килимите се тъкат от естествени материали – памук и вълна. Преобладават геометричните фигури като мотиви. Дебелината им е от 3 до 5 милиметра. Традицията на производство на Чипровски килими е вписана през 2014 г. в представителния списък на ЮНЕСКО на нематериалното културно наследство на човечеството.

Габрово - член на Мрежата на Творческите градове към ЮНЕСКО

Градът е присъединен през 2017 г., признат като град на занаятите и народните изкуства. Мрежата на Творческите градове към ЮНЕСКО е възможност за увеличаване на потенциала на габровските занаяти и народни изкуства, споделяне на тяхната уникалност



и създаване на нови културни партньорства. Като част от събитията на местно ниво, които са свързани с това членство са инициативите, които вече имат традиционен годишен характер: „Вземи ме на село“, „Майсторска надпревара в занаятите“ , „Узана фест“ , Карнавал Габрово, „Стъклена плетеница“, „Gabrovo Innovation Camp“, „В света на старопланинската архитектура“, „Вплетени традиции“. Членството е свързано също с международно сътрудничество, участие в редица международни събития, организирани от мрежата и много други активности с голямо значение за туризма.

За състоянието на ОУТР Старопланински туристически район

Според данните в Националния туристически регистър¹ ОУ на ТР Старопланински туристически район е вписана на 18 октомври 2019 г. със Заповед Т-РД-17-60/18.10.2019 г. на министъра на туризма. Председател на Управителния съвет е кметът на Велико Търново – Даниел Панов. Като членове на Управителния съвет са посочени община Велико Търново, община Ловеч, община Тетевен, община Луковит, община Габрово, община Берковица и община Троян.

Според Националния туристически регистър, контактната информация на организацията е: гр. Велико Търново, площад „Майка България“ № 2, тел.: 062/622148; 062/619 300, e-mail: mayorvt@vt.bia-bg.com.

Старопланински туристически район има фейсбук страница: <https://www.facebook.com/staraplaninatourism> , с контактна информация е-mail: ousttr.bg@gmail.com и тел.: ~~088 985 6327~~.

Към момента на изготвяне на този анализ (04.02.2021 г.) фейсбук страницата на Старопланински туристически район има 635 последователи. Публикуваните постове обикновено препращат към съобщения и новини за минали или предстоящи събития на различни медии, както и снимки от района. Средно има от една публикация на ден до няколко публикации в седмицата. Последователите на страницата са по-скоро пасивни – харесванията под публикациите са малко, а коментари почти отсъстват. Към датата на изготвяне на този анализ Старопланински туристически район няма собствен домейн и уебсайт.

Ресурси на района и специфики

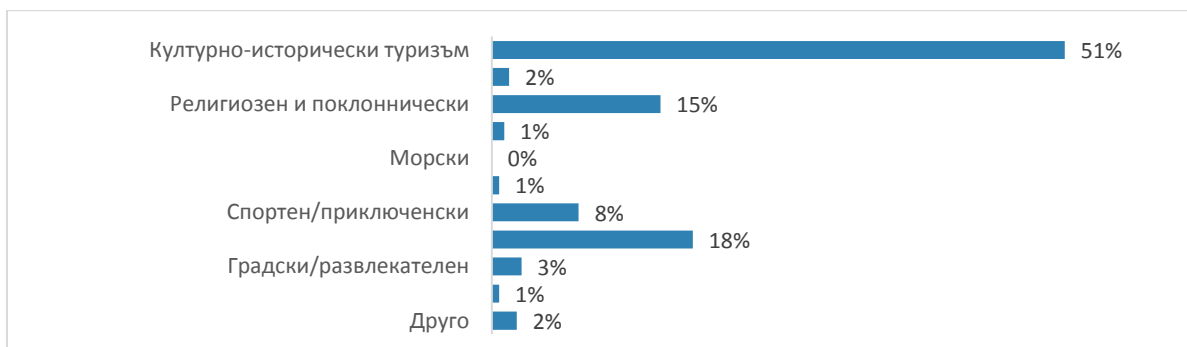
Туристически атракции

В Старопланински туристически район се намират 12% (441 броя) от регистрираните в Регистъра на туристическите атракции туристически обекти .

51% от обектите са свързани с културно-исторически туризъм, 18% - с еко и селски туризъм, а 15% - с религиозен и поклоннически туризъм.

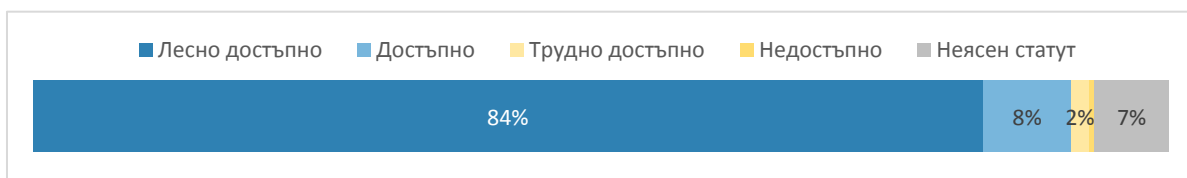
ГРАФИКА: ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ ПО ВИД ТУРИЗЪМ

¹ <https://ntr.tourism.government.bg/TUnionsV2.nsf/detailoutr.xsp?id=E8DF3DA80254E7E4C225849A0032BC52>



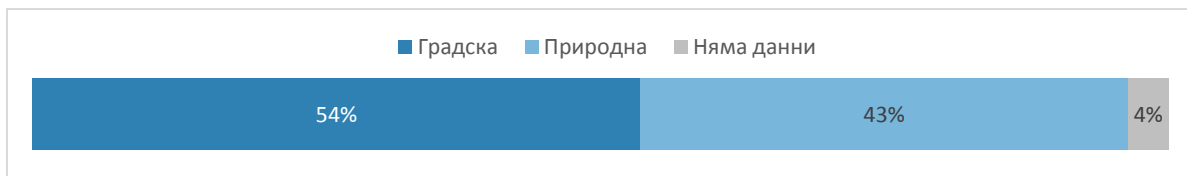
84% от обектите са лесно достъпни, а едва 2% - трудно достъпни или недостъпни.

Графика: Туристически атракции в района според тяхната транспортна достъпност



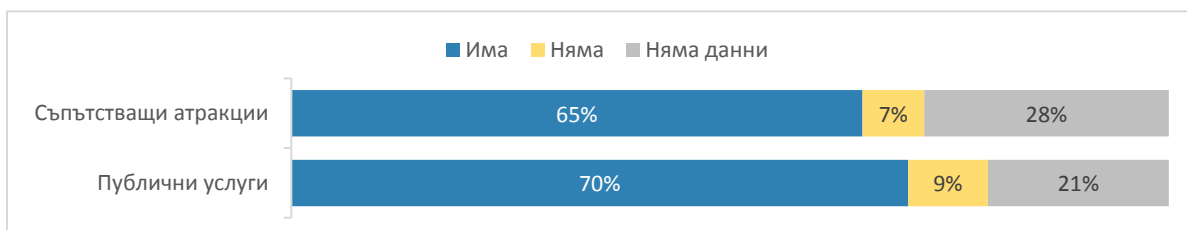
54% от обектите в района се намират в градска среда, а 43% - в природна.

Графика: Туристически атракции в района според средата, в която се намират



В близост до 65% от обектите има съпътстващи атракции, а 70% са обезпечени с публични услуги.

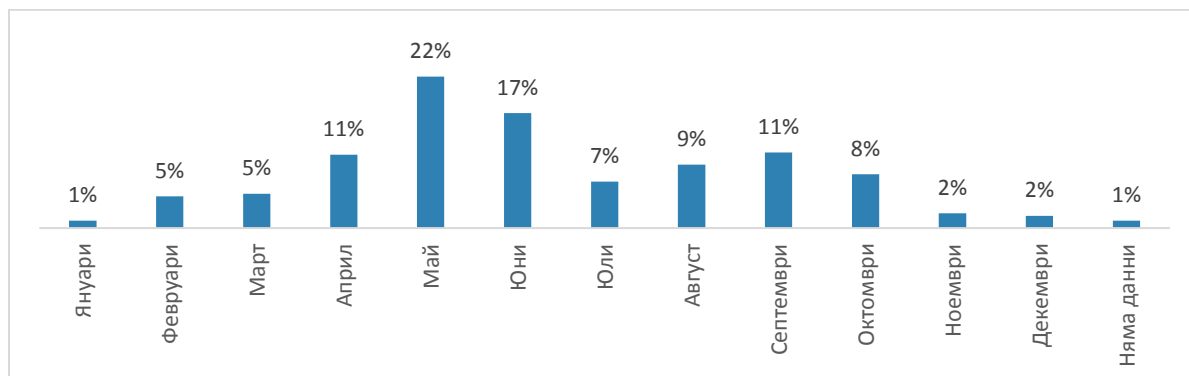
Графика: Туристически атракции в района според наличието на съпътстващи атракции и публични услуги





В Старопланински туристически район се провеждат 15% (281 броя) от фестивалите и събитията, регистрирани в Регистъра на туристическите фестивали и събития². Най-голям дял от тях се осъществяват между април и септември, като най-активните месеци са май и юни.

Графика: Туристически фестивали и събития в района по месеци



От туристическите фестивали и събития в района общо 62% са с регионално или местно значение. Делът на международните е 6%, а на националните – 32%.

Графика: Туристически фестивали и събития в района по значение



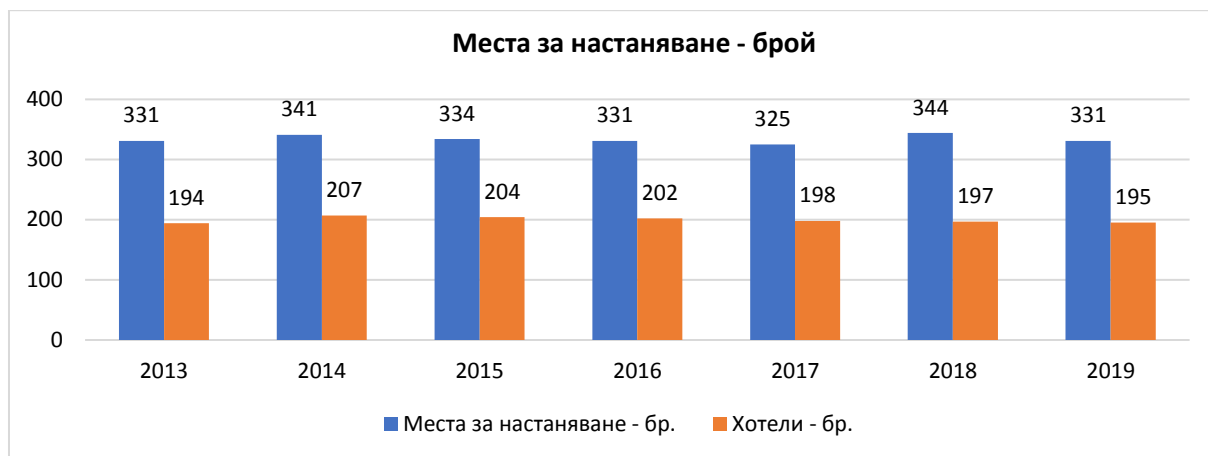
Места за настаняване

По данни на официалната статистика през 2019 г. в настанителна база в Старопланински туристически район са пренощували близо 537 хил. лица, които са реализирали малко над 987 хил. нощувки. На един посетител се падат средно 1,8 нощувки. Старопланински туристически район има скромнен дял в общия обем на туристическото търсене в страната – 6,6% от всички посещения и едва 3,6% от реализираните нощувки.

За последните години, съгласно данните на НСИ, не се наблюдава нарастване на легловата база, нито на броя на хотелите. Броят на местата за настаняване се запазва на сравнително постоянно ниво, като през 2019 г. те са 331, 195 от които - хотели.

Графика: МЕСТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ, БРОЙ

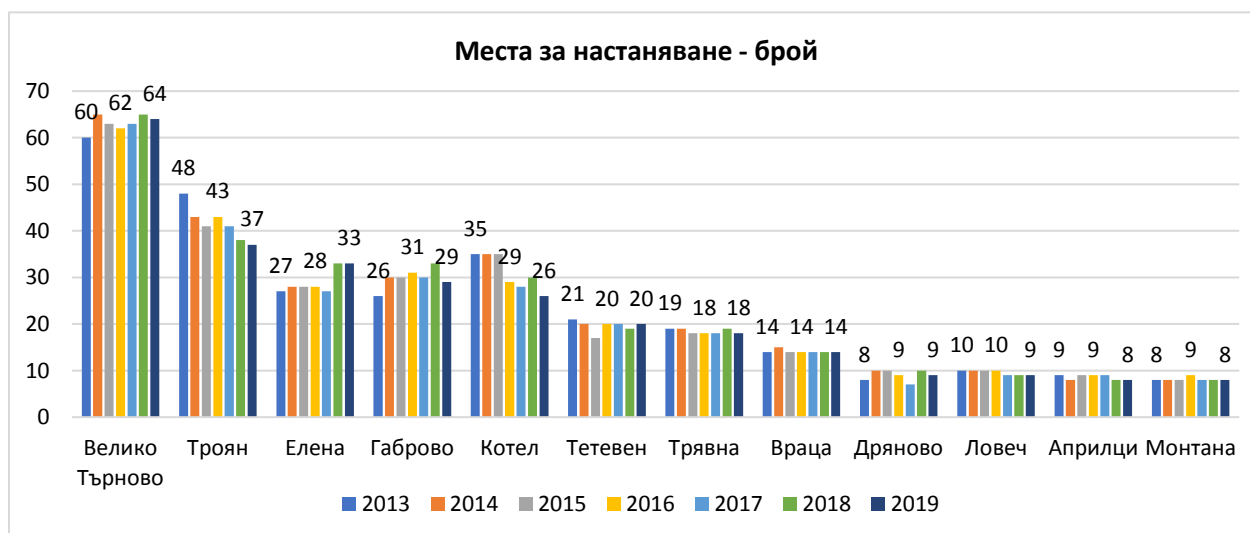
² МТ, РТФС, <http://rta.tourism.government.bg/TFRegister.aspx>, последна обработка – декември, 2019 г.



Привлекателността на туристическия потенциал на района се оценява и измерва чрез динамиката на реализираните нощувки, пренощуващи лица и приходите от нощувки в съответните общини. За развитието на туристическата функция на общината от значение е и изградената туристическа инфраструктура. Сред нея основно място заемат местата за настаняване.

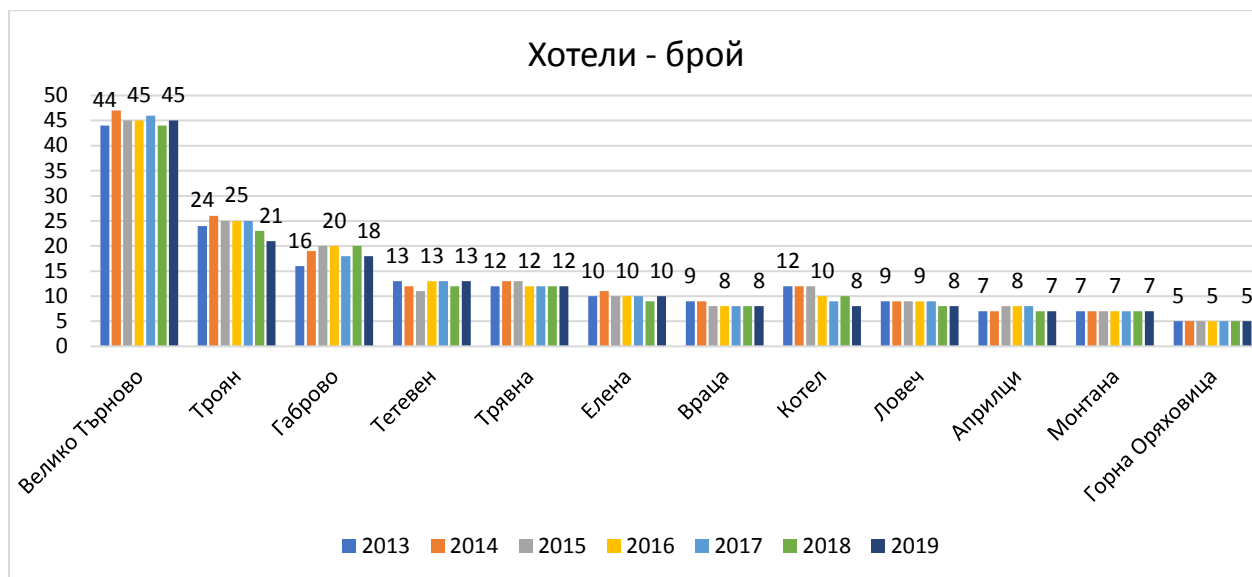
При анализа на местата за настаняване по общини, прави впечатление, че община Велико Търново притежава най-голям капацитет за периода 2013 - 2019 г. Тя е следвана от общините Троян, Елена, Габрово и Котел.

Графика: МЕСТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ ПО ОБЩИНИ, БРОЙ



При хотелите ситуацията е аналогична - с най-голям капацитет са представени общините Велико Търново, Троян и Габрово.

Графика: БРОЙ ХОТЕЛИ ПО ОБЩИНИ

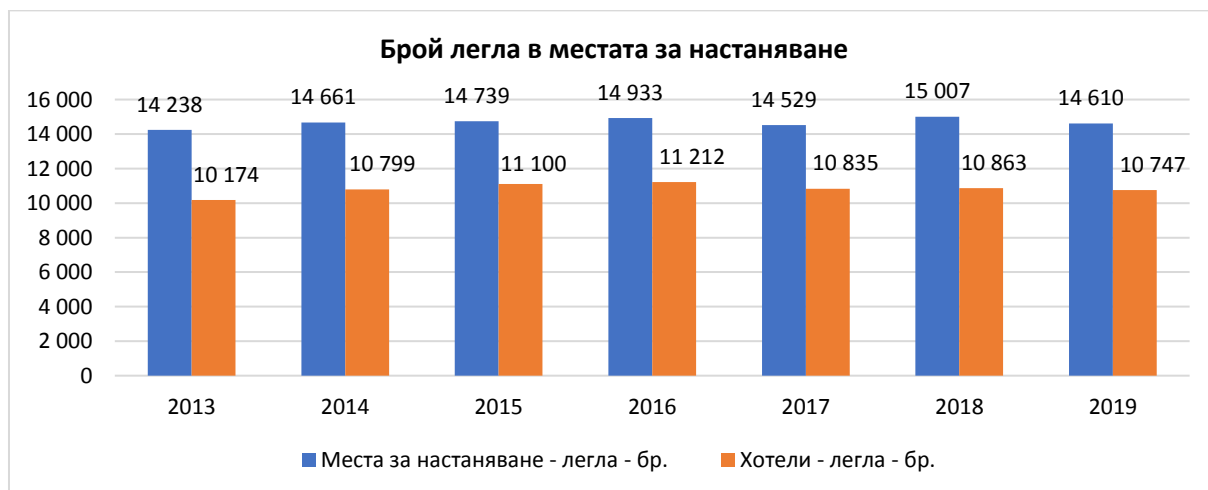


Брой легла

Общият капацитет на всички места за настаняване в района (без тези с капацитет под 10 легла) към 2019 г. възлиза на 14 610 легла, в т. ч. 10 747 легла в хотелската база.

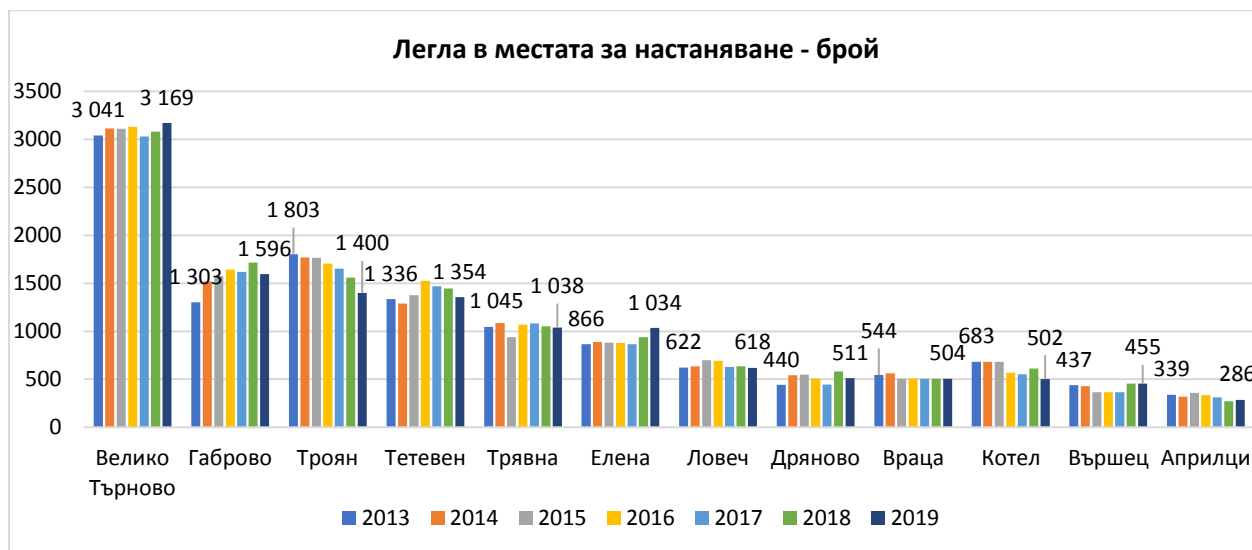
Не се наблюдава и динамиката в броя на леглата, те също остават сравнително постоянно величина. Броят на леглата в хотелската база бележи тренд на увеличение до 2016 г., докато през следващите няколко години, се наблюдава лек спад в броя им спрямо 2016 г.

Графика: ЛЕГЛА В МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ



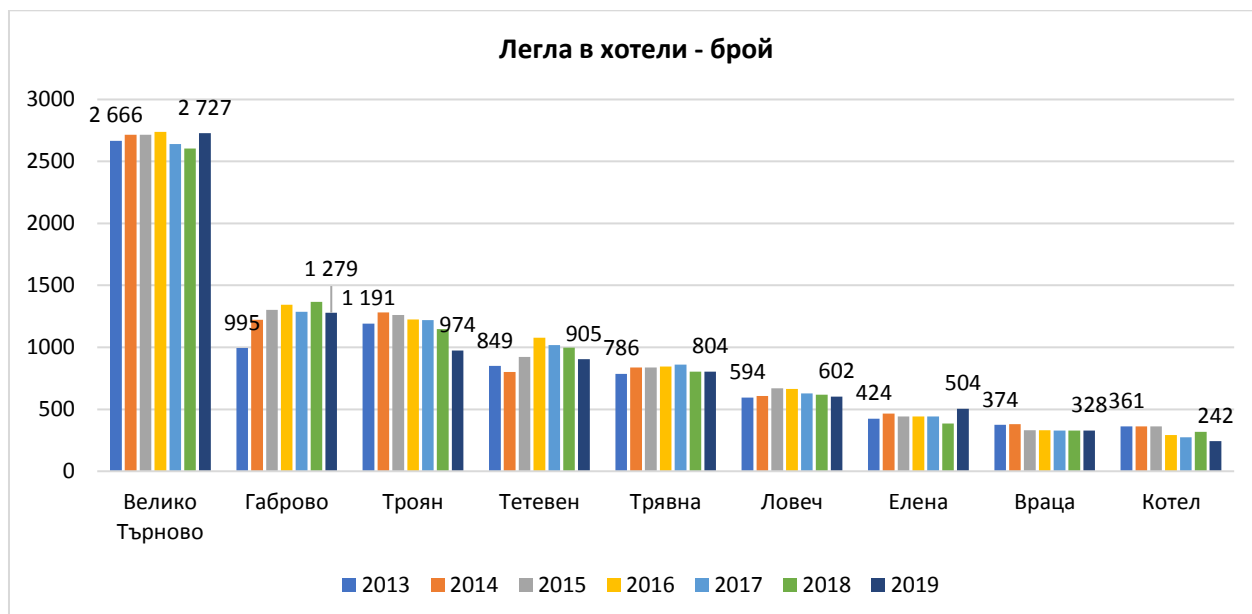
При анализа на леглата в местата за настаняване отново лидер е община В. Търново, следвани от общините Габрово, Троян, Тетевен и Трявна.

Графика: ЛЕГЛА В МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ ПО ОБЩИНИ



При анализа на броя на леглата в хотелите прави впечатление, че община В. Търново притежава най-голям капацитет за периода 2013-2019 г. Същевременно, водещата община Габрово отбелязва сериозен скок, което е силно обвързано със голямото предлагане кв. Боженци и развитието на населените места и предлагането на допълнителна хотелска база в района. При анализа на леглата в хотелската база трябва да се отбележи, че конкурентното предимство на община Габрово по този показател е значително по-голямо от това на община Троян.

Графика: Легла в хотелите по общини



Реализирани нощувки

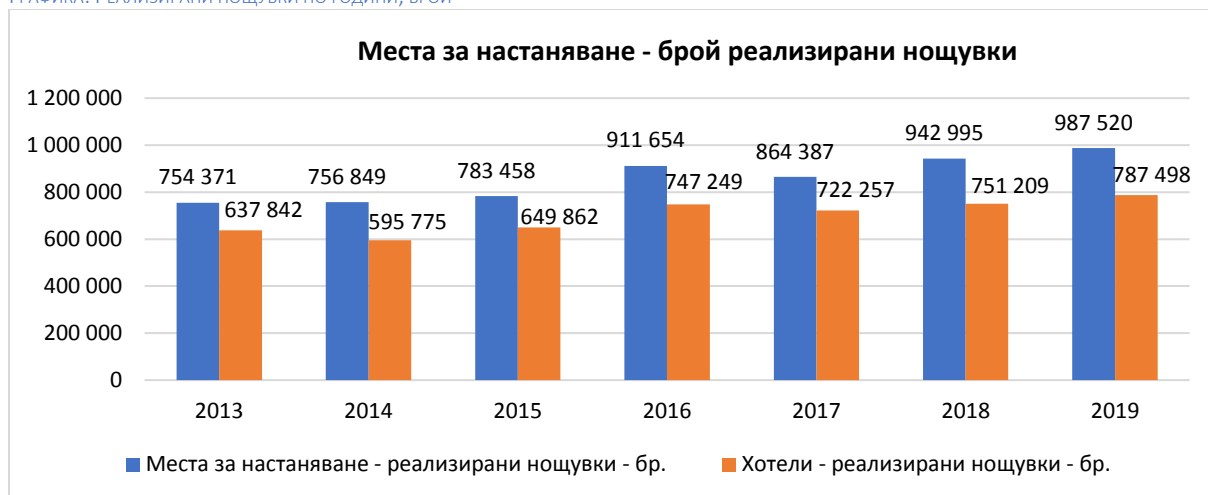
На следващата графика е представено разпределението на нощувките според вида на настанителната база, което се запазва устойчиво през последните години. От

www.eufunds.bg



детайлните данни прави впечатление, че хотелите отбелязват сериозен ръст на търсенето през отделни години, като за изследвания период хотелите имат значителен превес. През 2019 г. реализираните нощувки в местата за настаняване общо са 988 хил. През 2019 г. най-голям брой нощувки – 787 хил. нощувки - са реализирани именно в настанителната база на хотелите. Те представляват 79,7% от всички нощувки, реализирани на територията на района през 2019 г.

Графика: Реализирани нощувки по години, брой



В следващата таблица са представени брой нощувки в местата за настаняване по дестинации. В сравнителен план, от анализираните дестинации община В. Търново е с най-високи показатели като брой посетители.

Графика: Реализирани нощувки по общини, брой

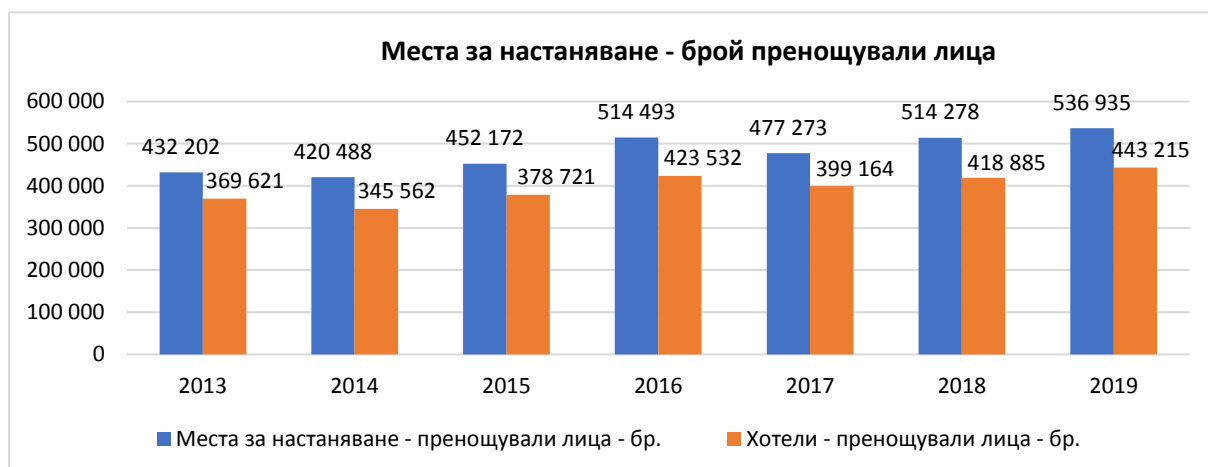


По данни на Община Тетевен броят на реализираните за 2017 г. е 90 720.

Пренощували лица

По данни на НСИ за 2019 г. общият брой пренощували лица в местата за настаняване на територията на района е 536 935, като за изследвания период е отчетен ръст от 3,9%, средно на годишна база. За 2019 г. е отчетен ръст спрямо 2013 г. с 19,5% или с 105 хил. души повече.

Графика: Пренощували лица брой



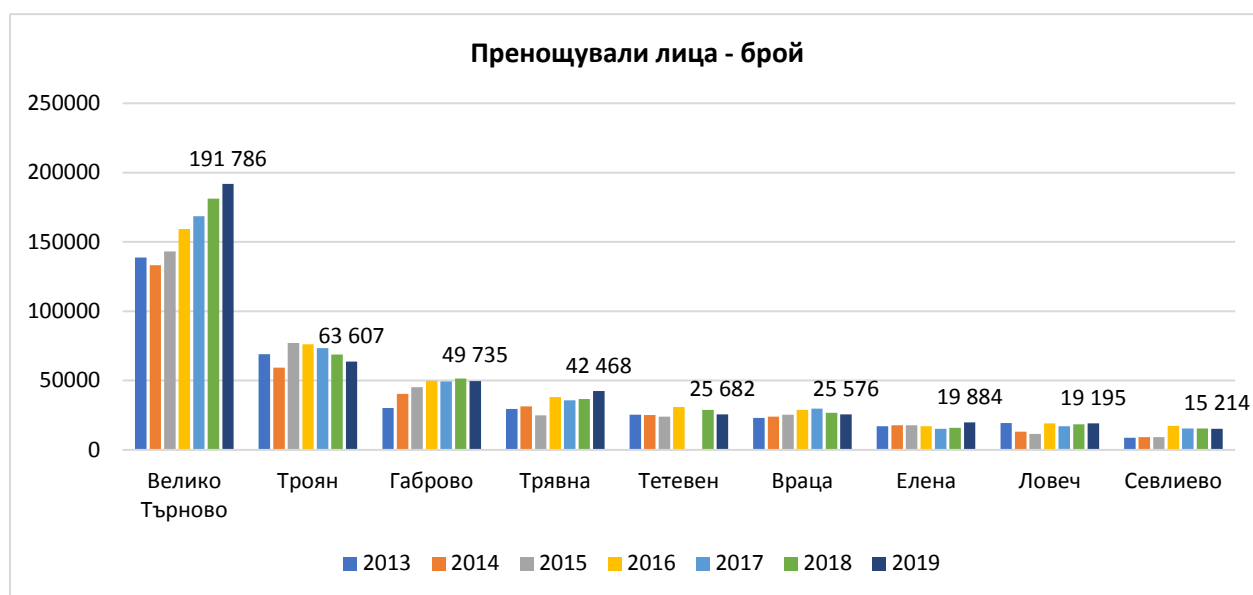
В следващата таблица е посочен общият брой на туристи, използвали услугите на местата за настаняване по общини. Данните показват, че в някои общини има рязка тенденция за промяна на техния брой в периода 2013-2019 г. като тренда на промяна в показателите



през годините варират в динамични граници. Тази тенденция е силно изразена в община Велико Търново - от 138 хил. през 2013 г. до 192 хил. лица през 2019 г.

През 2019 г. на общините В. Търново, Троян и Габрово се падат сумарно малко над 58% от реализираните нощувки и 57% от пренощуващите лица от в района. Анализът ясно показва атрактивността и развитостта на Старопланински туристически район и на дестинациите в общините В. Търново, Габрово и Троян. Трябва да отбележим значимостта на община В. Търново, където се осъществяват 31% от реализираните нощувки и цели 36% от пренощуващите лица в района.

Графика: Пренощували лица по общини, брой

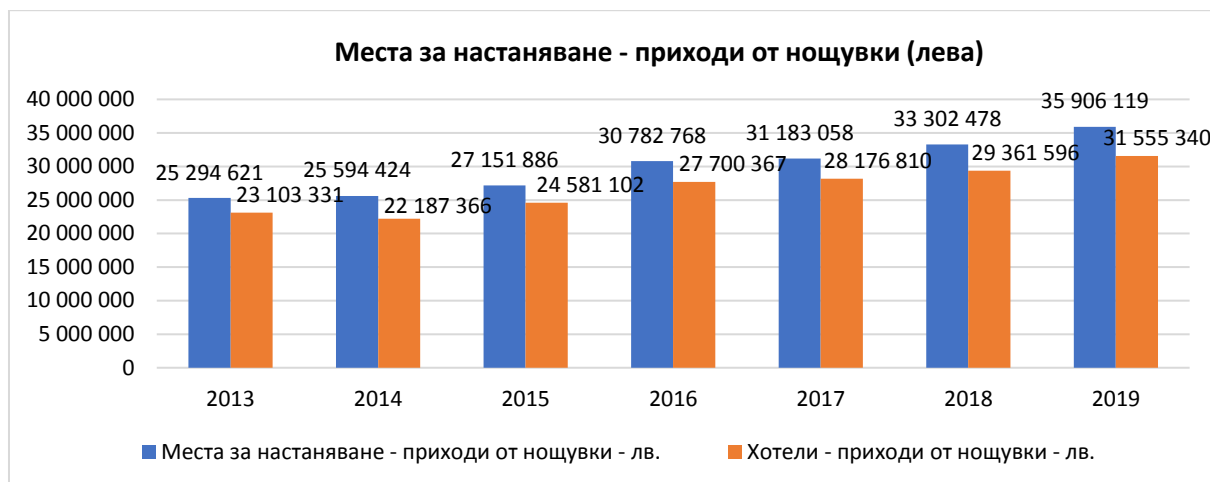


По данни на Община Тетевен броят на пренощуващите лица за 2017 г. е 37 796.(да се добави в таблицата)

Приходи от нощувки

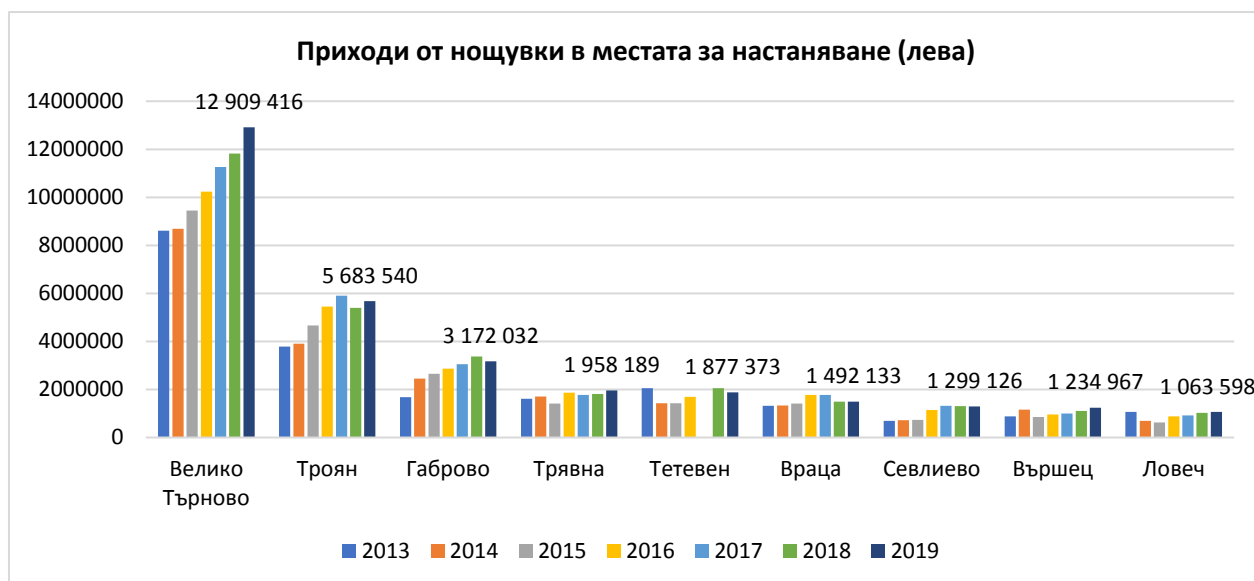
Положителна тенденция се наблюдава и при показателя „Приходи от нощувки“, които бележат увеличение от 25,2 млн. лв. (2013 г.) на 35,9 млн. лв. (2019 г.) и то валидни само за местата за настаняване и местата за настаняване с над 10 легла. Регистрираното увеличение на приходите за 2019 спрямо 2013 г. е с над 42%.

Графика: Приходи от нощувки в млн. лв.



За периода 2013-2019 г. най-големи приходи от нощувки реализира община В. Търново със стойност в размер на 12,9 млн. лв. Това е два пъти повече от община Троян и над три пъти повече от община Габрово, Тетевен и Трявна.

Графика: Приходи от нощувки в млн. лв. по общини



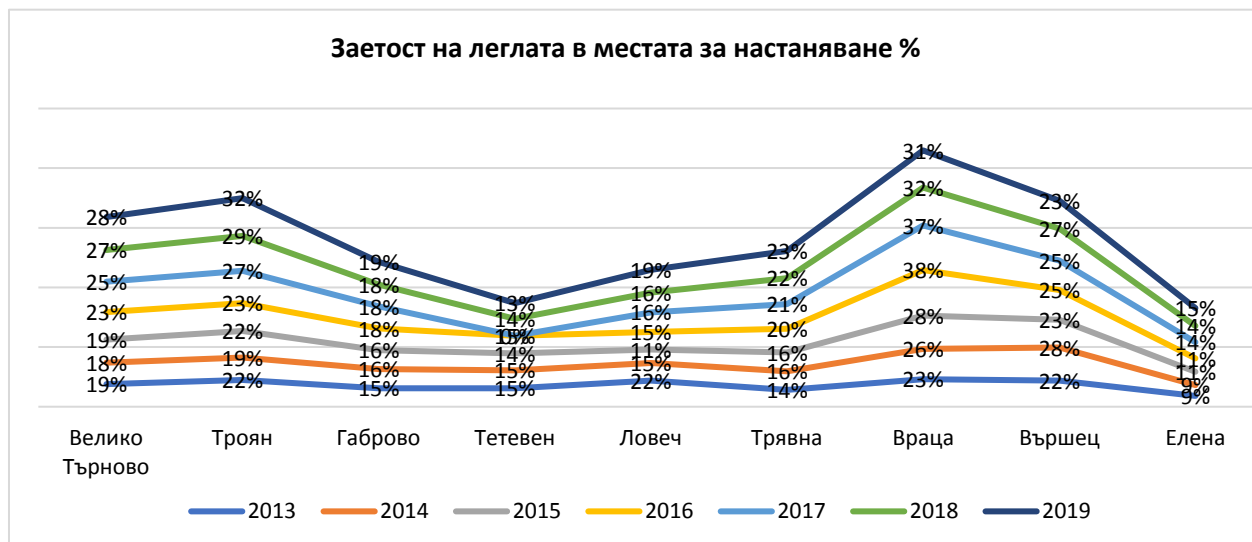
Заетост на леглата

Изчисленията за заетостта на местата за настаняване показва, че тя се натоварва слабо и неефективно. За 2019г. за дестинация В. Търново този показател е едва 28%, за Троян 32%, за Габрово, Тетевен и Ловеч съответно по 19%, 13% и 19%. Изключително ниската заетост на легловата база е показател за непълноценното развитие в изследваните дестинации. Една от възможностите за увеличаване заетостта на легловата база е развитието на



културно-познавателния туризъм, който може да се практикува целогодишно, както и да се засилят борят на пътувания над 2 нощувки.

Графика: ЗАЕТОСТ НА ЛЕГЛАТА



Период на функциониране

На следващата графика е представен периода на функциониране на местата за настаняване в района по общини. Този показател (период на функциониране (в дни) = брой легло-денонощия/ брой легла) показва средно колко дни на година функционират местата за настаняване. За 2019 година този показател варира от 365 за община Вършец, до 204 за община Априлци.

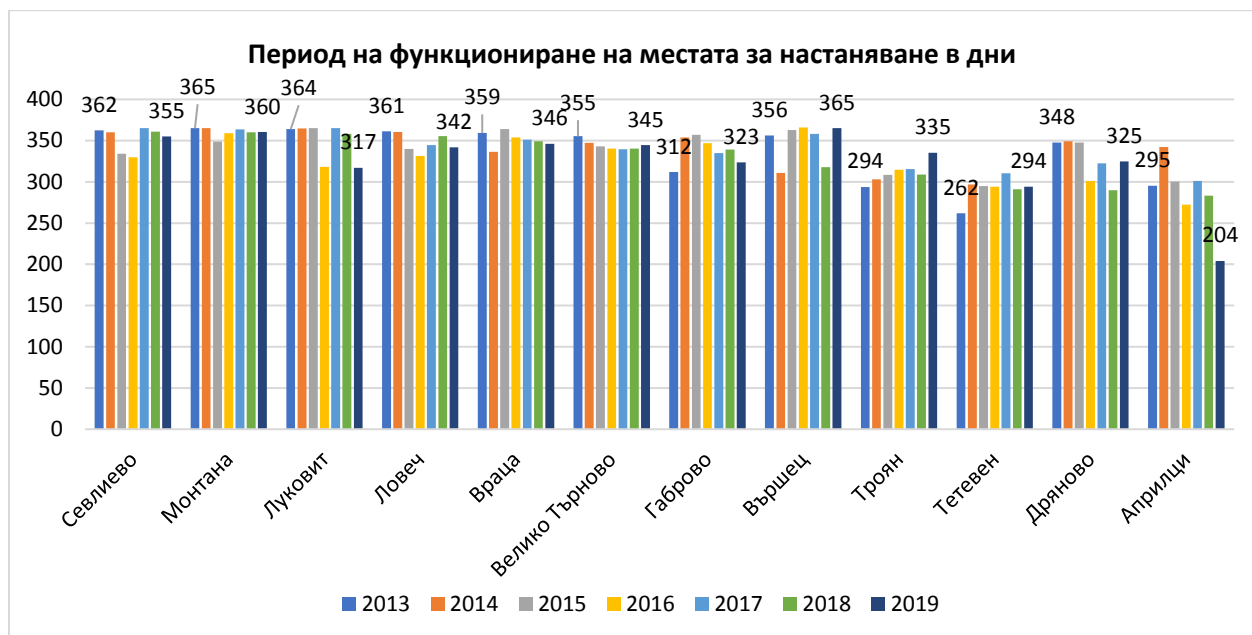
Графика: ПЕРИОД НА ФУНКЦИОНИРАНЕ



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



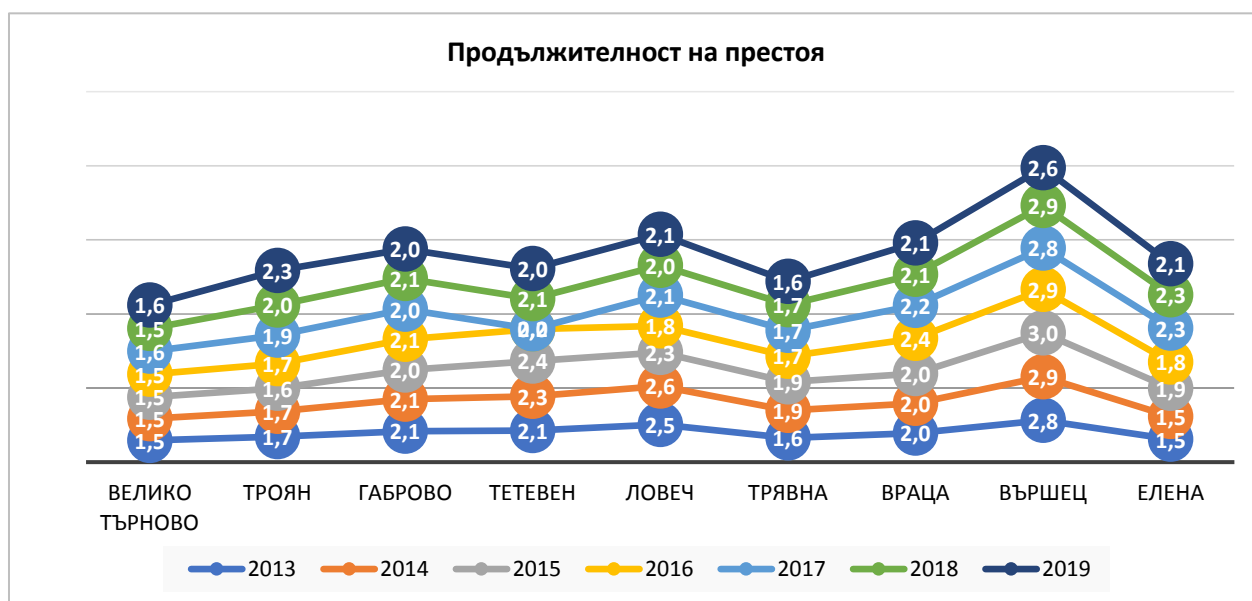
ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



Продължителност на престоя

Данните от проучването сочат ниска продължителност на престоя на нощуващите посетители – всеки от тях реализира средно до максимум 2 нощувки. Ниските средни стойности на престоя се дължат на големия брой нощувки, реализирани с кратък престой – до 2 нощувки. Не се наблюдават съществени различия между общините. С най-голяма продължителност по този показател са общините Вършец, Троян, Елена, Ловеч и Враца.

Графика: ПРОДЪЛЖИТЕЛНОСТ НА ПРЕСТОЯ



www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Качество на туристическите услуги

Анализът на резултатите от проведеното анкетно проучване показва висока удовлетвореност от качеството на туристическите услуги в Старопланински туристически район- 96,9% са напълно или по-скоро доволни, като чужденците декларират това с по-голяма категоричност.

Респондентите са най-впечатлени от природата (67,4%). На следващо място се нареждат културно-историческите паметници, къщите и архитектурата, гостоприемството на хората. Чужденците са по-впечатлени от обслужването и гостоприемството на хората и по-малко от архитектурата и културно-историческото наследство.

Основните критики по отношение на района са свързани със замърсената природа, западналите къщи/скупна архитектура, както и липсата на места за развлечения.

Едни от най-високите оценки в рамките на посещението получават природата, отношението на местните хора, сигурността, обслужването, а по-слабо се оценяват възможностите за наемането на коли, владееенето на чужди езици от местните хора, надписите и указанията на чужди езици.

Положителната нагласа към туристическия район рефлектира и в отговорите на въпроса „Бихте ли препоръчали дестинацията на свои близки и познати“. Почти всички от анкетирания биха препоръчали на свои близки/приятели района за посещение. При групите на 36-45-годишните и чужденците е налице много по-висока категоричност в готовността да се препоръча района.

Думите, описващи най-добре района според данните от проведеното проучване, са природа, тишина и спокойствие и красота.

Предварителните очаквания на респондентите са били оправдани напълно или в голяма степен, като сред чужденците се регистрират по-високи нива на пълна удовлетвореност.

Доминиращата нагласа сред туристите е да организират самостоятелно посещенията си в Старопланински туристически район, като това е характерно както за българите, така и за чужденците. Важен въпрос, във връзка с характеристиката на пътуванията, е каква дейност осъществяват туристите в рамките на пътуванията си. 67,2% от запитаните предпочитат по време на своята почивка да посещават местни забележителности и културни/исторически обекти. На второ място се нареждат самостоятелните обиколки и разходки (59,9%). 26,9% изразяват предпочитания към дегустацията на местни деликатеси и продукти. Не се наблюдават сериозни различия в изразените предпочитания от българите и чужденците.

Състояние на МСП в областта на туризма

79,3% от компаниите в областта на туризма в Старопланински туристически район са микро, 19,6% - малки и едва 1,1% са средни. Микропредприятия са 65% от заведенията, 52% от хотелите/хотели със заведения и всички туроператори/туристически агенти.



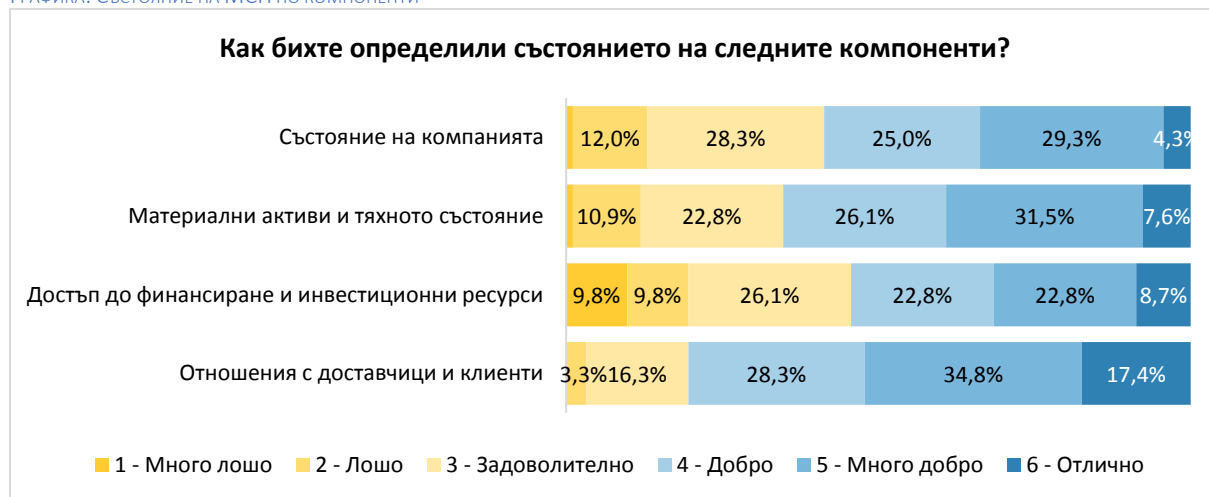
95,7% от респондентите работят целогодишно и имат нает персонал през цялата година. Най-висок дял на сезонно наетия персонал се регистрира при туроператорите/туристическите агенти – 16,7%.

65,2% от респондентите насочват продуктите си към крайните си потребители, 38% - към туристически агенти и крайни потребители. Най-голям дял на предлагащи продуктите си на туроператори или туристически агенти се открива сред хотелите и хотелите със заведения.

По-голямата част от респондентите не членуват в браншови организации (89,5%). Най-много членове на браншови организации се откриват сред хотелите/хотелите със заведения, а най-малко – сред вторичните туристически фирми. Една от възможните причини за ниското ниво на участие в браншови организации това е липсата на увереност, че те защитават ефективно интересите на своите членове. 48,9% не могат да преценят дали работата на браншовите организации е ефективна в отстояването на интересите на бранша, а други 26,1% са по-скоро скептични.

Най-добра оценка анкетираните дават на отношенията си с доставчици и клиенти. На следващо място са материалните активи и тяхното състояние, състоянието на компанията. На последно място е достъпът до финансиране и инвестиционните ресурси.

Графика: Състояние на МСП по компоненти

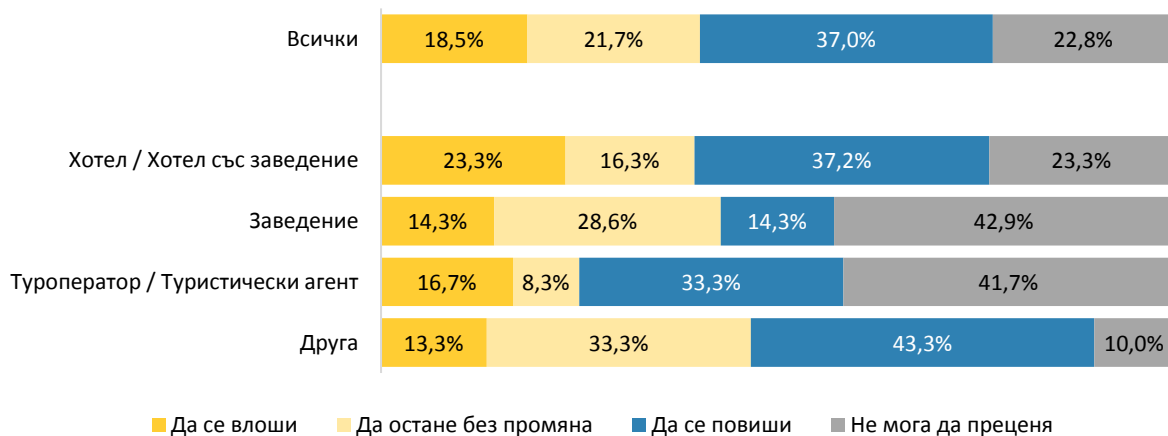


Нагласите във връзка с развитието на бизнеса в най-близко бъдеще са по-скоро положителни – 37% очакват възходящо развитие на бизнеса, 22,8% не могат да преценят, 21,7% смятат, че няма да има промяна, а 18,5% очакват негативно развитие.

Графика: ОЧАКВАНИЯ ЗА ПРОМЯНА НА БИЗНЕСА



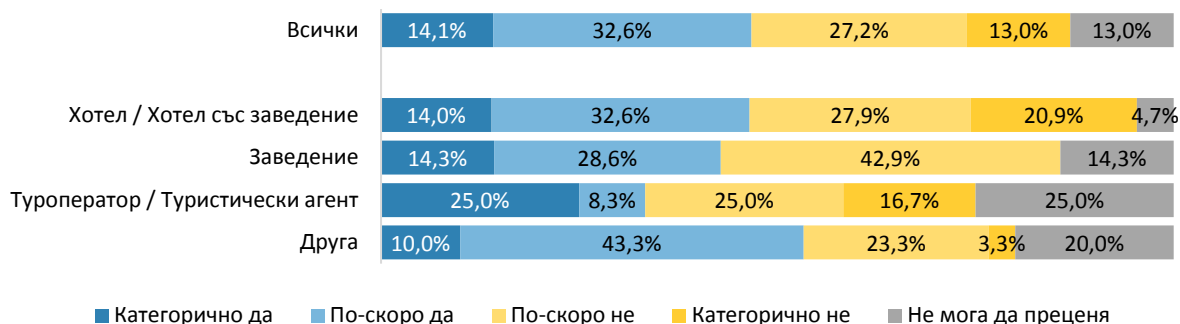
Как очаквате да се промени бизнеса Ви следващата година?



Намеренията във връзка с разширяване на дейността са разделени почти по-равно – 46,7% изразяват положителна нагласа в една или друга степен, а 40,2% - не възнамеряват да разширяват дейността си.

ГРАФИКА: НАМЕРЕНИЯ ЗА РАЗШИРЯВАНЕ НА ДЕЙНОСТТА

Имате ли намерения за разширяване на дейността?



Една трета от запитаните оценяват конкуренцията в своята дейност като силна, а две трети – като умерена. Най-висок дял, считащи конкуренцията за умерена се регистрира сред заведенията, а на тези, определящи я за висока – сред туроператорите и туристическите агенти.

Както повечето МСП в България, туристическите предприятия в Старопланински туристически район не използват консултантски услуги и не инвестират в научно-изследователска и развойна дейност.



Сред най-често предлаганите допълнителни услуги са храните и напитките, транспортни услуги, спа и рекреативни услуги, ресторантьорски услуги. Нисък е делът на предлагане на коли под наем, организиране на турове и екскурзии, хотелско и друго настаняване.

Партньорството с туристически информационни центрове е характерно 15% от всички анкетиран фирми. При представителите на хотелите делът е малко по-висок и достига почти една четвърт.

Не се наблюдава активност по отношение на участието в панаири и изложения, както и по отношение на включването в проекти за трансгранично сътрудничество. Данните сочат и че, по-голямата част от запитаните нямат интерес към участие в подобни инициативи. Същото се отнася и до Организацията за управление на туристическия район и проекти с представители на местната власт по значими за туризма проекти.

Заклучение

За разглеждания петгодишен период от 2013 до 2018 г. в Старопланински туристически район не се наблюдава увеличаване броя на местата за настаняване. Броят на нощувки в района се запазва относително на постоянни нива, като след 2016 г. се наблюдават незначителни колебания по години.

Анализът на ресурсите на ниво община обаче, извежда диспропорции в развитието на туризма в района и показва някои неблагоприятни тенденции. През последните години туристическото търсене в някои от общините се увеличава, а в други намалява. В абсолютни стойности за периода 2013-2018 най-голям ръст в посетителите и нощувките са отчели общините Велико Търново (76 хил.), Габрово (43 хил.), Троян (22 хил.) и община Трявна (15 хил.), а най-съществена загуба е налице в община Ловеч (-10 хил.). При анализа на местата за настаняване по общини, прави впечатление, че община В. Търново притежава най-голям капацитет за периода 2013 - 2018 г. Тя е следвана от общините Троян, Котел, Елена и Габрово. Община Габрово отбелязва сериозен ръст на местата за настаняване, свързан със голямото предлагане в Боженци, развитието на населените места и предлагането на допълнителна хотелска база в района.

Забелязва се и силна диспропорция в посещаемостта на общините. През 2018 г. на общините В. Търново, Троян и Габрово се падат сумарно малко над 58% от реализираните нощувки и 55% от пренощуващите лица от в района. Община В. Търново е най-предпочитаната дестинация на туристите и през 2018 г. и заема първо място в района с около 35% от всички посещения и нощувки района. На второ място с далеч по-ниски стойности (14% от нощувките и 13% от посещенията) се нарежда община Троян, която запазва относителния си дял почти без промяна. На трето и четвърто място се нареждат общините Габрово и Трявна. Останалите общини запазват дела си в търсенето на областта спрямо 2013 г., но въпреки това общо им се пада доста нисък дял от посещенията и от нощувките като цяло в общото разпределение в района.

Изчисленията за заетостта на местата за настаняване показва, че те се натоварват слабо и неефективно. За 2018 г. за дестинация В. Търново този показател е едва 27%, за Троян 29%, за Габрово, Тетевен и Ловеч съответно по 18%, 14% и 16%. Изключително ниската



заетост на легловата база е показател за непълноценното развитие в изследваните дестинации. Една от възможностите за увеличаване заетостта на легловата база е развитието на културно-познавателния туризъм, който може да се практикува целогодишно, както и да се засилят борят на пътувания над 2 нощувки.

За периода 2013-2018 г. най-големи приходи от нощувки реализира община В. Търново със стойност в размер на 11,8 млн. лв. Това е два пъти повече от община Троян и над три пъти повече от община Габрово и Тетевен и Трявна.

Природата е изведена на първо място като най-голямото предимство на района (със спонтанно споменаване от една трета от анкетираните). На второ място, макар и с под десет на сто, се нарежда Троянският манастир, следван от тишината и спокойствието, историята и културно историческото наследство.

Удовлетвореността на туристите от посещенията в Старопланински туристически район е висока, много добри са и показателите по най-важните от маркетингова гледна точка критерии – склонност за повторно посещение и за препоръчване на дестинацията на близки и познати.

По отношение на самооценката относно промяната във финансовото състояние на фирмата през последните 3 години отговорите са разделени по равно на три групи – една трета считат, че не се е променило, друга една трета – че се е влошило, а друга третина – че се е подобрило.

Недостатъчно развито е сътрудничеството между фирмите и туристическите информационни центрове – само 15% от представителите на бизнеса декларират, че са изградили партньорство.

Мнозинството от бизнесите не са участвали в национални и международни панаири и изложения през последната година и не членуват в ОУТР.

Данните за МСП налагат извода, че мениджърите на туристически бизнес в района са по-скоро пасивни относно развитието на туризма в района. Те намират конкуренцията за умерена, нямат средства и импулс да инвестират, не са солидарни и не вярват в силата на сдруженията, имат патерналистични очаквания към държавата. Скептичните нагласи се подсилват допълнително заради тежките последици от въведените ограничения заради пандемията от Ковид 19.

Диспропорциите в ресурсите са предпоставка за дисбаланс в развитието на туризма на ниво община в Старопланински туристически район. Включването на определени общини от няколко области - всяка от които с различен профил, темп на икономическо развитие и различен потенциал за развитие на туризма - в един туристически район, крие риск както при разработването на интегрирана визия, така и при търсенето на пътища за устойчиво развитие на туризма на ниво район.

SWOT анализ на Старопланински туристически район

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
--------------	--------------



• Стратегическо географско разположение - местоположението на Старопланинския туристически район е централно, с оптимална транспортна достъпност. • Установява трайна тенденция на увеличаване на броя на местата за настаняване, както и хотелите и леглата в тях. • Районът притежава богато културно-историческо наследство с исторически и културни забележителности и артефакти, крепости, църкви, манастири. • Съществува ценно историческо и културно наследство и съхранени културни ценности от различни епохи • Нарастващ брой на местата за настаняване • Висока средногодишна заетост на места за настаняване • Нарастващ брой на нощувките в места за настаняване • Увеличава се делът на инвестициите в туризма и услугите. • Наличие на предимства за развитие на ловен туризъм • Висока удовлетвореност от основните елементи на преживяването в дестинацията • Наличие на фактори за икономически растеж, основан на съвместно и допълващо се развитие на трите отрасли в сектор туризъм; • Положителна тенденция и перспектива по основните показатели на МСП в района за развитието на туризма • Добре функциониращи МСП в отрасъла, които осигуряват първостепенни туристически услуги в сектор туризъм;	• Част от дестинациите се възприемат като възможност за кратък отдих по пътя към по-далечни дестинации • Разпределението на легловата база между хотели и други места за настаняване на територията на района е неравномерно • Местата за настаняване се натоварват слабо и неефективно. • Не са създадени достатъчно качествени интегрирани културни и туристически продукти. • Липсват рекламни и маркетингови дейности за популяризиране на местната идентичност • Ценното природно и културно наследство е недостатъчно познато на вътрешния и международния пазар. • Територии и селища с голям туристически потенциал са много изостанали, с нисък жизнен стандарт. • Ценният културен потенциал на района е неефективно използван – някои обекти привличат силен туристически интерес, докато други са недостатъчно известни и пренебрегвани от туристите. • Липса на места за паркиране, указателни табели и съпътстваща инфраструктура за достъпа до културни обекти • Липса на висока степен на съхраненост и добра транспортна достъпност до културно-историческите обекти
--	--



ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
• Привличане на интерес от страна на компании от туристическия бизнес чрез развитието на уникални местни туристически продукти (национални и международни). • Увеличаване на туристическия поток и реализация на нощувки на територията на общината. • Привличане на туристи с интерес от по-дълги посещения, изучаващи българската природа и традиции. • Развитие на комплексен туристически продукт на базата на доброто съчетание на антропогенни фактори и богати природни ресурси. • Създаване и промотиране на интегриран културен продукт чрез ефективно сътрудничество между дестинациите • Разширяване на регионалните партньорства, както и сътрудничества за популяризиране на местни туристически продукти • Много на брой общини с богато културно наследство – възможности за формирането на общ местен културно-туристически продукт; • Съществува туристически потенциал за развитие на планински и ски туризъм • Изразените желания към предлагане на повече възможности за допълнителни развлечения, организирането на повече събития и публични прояви като атракция за посетителите. • По-широко рекламиране на района, като най-популярни и достъпни за целта са интернет, социални мрежи, телевизия.	• Ниската заетост на легловата база и недостатъчно пълноценно развитие на отрасъла в изследваните дестинации. • Задълбочаване на тенденцията за увеличението на търсенето е по-слабо в сравнение с ръста на предлагането • Задълбочаване на диспропорциите по отношение на легловата осигуреност, пренощуващите лица и заетостта в дестинациите на района • Допълнителен спад на икономическата активност и намаляване на заетостта в сектора на „Хотелиерство и ресторантьорство“ • Ограничени ресурси за промотиране на местните продукти • Отлив от турист поради лошо управление на туристическата инфраструктура • Силен конкурентен натиск от страна на съседни райони за привличане на туристи – Тракия и Долината на Розите



- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Подобрене на инфраструктурата и достъпността на средата. | |
|--|--|

PESTEL анализ - анализ на външната среда

В НСУРТ на национално ниво са идентифицирани и приложени следните фактори:

Политически

Степен на политическа сигурност, безопасност и стабилност

Този фактор се проявява главно на национално ниво, затова и анализът по-долу се отнася главно до ситуацията в страната като цяло.

Продължителните протести срещу правителството и главния прокурор през 2020 г., предстоящите избори за Народно събрание и президент на страната през 2021 г., противоречивите оценки на отговора на властите на пандемията от КОВИД 19 рефлектират върху доверието към управляващата коалиция.

Критично е представянето на България в ежегодната класация за свобода на словото, организирана от „Репортери без граници“: страната ни заема 111-то по свобода на словото - най-ниското не само сред държавите – членки на ЕС, но и сред всички страни с демократична система на управление.

В контекста на пандемията от КОВИД 19 и нееднозначното отношение към мерките за справяне с последиците от нея; миналогодишните антиправителствени протести и протестите срещу главния прокурор; все по-трудното осигуряване на кворум в парламента заради бойкот на заседанията; политическата ситуация в България в началото на 2021 г. изглежда нестабилна, динамична и непредсказуема.

Промени в политическия климат и либерализация на политическите отношения

Влиянието на този фактор е преди всичко на национално ниво, но има и изразени регионални специфики.

Към момента в България са регистрирани 146 политически партии от всички части на политическия спектър. От тях едва десетина имат реални шансове да бъдат представени в следващото Народно събрание.

Електоралните сондажи показват относителен паритет между политическите играчи, разлика в рамките на стохастичната грешка между ГЕРБ и Социалистическата партия, което предвещава силно фрагментиран парламент и много трудности пред формирането на стабилно парламентарно мнозинство. Голяма е вероятността за невъзможност за излъчване на правителство след предстоящите избори и провеждане на следващ предсрочен вот.



Въпреки че на местно ниво политическата карта е пъстра, има ясно изразена доминация на ГЕРБ – в 18 от 32 общини. Втората по големина политическа сила БСП има свои представители начело само на 3 общини, една от които в местна коалиция. Кметове на ДПС управляват в 5 общини, а на ВМРО в 1. В останалите общини управляват местни коалиции – 2 общини с представител на МК СДС, 2 – с представител на МК АБВ и 1 – с представител на МК Обединена социалдемократия.

Въпреки че в 14 от общините кметовете управляват за първи мандат, и тук, както и в други райони, се наблюдава дълъг престой във властта, характерен за някои общини. В 9 от 32 общини кметовете са избрани за втори, а в 7 за трети мандат. С най-продължително управление са кметовете на Елена (четвърти мандат) и Монтана (шести мандат).

Таблица 1 Партийна принадлежност на местната власт

Област	Община	Партийна принадлежност на кмета	Поредност на мандата
Велико Търново	Велико Търново	ГЕРБ	Втори
	Горна Оряховица	ГЕРБ	Трети
	Елена	ГЕРБ	Четвърти
	Златарица	БСП	Първи
	Лясковец	ГЕРБ	Трети
	Стражица	БСП	Първи
Габрово	Габрово	ГЕРБ	Трети
	Дряново	МК БСП	Първи
	Севлиево	ГЕРБ	Трети
	Трявна	ВМРО	Първи
Ловеч	Априлци	ГЕРБ	Първи
	Ловеч	ГЕРБ	Втори
	Луковит	ДПС	Първи
	Тетевен	ГЕРБ	Втори
	Троян	ГЕРБ	Първи
	Угърчин	ДПС	Първи
	Ябланица	МК Обединена социалдемократия	Първи



Монтана	Берковица	МК СДС	Първи
	Вършец	ГЕРБ	Трети
	Георги Дамяново	ГЕРБ	Първи
	Монтана	МК СДС	Шести
	Чипровци	ГЕРБ	Втори
Сливен	Котел	ГЕРБ	Втори
Търговище	Антоново	ДПС	Втори
	Омуртаг	ДПС	Втори
Шумен	Върбица	ДПС	Трети
Бургас	Сунгурларе	ГЕРБ	Трети
Видин	Чупрене	ГЕРБ	Първи
Враца	Враца	ГЕРБ	Втори
	Криводол	ГЕРБ	Първи
	Мездра	МК АБВ	Първи
	Роман	МК АБВ	Втори

Ниво на корупция, бюрокрация и административно обслужване

Корупцията е един от най-важните фактори, оказващи деструктивно влияние върху туризма и качеството на туристическите услуги.

Негативният ефект на корупционните практики се проявява на различни нива: отблъскване на чуждите инвестиции, слаби предприемачески и стопански инициативи и в крайна сметка - забавяне на темпа на развитието на туристическия бранш.

Въпреки проведената реформа на антикорупционната институционална рамка и създаването на КПКОНПИ, според Индекса за възприемане на корупцията на „Трансперънси Интернешънъл“, през 2019 г. България заема 74-то място сред общо 180 държави в световната класация и е на последно място в регионалната класация на държавите-членки на Европейския съюз.³

³ https://transparency.bg/bg/transp_indexes/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81%D0%B8-2/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-%D0%B7%D0%B0-%D0%B2%D1%8A%D0%B7%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-



Степента на корупция в държавата е 2.93 през 2006 г. и 3.29 през 2015 г. по скалата от 1 до 7 на World Bank's World Development Indicators.

Според Индекса за лесно правене на бизнес през 2014 г. страната ни заема 36-то, а през 2015 г. – 38-мо от общо 189 държави.

На ниво туристически район известен ориентир за антикорупционния капацитет и ролята на ключовите институции и социални актьори на местно ниво може да бъде Индексът на Местната система за почтеност в България, разработен от Асоциация „Прозрачност без граници“. Индексът се съставя на база на детайлно разработен набор от показатели за изследване на институциите и структурите в 27-те общини-областни центрове в страната.⁴

За 2017 г. средната стойност на Индекса за 27-те общини-областни центрове е 3.29 при максимална стойност 5.

Територията на Старопланински туристически район обхваща 10 от областите и нивата на индекса на местната система за почтеност варират от 3.74 в Сунгурларе до 2.99 в Монтана. В индекса общините - областни центрове се нареждат по следния начин – Бургас – първо, Габрово – пето, Шумен – седмо, Велико Търново – девето, Враца – десето, Видин – четиринадесето, Сливен – петнадесето, Ловеч – шестнадесето, Търговище – двадесет и първо и Монтана – двадесет и седмо място.

Прави впечатление, че всички области са подобрили своя индекс спрямо предходната 2016 година. Най-значително подобрение се отчита в Бургас – 0.26, Велико Търново – 0.21, Шумен – 0.15, Видин – 0.14 и Ловеч – 0.14 пункта.

Област	Включени общини	Стойност на индекса
Бургас	Сунгурларе	3.74
Велико Търново	Велико Търново, Горна Оряховица, Елена, Златарица, Лясковец и Стражица	3.40
Видин	Чупрене	3.32
Враца	Враца, Криводол, Мездра, Роман	3.38

[%D0%BA%D0%BE%D1%80%D1%83%D0%BF%D1%86%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B5%D0%BA%D1%81-2019-%D0%B3%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B0/](#)

⁴ <http://lisi.transparency.bg/years/2017/>



Габрово	Габрово, Дряново, Севлиево, Трявна	3.44
Ловеч	Априлци, Ловеч, Луковит, Тетевен, Троян, Угърчин и Ябланица	3.21
Монтана	Берковица, Вършец, Георги Дамяново, Монтана, Чипровци	2.99
Сливен	Котел	3.28
Търговище	Антоново и Омуртаг	3.14
Шумен	Върбица	3.42

За разлика от корупцията, няма консенсус относно въздействието на бюрокрацията върху икономическия растеж. Отрицателният ефект тук идва най-често от облагането на частните инвестиции с допълнителни финансови тежести.

В Годишния анализ за икономическите и социалните предизвикателства в държавите членки на ЕС на ЕК се посочва, че корупцията, бюрокрацията, нестабилната нормативна уредба и ниското доверие в съдебната система са спирачка за частните инвестиции в България, а бавното изпълнение на реформите в областта на публичната администрация и електронното управление не позволява значителни подобрения в анализираната област.

Непреодолените все още слабости в системата на обществените поръчки ограничава използването на европейските фондове, а липсата на подходящи рамкови условия за инвестиции в научни изследвания и развойна дейност възпрепятстват иновациите и конкурентоспособността.

Визови, митнически и гранични формалности и бариери

В контекста на международния туризъм визовият режим се определя като съвкупност от формалности, свързани с допълнителни разходи на парични средства и време. Ако са прекалено високи и неприемливи, те водят до отказ от пътуване и избор на алтернативни дестинации с по-улеснени визови режими.

Република България прилага Общата визова политика на Европейския съюз при условията на Договора за присъединяване от 1 януари 2007 г. Съгласно чл. 4 от Акта относно условията за присъединяване на България и Румъния, разпоредбите на достиженията на правото на Шенген, посочени в Приложение II към Акта, са задължителни и се прилагат в Р България от датата на присъединяване (1.01.2007 г.), а останалите ще бъдат прилагани от датата на решението на Съвета за присъединяването ни към Шенгенското пространство.

За изпълнение на шенгенските критерии са предприети действия за привеждане на националното законодателство в съответствие с европейското, актуализиране на



международно договорната правна база, осигуряване на необходимото съвременно техническо оборудване и инфраструктура и укрепване на административния капацитет, като страната ни ползва опита и най-добрите практики на държавите-членки на ЕС.

Към момента България издава само национални визи, които не дават право на влизане в Шенгенското пространство.

От 25 януари 2012 г. МС на Република България прие решение, съгласно което до датата на пълното си присъединяване към Шенгенското пространство България едностранно ще прилага безвизов режим спрямо притежателите на валидни шенгенски визи. Те ще имат право да влизат и пребивават на територията на Република България за период от не повече от три месеца в рамките на всеки шестмесечен период, считано от датата на първото влизане, без да е необходимо да притежават българска виза за краткосрочно пребиваване. Решението е в сила от 31.01.2012 г.

От датата на присъединяване към ЕС през 2007 г., България започва да прилага Регламент (ЕО) № 539/2001 на Съвета от 15.03.2001 г.. С него се определя визовият режим спрямо трети страни, чиито граждани трябва да притежават виза/или са освободени от изискването за виза, когато преминават външните граници на държавите-членки.

За улесняване на кандидатите за визи, за по-добро и по-бързо визово обслужване, българските консулски служби започват поетапно приемане на заявления за визи чрез изнесени визови центрове, организирани от специализираната компания по визово обслужване VFS Global.

Понастоящем по този начин могат да се подават заявления за българска виза в 13 държави, по-важните от които генериращи пазари за българския туризъм са Русия, Украйна и Турция.

Правилата и критериите, наложени с валутните режими, се проявяват най-вече при влизане или напускане на страната.

При определянето им държавите, чието валутно положение позволява, се придържат към препоръките на Римската конференция по туризъм и на UNWTO.

Националните законодателства на държавите по отношение на валутния режим и контрол възпроизвеждат препоръките, чиято основна цел е предоставяне на достатъчно валутни облекчения при международните туристически пътувания.

Митническият режим включва нормативно наложени от държавата правила, норми на контрол и процедури по отношение на внасяни и изнасяни от чуждестранните туристи вещи, валутни ценности и стоки.

Регулативното му въздействие се реализира при пресичане на държавната граница и при пристигане на чуждестранния посетители в дестинацията със собствено или наето превозно средство.

Митническият режим в дадена страна се подчинява на международни конвенции (Митническа Женевска конвенция, Конвенция за митнически облекчения в полза на туризма и Допълнителен протокол към нея, Митническа конвенция за временен внос на



частни шосейни превозни средства и др.); вътрешно правни актове, ратифицирани от държавата за постигане на съответствие между установения митнически режим и националната правна система.

Като цяло, митническият режим реализира непряко регулативните си въздействия върху международния туризъм. Изключение са пътуванията под формата на „куфарна търговия“, които съгласно препоръките на UNWTO не се отчитат като туристически и не се идентифицират с пътуванията, чиято основна цел е шопингът (пазаруването).

Съгласно Конвенцията за митническите облекчения в полза на туризма, на безмитен внос/износ подлежат определени категории вещи и предмети, предимно за лично потребление, и сувенири.

Митническата конвенция за временен внос на частни шосейни превозни средства регламентира правилата за пътуванията на чуждестранни туристи със собствени (наети) превозни средства, които преминават през границите на държавите, приели Конвенцията, без да плащат допълнителни митнически сборове.

За Европа и България митническият режим има аналогичен на описания механизъм на влияние върху туризма, подчинено на действащите и отбелязани вече международно-правни документи.

Регулиращото влияние на санитарния режим в туризма е насочено към контрола по спазването на установените санитарни (медицински) правила, пряко свързани с намаляване на рисковете и заплахите за здравето и живота на туриста по време на пътуването и престоя в дестинацията.

Концентрацията на големи групи чуждестранни посетители и масовото развитие на международния туризъм също създават опасност от разпространение на болести и епидемии, замърсяване на питейна вода, зони за къпане и др.

Световната здравна организация (СЗО) и UNWTO систематизират здравните рискове в международния туризъм и разпространяват информация за потенциални заплахи от болести и епидемии, отправят препоръки за интегриране на ефективни мерки във водената от държавите политика за здравна защита на туристи и местно население.

Граничният режим се прилага от имиграционните власти на дадена страна като правила, процедури и контролни функции във връзка с движението и достъпа на пътниците, в т.ч. туристи на територията на държавата.

Чрез него на практика се реализира суверенното право на дадена страна да не допусне на своя територия чуждестранен посетител, независимо че той притежава изправни документи, ако неговото пребиваване е нежелателно.

Отказването на достъп от граничните и полицейските власти е възможно, ако чрез поведението си чуждестранният посетител поставя в опасност и действа против сигурността и националните интереси на страната; уронва престижа и достойнството на държавата и нейните граждани; членува в престъпна група или организация; нарушава общественения ред и извършва тежки престъпления (наркотрафик, пренасяне на оръжие,



взривни вещества и др.); не притежава средства за обратно връщане в собствената страна; системно нарушава граничния, визовия, валутния и митническия режим, трудовото и данъчното законодателство; страда от заболяване, което според критериите на СЗО е заплаха за общественото здраве и е предпоставка за разпространение на тежка зараза и др.

Основанията за отказ на достъпа са предварително предвидени в граничния режим. Основната му регулативна функция е насочена към минимизиране на опасността от разрешаване на престой в страната на чуждестранни посетители, заплашващи вътрешния ред и сигурност, застрашаващи безопасността и здравето на нейните граждани.

Граничният режим се прилага по отношение на туристически пътувания, организирани с всички видове транспорт.

Особено съществена е ролята и влиянието на граничния режим през последните години във връзка с преодоляването на последиците от военните конфликти в определени райони (особено в Близкия Изток). Формираният се огромен мигрантски поток към Европа (като важна такава последица) причини съществени вреди на туризма в най-засегнатите страни на континента (Гърция и Италия).

Много от туристическите дестинации в тях се превърнаха в транзитни пунктове по мигрантските маршрути.

Като правило влиянието на фактор „режими и други формалности“ има непосредствено (пряко) отношение върху туризма и е с изразено висока степен на влияние.

Посоката на това влияние обикновено е отрицателна (за входящия посетителски поток) и положителна за местните приемащи общности.

Различните видове режими, които не са създадени със специална цел да регулират движението на международните туристически потоци, са инструменти на международната политика вследствие на исторически установили се различия в степента на социално-икономическото развитие на отделните страни и региони. За територията на Европейския континент краткият коментар и оценка на разглеждания фактор е „положителна“.

За част от ново- и скороприетите страни тя не е категорична и всестранна, тъй като „Шенген“ все още не е завършен проект, съществуват страни на континента, които не членуват в ЕС, а освен това някои от неговите членки взеха решение да напуснат съюза.

За българския туризъм изследваният фактор е играл, играе и занапред ще играе важна роля както за входящия така и за изходящия международен туризъм.

Това се определя от обстоятелството, че националната ни туристическа политика не само толерира, но в значителна степен приоритизира развитието на входящия международен туризъм, а изходящият по естествен начин се облагодетелства от неговото благотворно въздействие.

Освен това значителен (и постоянно нарастващ) дял от него е от страни, които не са членки на ЕС (Русия, Турция, в бъдеще – Китай и др.), за които налаганите (понякога



принудително по правилата на Шенген) бариери и ограничители по линия на различните видове режими (визов, митнически или граничен) са пречка и ограничител на туристически посещения в страната.

Управление на COVID кризата

В условията на извънредно положение заради COVID-19, местните власти в България предприеха незабавни краткосрочни мерки за ограничаване разпространението на вируса. Наред с това, те трябваше да планират дългосрочни решения, за да намалят неблагоприятните социално-икономически последици от кризата.

Макар оценките за управлението на COVID кризата в България да са нееднозначни, дори противоречиви, към средата на януари 2021 г. ситуацията с разпространението на вируса изглежда овладяна.

Към 08.02.2021 г. новите случаи са 182, т.е. 6.8% от тестваните лица. Картината в областите, в които попадат общините от Старопланински туристически район, към 08.02.2021 г. е следната: Бургас – 13 077, Велико Търново - 4896, Видин – 1701, Враца 5072, Габрово – 4324, Ловеч – 2558, Монтана – 3288, Сливен - 5881, Търговище – 2327 и Шумен – 4863 случая.

След като през м. ноември 2020 г. бяха достигнати пикови стойности на заразени и починали, със заповед на министъра на здравеопазването от 25.11.2020 г. бяха въведени нови противоепидемични мерки: преустановяване на присъствените учебни занятия в средните и висши училища; забрана за провеждане на конгресно-конферентни, културни и развлекателни, спортни мероприятия; забрана за посещенията във всички заведения за хранене и т.н. Наложените противоепидемични мерки очевидно дават резултат, но се отразяват тежко върху туристическия сектор.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
- Вътрешнополитическа нестабилност и непредвидимост „Феодализиране“ на част от общините - Неопитност на местната власт в някои общини - Нестабилно местно самоуправление, безпринципни коалиции податливост на частни интереси - Корупционен натиск - Забавяне на приемането в Шенгенското пространство - Визови затруднения за туристите от някои генериращи пазари - Лошо управление на COVID кризата	- Стабилно политическо мнозинство с нова енергия и висок кредит на доверие - Утвърждаване на дестинацията като предпочитана и сигурна - Приобщаване на страната към Шенгенското пространство - Повишаване степента на вътрешната политическа сигурност и стабилност - Утвърждаване на България като регионален лидер - Редуциране на корупцията и бюрокрацията



Влошаване на състоянието на туристическия сектор и МСП в района	- Укрепване на политическата власт и доверието на суверена в нея - Ефективна държавна подкрепа за засегнатите от COVID кризата бизнеси - Успех със справянето със заразата в глобален план - Разцвет на туризма и пътуванията след кризата
---	--

Държавна политика, легитимност на държавата и доверието в нея

Икономически

Брутен вътрешен продукт (БВП)

По предварителни данни произведеният брутен вътрешен продукт (БВП) през третотримесечие на 2020 г. възлиза на 31 676 млн. лв. по текущи цени. На човек от населението се падат 4 572 лв. от стойностния обем на показателя. Сезонно изгладените данни показват спад от 5.2% на БВП през третото тримесечие на 2020 г. в сравнение със съответното тримесечие на предходната година и повишение от 4.3% спрямо второто тримесечие на 2020 година.⁵

Крайното потребление регистрира ръст от 9,3%, докато бруто образуването на основен капитал отчита спад от 5,7% през третото тримесечие на 2020 г. спрямо съответното тримесечие на предходната година по сезонно изгладени данни. Износът на стоки и услуги намалява с 22,3%, а вносът на стоки и услуги - с 3,4%.

Статистиката отчита, че през третото тримесечие на 2020 г. БВП в номинално изражение достига 31,216 млрд. лева. Реализираната добавена стойност в българската икономика е 27,020 млрд. лева.

По елементи на крайното използване най-голям дял в БВП заема крайното потребление (77,6%), което възлиза на 24,218 млрд. лева. През третото тримесечие бруто капиталобразуването е 6,220 млрд. лева и заема 19,9% относителен дял в БВП. Външнотърговското салдо е положително.

Към 29.01.2021 г. НСИ предоставя данни за БВП по области до 2019 г. При БВП на човек от населението от 17 170 лева за 2019 г., стойностите за областите, чиито общини влизат в състава на района са както следва:

Таблица: БВП по области, 2019 г.

⁵ <https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pages/KeyInd/KeyInd2020-12.pdf>



Област	БВП, млн. лв. общо	БВП на човек от населението, лв. общо
Бургас	5 507	13 437
Велико Търново	2 592	11 071
Видин	732	8 734
Враца	2 138	13 278
Габрово	1 553	14 444
Ловеч	1 272	10 284
Монтана	1 222	9 522
Сливен	1 506	8 130
Търговище	1 165	10 470
Шумен	1754	10 177

Таблицата показва диспропорциите в икономическото развитие на отделните общини. Най-голям БВП сред областите от ТР генерира Бургас (4.6% о БВП на страната), следван от Велико Търново (2.2%) и Враца (1.8%). Значително по-ниски стойности на БВП се отчитат във Видин. Те не са ниски само в сравнителен план в рамките на туристически район – общината генерира най-нисък дял на БВП за страната като цяло.

Стойността на произведената през 2019 г. продукция общо за страната е 194 336 570 хил. лв. Според данните от регионалната статистика на НСИ⁶, стойността на всяка една от 10-те области, в които са включени общините от Старопланински туристически район, както следва:

ТАБЛИЦА: ПРОИЗВЕДЕНА ПРОДУКЦИЯ /хил. лв. по области

Област	Произведена продукция/хил.лв.
Бургас	14 670 851



Велико Търново	3 679 310
Видин	627 405
Враца	2 789 253
Габрово	2 644 935
Ловеч	1 814 387
Монтана	1 890 696
Сливен	2 285 658
Търговище	1 826 701
Шумен	2 876 488

Регионалните данни за БВП и стойността на произведената продукция показват много ясно изразен дисбаланс и различен темп на икономическо развитие на 10-те области. Разликата между областта с най-добри показатели – Бургас и тази с най-слаби – Видин е приблизително 23 пъти.

Обстоятелството, че в Старопланински туристически район са включени само някои общини от 10-те области, не дава възможност за пълна и обективна картина, но са показател за значителни различия и неравномерното икономическо развитие, което се отразява в темпа на развитие и на останалите сектори, в т.ч. и на туризма.

Икономически растеж

В предшестващия COVID кризата период, за всяка от трите години от 2019 до 2021, България следва да реализира ръст от между 2.9 до 3.7 пункта на годишна база.

Таблица: ИКОНОМИЧЕСКИ РАСТЕЖ В % ПО ГОДИНИ

България				Евروزона			
	2019	2020	2021		2019	2020	2021
БНБ	3.7	3.6	3.4	ЕЦБ	1.1	1.4	1.4
МФ	3.4	3.3	3.3	Focus Economics	1.1	1.0	1.3
МВФ	3.7	3.2	-	МВФ	1.2	1.4	-
ЕК	3.6	3.0	2.9	ЕК	1.1	1.2	1.2
Световна банка	3.2	3.0	3.1	Световна банка	1.1	1.1	1.2



Уникредит Булбанк	3.5	2.9	-	UniCredit Research	1.2	0.8	1.0
-------------------	-----	-----	---	--------------------	-----	-----	-----

Източник: институциите

В есенната икономическа прогноза на ЕК се посочва, че след големия шок за икономиката на България във второто тримесечие на 2020 г., започва бавна стабилизация. Пълното възстановяване обаче е далеч. Очакванията са българската икономика да се възстанови до предкризисните си нива едва към края на 2022. За икономическия растеж през следващите години ще допринесат износьт и потреблението. Брутният вътрешен продукт (БВП) на България се очаква да се увеличи с едва 2,6% през 2021 и с 3,7% през 2022.

Прогнозите на Виенския институт за международни икономически изследвания (WIIW), съвпадат с тези на Европейската комисия. Очакванията са за постепенно възстановяване на българската икономика през следващите две години. За 2021 прогнозата е за ръст от 1.7% в България. Това обаче ще е най-ниският растеж сред страните от Централна и Източна Европа, които членуват в ЕС.⁷

Доходи и жизнен стандарт на населението

България продължава да бъде най-бедната страна-членка на Европейския съюз.

Общият доход средно на лице от домакинство през третото тримесечие на 2020 г. е 1 754 лв. и спрямо същия период на 2019 г. се повишава с 2.2%.

В структурата на общия доход с най-висок относителен дял е доходът от работна заплата (55.2%), следван от доходите от пенсии (29.6%) и от самостоятелна заетост (6.5%). Спрямо третото тримесечие на 2019 г. относителният дял на дохода от пенсии нараства с 2.4 процентни пункта, доходите от работна заплата намаляват с 1.3 процентни пункта, а от самостоятелна заетост и извън работната заплата намаляват с по 0.2 процентни пункта.⁸

Жизненият стандарт в България, измерен чрез брутния вътрешен продукт на човек от населението, остава на ниво от 53% спрямо средното за ЕС и през 2019 г.

Страната задържа позицията си на дъното в класацията, като съотношението спрямо предходната година се подобрява с 2 п.п. Това означава, че БВП, измерен през покупателната способност е пораснал, но увеличението е колкото и в останалите държави, т.е. недостатъчно за ускорено догонване на жизнения стандарт на средния европейец. Това показват последните данни на статистическата служба Евростат. За сравнение, стъпка над България са Хърватия, Гърция и Румъния, където жизненият стандарт е съответно на 65%, 68% и 69% от средното за Съюза.

Цени и инфлация

⁷ <https://www.economy.bg/home/view/42687/Vienskiyat-ikonomicheski-institut-ochakva-slabo-vyzstanovyavane-na-bylgarskata-ikonomika-prez-2021->

⁸ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/HBS2020q3_N7U2G7N.pdf



Общият *Индекс на потребителските цени* в България през 2019, спрямо предходната година е 3.1.

В потребителските групи „Ресторанти и хотели“ и „Обществено хранене“, които имат отношение към туристическия сектор, индексът е съответно 5.3 и 5.1 пункта. Това означава, че инфлацията за тези групи продукти и услуги е над средната за икономиката като цяло.

Измерената годишна инфлация през декември е най-високата от 2013 г., когато през януари статистиката засече 4.4% увеличение на потребителските цени. Сега основен принос имат храните, където най-висок ръст има при месата - 16.3% (основно свинското заради продължаващото разпространение на африканска чума из промишлените ферми), както и плодовете - 11.3%. При услугите продължават да се увеличават цените на тези, свързани с туризъм и ресторанти.

Средногодишните стойности на индекса на потребителските цени по групи показват, че през миналата година с най-голям ръст са храните (5.1%) и цените в заведения и ресторанти (също 5.1%).

Нехранителните стоки се увеличават средногодишно с едва 0.8%, но пък статистиката отчита по-значителна инфлация при услугите - 3.4%. Тук с най-голямо отражение са повишените цени на комуналните услуги - топлоенергия и вода. По-високи стойности статистиката отчита и при застраховки, свързани с транспорта и услугите за краткосрочно настаняване, т.е. хотели и къщи за гости.

Инвестиционен климат и активност

По данни на БНБ за периода януари-октомври 2019 г. преките чуждестранни инвестиции възлизат на близо 953.3 милиона евро и превишават с 554 милиона тези от същия период на миналата година. Най-голям обем нетни преки инвестиции е регистриран от Холандия (422 милиона евро), Германия (233.7 милиона евро) и Великобритания (168.3 милиона евро).

Южна България и оформилите се там няколко големи икономически зони около София, Пловдив, Хасково и Димитровград продължава да бъде магнит за огромна част от чуждите инвестиции. С изключение на някои мащабни инвестиции в областта на автомобилната индустрия във Враца (Теклас и МД Електроник), Ловеч (ВОСС Аутомотив) и Плевен (Леони), в останалите райони на Северна България инвестициите са все още недостатъчни.

Предварителните данни на БНБ⁹ за нетния поток на преките инвестиции в страната за периода януари-ноември 2020 г., отчетени съгласно принципа на първоначалната посока на инвестицията, е положителен в размер на 843.9 млн. евро (1.4% от БВП), като намалява с 381.1 млн. евро (31.1%) спрямо този за 01-11.2019 г.. През ноември 2020 г. потокът е

⁹ https://www.bnb.bg/bnbweb/groups/public/documents/bnb_download/s_bop_press_a3_bg.pdf



положителен и възлиза на 122 млн. евро, при положителен поток от 103.7 млн. евро за ноември 2019 г.

Потокът на влезлите в България преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ) от януари до август остава положителен в размер на 365,9 млн. евро, като намалява с 63,5% (637,1 млн. евро) на годишна база, показват предварителните данни на БНБ.

По данни на НСИ¹⁰, чуждестранните преки инвестиции в нефинансовите предприятия към 31.12.2019 г. в 10-те области с общини, включени в състава на Старопланински туристически район са:

Таблица: Преки чуждестранни инвестиции по области

Област	Преки чужд.инвестиции (хил.евро)
Бургас	2 137 119.4
Велико Търново	127 449.7
Видин	86 281.1
Враца	80 028.6
Габрово	340 908.7
Ловеч	147 116.9
Монтана	35 355.7
Сливен	158 700.0
Търговище	304 916.8
Шумен	114 319.0



Наличието на сериозен регионален дисбаланс в разпределението и размера на инвестициите в различните области е следствие от влошената демографска структура, спада на населението и недостига на достатъчно квалифицирана работна ръка заради миграционните процеси. В Монтана се отчита най-ниско ниво на инвестиции за цялата страната. Незначителни са и приходите от чуждестранни инвестиции във Видин и Враца. Единствено област Бургас се откроява със значителен размер на инвестициите. Все пак и тук, както и при анализа на останалите данни, следва да се има предвид, че рамките на Старопланински туристически район попада само една община от област Бургас – Сунгурларе.

Дисбалансът е предпоставка за различен темп и динамика в развитието на всички останали сектори, в т.ч. и на туризма в различните общини на Старопланински туристически район.

Данъчно облагане и данъчен режим

Данъчното облагане на приходите и печалбите на юридическите лица е уредено в Закона за корпоративното подоходно облагане (ЗКПО). Във връзка с членството на България в Европейския съюз от 01.01.2007г., беше приет нов Закон за корпоративното подоходно облагане, който отговори на нуждата от хармонизиране на българското данъчно законодателство с изискванията на Европейските директиви в областта на прякото данъчно облагане.

Освен корпоративния данък, с който се облагат печалбите на юридическите лица, ЗКПО урежда и други видове данъци, като: алтернативен на корпоративния данък, който се налага върху дейността на организаторите на хазартни игри; върху дохода на бюджетни предприятия от търговски сделки, както и от отдаване под наем на движимо и недвижимо имущество; дейностите по опериране на кораби; данъци върху корпоративните разходи; данък, удържан върху доходите на местни и чуждестранни юридически лица от източник в Република България.

Данъчно задължени са местните юридически лица; чуждестранните юридически лица, които осъществяват икономическа дейност в Република България чрез място на стопанска дейност, извършват разпореждане с имущество на такова място на стопанска дейност или получават доходи от източник в Република България; едноличните търговци - за данъците, удържани при източника и в случаите, определени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица (когато осъществяват дейности, облагаеми с алтернативен на корпоративния данък); физическите лица - търговци по смисъла на чл. 1, ал. 3 от Търговския закон - за случаите, определени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица (лицата, които са създали бизнес, който съобразно целите и обхвата си изисква дейностите да бъдат извършвани по търговски начин): в случаите, посочени в Закона за данъците върху доходите на физическите лица; работодателите и възложителите по договори за управление и контрол - за данъка върху социалните разходи (допълнителните служебни облаги).

Данъчната ставка на корпоративния данък в България е 10 на сто.



Равнище на заетост и безработица (НСИ: публикувани данни към 01.2021 г.)

През третото тримесечие на 2020 г. общият брой на заетите лица на възраст 15 и повече навършени години е 3 173.2 хил., от които 1 703.0 хил. мъже и 1 470.2 хил. жени. В сравнение с третото тримесечие на 2019 г. броят на заетите лица намалява с 3.8%. Относителният дял на заетите лица от населението на възраст 15 и повече навършени години е 53.5%.

През третото тримесечие на 2020 г. коефициентът на безработица е 4.8%, или с 1.1 п.п. по-висок в сравнение с третото тримесечие на 2019 година. Ръстът в безработицата между третото тримесечие на 2019 г. и третото тримесечие на 2020 г. се дължи на увеличаване брой на безработните с продължителност на безработицата до една година. През посочения период той се увеличава с 41.6 хил. и достига 88.6 хил. - повече от половината от общия брой на безработните лица.

През декември 2020 г., според административната статистика на Агенцията по заетостта, регистрираната безработица в страната е 6.7% - най-ниската регистрирана стойност след края на извънредното положение на 13 май 2020 г. Спрямо месец ноември същата година няма промяна в стойността на показателя, а спрямо декември 2019 г. се наблюдава ръст от 0,8 п.п.

Броят на безработните лица в края на годината е около 226 хиляди души. Регистрираните безработни в бюрата по труда според данните на Агенцията по заетостта са били 220 292, което е с 1 452 повече от ноември. На годишна база увеличението е с 25 577 души.

Антикризисните мерки за краткосрочна подкрепа на заетостта, популярни като трети дизайн на 60/40 или ПМС 151/2020 г., изменено и допълнено с ПМС 278/2020 г., и 80/20 по Оперативна програма „Развитие на човешките ресурси“, са осигурили запазването на заетостта на повече от 300 хил. заети лица от май до края на декември.

Икономическите дейности, в които се наблюдава най-голямо намаление в броя на заетите са „Хотелиерство и ресторантьорство“ (с 68.2 хил.), „Преработваща промишленост“ (с 29 хил.) и „Строителство“ (с 27 хил.).

Прегледът на равнището на безработица по области показва, че то е по-ниско от средното за страната (6.7%) в единадесет области: София-град, Перник, Габрово, Варна, Стара Загора, Пловдив, Ямбол, София-област, Хасково, Велико Търново и Добрич.

Данните на НСИ за 2019 г. показват, че в областите, общини от които влизат в състава на Старопланински туристически район, ключовите показатели, свързани със заетостта са най-благоприятни в област Велико Търново, а най-лоши – в област Монтана.

Таблица: КОЕФИЦИЕНТИ НА ЗАЕТОСТ И БЕЗРАБОТИЦА НА НАСЕЛЕНИЕТО НА 15 - 64 Г. ПРЕЗ 2019 Г. ПО ОБЛАСТИ

Област	Коефициент на заетост	Коефициент на безработица
--------	-----------------------	---------------------------



	15 – 64 г. (%)	15-64 г. (%)
Бургас	69.4	3.6
Велико Търново	78.7	2
Видин	56.5	19.1
Враца	59.8	7.7
Габрово	70.1	4.5
Ловеч	67.0	6.5
Монтана	48.2	20.4
Плевен	63.2	7.9
Сливен	64.5	6.5
Търговище	60.1	10.5
Шумен	66.6	10.1

Икономическо състояние на областите

Анализът на Института за пазарна икономика „Регионални профили“¹¹ показва, че за 2017 г. по показателя „икономическо развитие“¹² при Видин и Сливен се отчита слабо ниво на развитие, при Враца, Велико Търново, Монтана и Шумен – незадоволително, а при Бургас, Ловеч и Търговище - средно. Единствено в Габрово икономическото развитие е оценено с максимално висока оценка като много добро.

При 17 170 лв. среден за страната БВП на човек от населението през 2019 г., почти всички области, от чиито състав са общините в Старопланински туристически район, генерират значително по-ниски стойности. Сравнително добри стойности по този показател се регистрират в Габрово и Бургас. Значително по-ниски от средното са стойностите по този показател в Сливен и Видин.

ТАБЛИЦА: БВП НА ЧОВЕК ОТ НАСЕЛЕНИЕТО ПО ОБЛАСТИ

Област	БВП на човек от населението (лв.)
Бургас	13 437
Велико Търново	11 071

¹¹ https://www.regionalprofiles.bg/var/docs/Profiles_2019/Regional_Profiles_2019_BG.pdf

¹² Оценка по пет степенна скала от „Слабо“ до „Много добро“



Видин	8 734
Враца	13 278
Габрово	14 444
Ловеч	10 284
Монтана	9 522
Плевен	9 813
Сливен	8 130
Търговище	10 470
Шумен	10 177

Бургас

Област Бургас продължава своето позитивно развитие през последните години, макар и с по-бавни темпове. Брутният вътрешен продукт на човек от населението е нараснал до 12 240 лв., но все още не достига средните стойности за страната. Доходите също се увеличават, но ръстът им е повлиян негативно от сравнително неблагоприятната образователна структура на населението. Пазарът на труда показва много добри резултати, като безработицата намалява до средните за страната стойности от 5,3%, а икономическата активност на населението расте и вече е около средната за страната. Областта е една от водещите по отношение на развитието на икономиката и инвестициите. Бизнес активността е на едно от първите места в страната с много на брой предприятия на човек от населението, а преките чуждестранни инвестиции надхвърлят средните за страната и достигат 4579 евро на човек от населението. Тези положителни тенденции могат да бъдат ограничени от относително слабото развитие на инфраструктурата и високите нива на местни данъци. Работата на местната администрация също се нуждае от подобряване, особено по отношение на развитието на услугите на едно гише и кадастралното покритие. Данните показват, че Бургаска област е изложена на всеобщата тенденция за застаряване на населението, макар и в по-малка степен от останалите области в страната. Естественят прираст на населението е по-висок от средния за страната, а механичният прираст е положителен в резултат на високата икономическа и инвестиционна активност. Социалното развитие е ограничено от сравнително ниското ниво на обществените услуги, по-специално образованието, здравеопазването и системата на правосъдие, които показват слаби резултати. И трите системи се характеризират със сравнително добра инфраструктура, но показателите за представяне са по-ниски от средните за страната и поставят бъдещото развитие на областта в риск. Околната среда от своя страна е с висока степен на чистота, което е важно



за развитието на туризма и за подобряване на качеството на живот на населението. За това допринася и развитието на местния културен живот.

Велико Търново

Състоянието на пазара на труда в област Велико Търново се подобрява осезаемо в периода след 2013 г., което позволява на средната годишна брутна заплата в областта да поддържа средния за страната темп на нарастване. Велико Търново е една от областите с най-нисък относителен дял на населението на възраст 25–64 години с основно или по-ниско образование, но не е сред областите, които могат да бъдат определени като атрактивни за чуждестранните

инвеститори. Тя се характеризира със сравнително добра инфраструктура, а перспективата за развитието на областта в бъдеще е значителна предвид подновяването на строежа на магистрала „Хемус“. Като пречки пред бизнес средата може да се посочат сравнително високото ниво на местните данъци, особено облагането на недвижимото имущество, както и не особено високата оценка за работата на местната администрация. Влошаването на демографските показатели е по-ясно видимо през последните няколко години, като естественят прираст на населението спада до 9,4% през 2018 г., което е най-ниският темп за областта до този момент. По подобие на област Русе образователната система изпитва известни трудности да обхване и задържи учениците, но в същото време постига резултати, които са близки до или по-добри от средните за страната. И двете области имат и традиции във висшето образование въпреки продължаващия спад на броя на студентите в тях. В областта има значителен недостиг на болнични легла, лични лекари и специалисти – фактори, затрудняващи достъпа до здравни услуги. Наблюдава се ниско ниво на престъпността и

по-висока от средната разкриваемост на регистрираните престъпления. Ниските и непрекъснато намаляващи емисии на въглероден диоксид в атмосферата водят до подобряване на оценката за състоянието на околната среда. Посещаемостта на музеите е над 5 пъти по-висока от средната за страната, поради което Велико Търново получава една от най-високите оценки в сферата на културата.

Видин

По-голямата част от индикаторите за икономическото развитие на област Видин изостават значително от средните стойности за страната. Пазарът на труда продължава да изпитва затруднения, което е видимо както от неизменно високата безработица (близо 20%), така и от ниското ниво на средногодишната брутна заплата (8233 лв.), която е най-ниската в страната. По-висок относителен дял на населението, живеещо под националната линия на бедността, от регистрираните във Видин 39% се наблюдава само в Монтана и Пазарджик. След кратък период на възстановяване през 2015 и 2016 г. инвестиционната активност на местните предприятия отново намалява. Надеждите за икономическо раздвижване в райони след пускането в експлоатация на ГКПП „Дунав мост Видин – Калафат“ засега не се оправдават отчасти заради ниското качество на съпътстващата



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

инфраструктура. Въпреки че нивото на местните данъци и такси е сред най-ниските в страната, качеството на административните услуги продължава да не е достатъчно добро. Неблагоприятното демографско състояние е в основата на изоставането както в икономическото, така и в социалното развитие на областта. Сред малкото позитивни развития в сферата на образованието можем да обособим отварянето на местен филиал на Русенския университет. Добрата обезпеченост на населението с общопрактикуващи лекари не може да компенсира трудния достъп до лекари специалисти. Престъпността е по-висока от средната за страната, но разкриваемостта на регистрираните престъпления достига рекордни стойности през 2018 г. Видин продължава да е единствената област, в която няма действаща пречиствателна станция за отпадъчни води. За разлика от повечето други области в сходно социално-икономическо състояние Видин се характеризира със сравнително висока интензивност на културния живот. Най-висока е посещаемостта на музеите, в чийто обхват влизат и посещенията на крепостта Баба Вида.

Враца

Въпреки че в страната има само седем области с по-висок от регистрирания в област Враца БВП на човек от населението и само четири области с по-висока средна брутна заплата, стандартът на живот не е особено висок. Една от основните причини за това е лошото състояние на пазара на труда – безработицата е два пъти над средната, а заетостта намалява през 2018 г. в противовес на тенденциите на национално ниво. Инвестиционната активност на предприятията е ниска, а чуждестранният интерес към областта е ограничен. Враца традиционно е сред областите, получаващи най-ниска оценка в сферата на инфраструктурното развитие. През територията на областта не преминава магистрала, а първокласните пътища формират едва 10% от дължината на пътната мрежа. Данъчната среда е сравнително благоприятна, а през 2018 г. общините в област Враца постигат най-високата си до този момент оценка в Рейтинга на активната прозрачност на органите на местното самоуправление на ПДИ. Възрастовата структура на областта е най-добрата в рамките на Северозападна България, като Враца е единствената област в района, в която населението на 65 и повече години възлиза на по-малко от 40% от това на възраст 15–64 години. Въпреки че е налице трайно подобрене в способността на учебните институции да обхванат и задържат ученици, качеството на образованието не е особено високо. Здравеопазването в област Враца се характеризира с по-неблагоприятен от средния за страната достъп до услугите, а през 2018 г. финансовите проблеми на една от водещите МБАЛ в областта доведе до по-нататъшното му влошаване. Престъпността е висока, но по относителен дял на разкритите престъпления (68,7%) област Враца отстъпва единствено на Разград. Ниската степен на урбанизация възпрепятства увеличаването на относителния дял на населението, свързано с пречиствателни станции за отпадъчни води, но общото състояние на околната среда остава добро. Област Враца се характеризира със сравнително нисък интензитет на културния живот.

Габрово

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Доходите и условията на живот в област Габрово се приближават до средните за страната стойности, като БВП на човек от населението достига до 87% от средното за страната, а средната годишна заплата вече е прехвърлила 10 хил. лв. В областта има и значително по-ниски от средните за страната дялове на живеещите под линията на бедността и такива с материални лишения. Пазарът на труда се възстановява след кризата сравнително бързо, като безработицата вече е много ниска, но заетостта все още не е достигнала пиковите си равнища от 2008 г. Работната сила на Габрово има голям дял на висшисти, а най-сериозната заплаха пред нея остават демографските процеси. Областта традиционно е шампион по усвояване на средства от европейските фондове, но за сметка на това изглежда, че общата инвестиционна дейност е преминала своя пик за този икономически цикъл. Габрово се радва на относително гъста и висококачествена инфраструктура, а през последните години местните данъци остават постоянни и сравнително ниски. Равнището на административно развитие също е добро. Областта предлага относително добри условия за образование, като училищното обхваща почти цялата релевантна кохорта, а учениците постигат малко над средните резултати за страната на изпитите. Много голямо покритие – 96% от цялото население – се наблюдава по отношение на здравноосигурените лица в областта, а броят на лекарите спрямо населението е съпоставим със средните стойности. Въпреки че не се представя най-зле, Габрово има подчертано отрицателни демографски тенденции, особено по отношение на естествения прираст, който е два пъти по-нисък от средния за страната. Миграцията също е негативна, а намаляването на числеността на населението е ясно видимо и в чувствителния спад на неговата гъстота. Характерно е и силното му застаряване. Благодарение на доста ниската натовареност на съдиите правораздавателната система в областта работи значително по-ефективно от тази на повечето области. Околната среда в Габрово също е в добро състояние, но повод за притеснение е ръстът на количеството генерирани битови отпадъци в нея. Благодарение на високата посещаемост на музеи областта получава много добра оценка и в сферата на културата.

Ловеч

Икономическото развитие на област Ловеч трайно изостава от общите тенденции за страната, поради което БВП на човек от населението възлиза на едва 61,7% от средната стойност за страната – най-ниското съотношение за областта през последните две десетилетия. През 2018 г. безработицата нараства за трета поредна година, но една от причините за това е увеличаващата се икономическа активност. Областта остава не особено привлекателна за чуждестранни инвестиции, като размерът им към края на 2017 г. е с 21% под рекордните нива от 2015 г. Въпреки че нивото на местните данъци в област Ловеч е относително високо на фона на това в съседни области, то е в унисон със средните нива за страната. За сметка на това качеството на административните услуги в областта е високо, като общините постигат среден резултат от 74% в годишния Рейтинг на активната прозрачност на ПДИ. Неблагоприятните демографски процеси в областта водят до бързо влошаване на възрастовата структура, като от 2015 г. броят на лицата на възраст над 65 години е два пъти по-голям от този на лицата до 15 години. Училищната система в област Ловеч успява да обхване голяма част от учениците, но през последните три години

www.eufunds.bg



резултатите на матурите по БЕЛ се влошават. Въпреки че е налице известен недостиг на лекари специалисти, обезпечеността на населението с общопрактикуващи лекари е по-добра от средната за страната. Наказателните съдии в Окръжния съд са сред най-натоварените в страната, но правораздаването остава ефикасно. Престъпността е по-висока от средната, но разкриваемостта е сред най-високите, достигайки 62,4% през 2018 г. Областта се характеризира с добро състояние на околната среда, но и с нисък интензитет на културния живот, с изключение на посещаемостта на музеите, която е над средната за страната.

Монтана

Монтана е областта, която се характеризира с най-неблагоприятно състояние и тенденции на пазара на труда. Намаляващата икономическа активност, високата безработица и неблагоприятната образователна структура на работната сила представляват сериозни пречки пред повишаването на доходите и стандарта на живот. И през 2017 г. Монтана остава най-непривлекателната област за чуждестранни инвестиции, като заема тази позиция за пета поредна година. Фактор в това отношение е и лошото състояние на инфраструктурата. През областта не минава магистрала, а първокласните пътища формират едва 10,3% от общата дължина на пътната мрежа. По подобие на други области със сходен социално-икономически профил данъчната тежест в област Монтана е сравнително ниска. Общинските администрации заявяват сравнително висока готовност за обслужване на гражданите и бизнеса на едно гише, но развитието на електронните услуги все още е по-ниско от средните нива за страната. Демографските процеси, протичащи на територията на област Монтана, са почти аналогични с тези в областта с най-лошо демографско състояние в страната – Видин. Образователната система не успява да обхване и задържи учениците, а средната оценка на зрелостниците на матурите по БЕЛ е трайно под средната за страната. На фона на общото изоставане в социалната сфера прави впечатление сравнително добрият достъп до здравни услуги, като недостигът на лекари специалисти е отчасти компенсиран от близостта до област Плевен. Съдебната система в област Монтана може да бъде определена като една от най-неефикасните в страната – въпреки ниската натовареност скоростта на правораздаване е бавна, а относителният дял на висящите дела е висок. Състоянието на околната среда е добро, като основно предизвикателство остава ниският дял на населението, свързано с пречиствателни станции за отпадъчни води. Монтана е областта, която се характеризира с най-ниска интензивност на културния живот в страната през 2018 г.

Сливен

Общата оценка за икономическото развитие на област Сливен е ниска. Доходите в областта изостават сериозно от средните за страната, а БВП на човек от населението е наполовина на националния. Стандартът на живот е нисък, като делът на населението в домакинства с доходи под линията на бедност е изключително висок. Причините за ниските доходи са в слабото представяне на пазара на труда и в силно неблагоприятната образователна структура на работната сила. Безработицата е два пъти над средната за страната, а заетостта изоставя значително от средните стойности. Независимо от



сравнително благоприятната демографска картина най-вече заради високия дял на младото население недобрите образователни характеристики затрудняват включването му в пазара на труда. Икономическата активност на бизнеса е ниска, а инвестициите страдат от слабо местно управление и относително високи данъци. Въпреки това Сливен разполага с добра пътна инфраструктура с високо качество. Възможностите за областта се крият в подобряване на бизнес средата, на образователната структура и в по-нататъшното развитие на административното обслужване. В основата на доброто социално развитие на област Сливен са добрите демографски показатели – естественят прираст е сравнително висок поради високата раждаемост, а застаряването на населението се отразява възможно най-малко негативно на възрастовата структура. Слабото икономическо развитие води до отрицателен механичен прираст, а образователната структура не създава благоприятни условия за развитие на областта. Ниският обем на генерирани отпадъци също е отражение на относително слабата икономика и ниският стандарт на живот. Образователните резултати се подобряват през последната година, а здравеопазването увеличава своята ефикасност. Правосъдието в Сливен е на много добро ниво със сравнително ниска регистрирана престъпност и добре работеща съдебна система. Културният живот не е интензивен и е силно ограничен от липсата на културна инфраструктура.

Търговище

Търговище е сред областите с относително нисък БВП на човек от населението, което се отразява и в чувствително по-ниските средни доходи на домакинствата. Делът на хората под линията на бедността също е доста над средния за страната, но в същото време делът на населението, живеещо в материални лишения, е съвсем малко над стойността на национално ниво. Последните две години безработицата е около два пъти над средната за страната, което се дължи на отчетливия и` ръст през 2017 г. Заедно с това обаче се повишава и заетостта, което е индикатор за активизиране на предлагането на труд. Делът на хората в работоспособна възраст с висше образование е доста нисък, а на тези с основно и по-ниско – висок. Произведената продукция в Търговище е относително ниска, както и усвояването на европейски средства, но областта привлича сравнително висок обем преки чуждестранни инвестиции. Тя се характеризира и с чувствително по-ниски данъци, а пътищата и` са в добро състояние в сравнение с повечето области. За пръв път от десетилетия през 2018 г. Търговище успява да балансира миграционните процеси. Естественят прираст обаче остава отрицателен, макар не много под средния за страната. Областта е и сред по-рядко населените и по-слабо урбанизираните в страната. Наблюдава се и слаб обхват на образователната система, като в прогимназиалната фаза извън училище остават почти 1/4 от децата, като делът на ранното отпадане също е висок. Достъпът до здравни услуги е труден, но заболяемостта не е особено висока. Въпреки ниската натовареност на съдилищата областта има най-неефективната правна система в страната. Същевременно престъпността е ниска, а отчетената разкриваемост на престъпленията – висока. Слабата урбанизация е предпоставка за нисък дял на домакинствата с достъп до канализация, но областта генерира относително малко битови

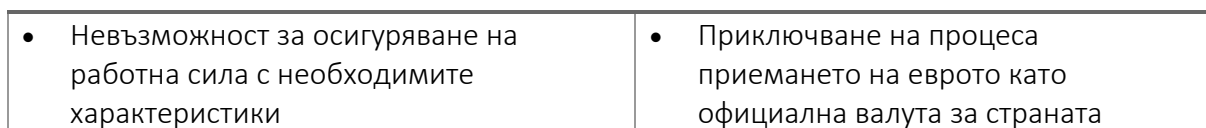
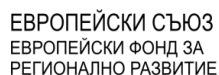


отпадъци. Търговище е на второ място сред областите в страната по брой посещения на театри; интересът към ползване на библиотеките също е висок.

Шумен

През 2018 г. Шумен продължава да е сред областите със сравнително неблагоприятни икономически показатели. Брутният вътрешен продукт на човек от населението и средните доходи са значително по-ниски от средните за страната, а голяма част от населението живее под линията на бедност. Активността на пазара на труда се повишава, но все още безработицата е на изключително високо ниво. Образователната структура на населението не спомага за доброто икономическо развитие, а индустриалната и инвестиционната активност сериозно изостават от средната за страната. Произведената продукция на човек от населението е едва 60% от средната за страната. Заедно с това Шумен разполага с много добра базова инфраструктура – както гъстотата на пътната и жп мрежа, така и качеството на пътната инфраструктура са на високо ниво и могат да служат за основа на ускорено икономическо развитие. За да се реализира този потенциал обаче, са нужни промяна в работата на местната администрация и по-благоприятна данъчна среда в общините в областта. Въпреки застаряването на населението, което е проблем на национално ниво, област Шумен отчита позитивни показатели. Демографското развитие е сравнително благоприятно, като естественият прираст е близо до средния за страната, а механичният прираст е положителен и до известна степен компенсира намаляването на броя на населението. Урбанизацията е ниска и това създава определени ограничения пред качеството на живот, но пък подобрява нивото на чистота на околната среда. Образователните резултати на учениците обаче са слаби. В системата на здравеопазване също се забелязват положителни тенденции, като в резултат на това се наблюдава ниско ниво на хоспитализации и ниска детска смъртност. Постигнатото ниво на реда и сигурността също е високо, като съдебната власт в областта работи ефективно. Културният живот е със сравнително слаба интензивност, но със сравнително висока посещаемост на библиотеките.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
• Бъдещи трусове в глобалната финансова система • Забавяне на икономическия растеж в Европа и страната • Увеличаване на безработицата • Задълбочаване на икономическите различия между районите и областите • Понижаване на жизнения стандарт и благосъстоянието на населението в страната • Повишаване цените на горивата и електроенергията (вследствие на петролна или газова криза)	• Запазване на икономическата и финансовата стабилност • Ускоряване на икономическия растеж и догонващото развитие в страната • Намаляване на различията между регионите и областите • Повишаване благосъстоянието и стандарта на живот • Стабилизиране цените на горивата и електроенергията; • Поддържане на оптимален темп на инфлацията и курса на националната валута



Област	Коефициент на смъртност	Прогноза за населението през 2030, спрямо 2020 г. ¹⁵
--------	-------------------------	---



	Коефициент на естествен прираст		2020 г.	2030 г.
Бургас	-4.7	13.9	408 054	391 217
Велико Търново	-10.1	17.5	233 143	211 173
Видин	-16.4	22.9	82 065	67 667
Враца	-11.4	19.8	160 247	141 302
Габрово	-12.7	19.7	105 971	90 634
Ловеч	-13.1	20.9	122 619	107 755
Монтана	-14.5	21.8	128 011	114 026
Сливен	-2.9	15.3	186 359	178 847
Търговище	-8.9	17.0	109 911	100 771
Шумен	-7.4	15.6	168 221	152 025

По важния за икономическото развитие показател „Относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години с висше образование (%)”¹⁶ се регистрират значителни разлики в отделните области. Делът се равнява на едва 10% в Монтана, където се намират пет от включените в Старопланински туристически район общини. Сравнително добри са стойностите в областите Габрово (29%) и Велико Търново (30%).

ТАБЛИЦА: ОТНОСИТЕЛЕН ДЯЛ НА НАСЕЛЕНИЕТО НА ВЪЗРАСТ МЕЖДУ 25 И 64 НАВЪРШЕНИ ГОДИНИ С ВИСШЕ ОБРАЗОВАНИЕ (%)

Бургас	22.5
Велико Търново	29.6
Видин	19.2
Враца	21.0
Ловеч	19.1
Габрово	29.0

%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%B8-%D0%BF%D0%BE%D0%BB

16

<https://www.nsi.bg/bg/content/797/%3F-%D0%B5%D0%B3%D0%B8%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0>



Монтана	10.0
Сливен	20.9
Търговище	16.8
Шумен	23.7

Свободно време

Последните данни на НСИ за свободното време са от изследването на бюджета на времето на населението, част от програмата за Преброяване на населението и жилищния фонд в България през 2011 г.¹⁷

Изследването показва, че свободното време средно на едно анкетирано лице възлиза на 4 часа и 25 минути; най-много свободно време имат лицата на възраст 10 - 19 години (близо 6 часа) и на 65 и повече години (5 часа и 15 минути), а най-малко - лицата във възрастите 20 - 49 години (3 часа и 45 минути). Почти всеки (98 % от анкетираните) отделя време за дейности като гледане на телевизия, четене на книги, разходки, туризъм, спорт, игри, занимания с компютри и други.

Интересни са и данните от Годишния доклад за младежта, 2018 г., както и от проучването „Българската младеж“ 2018/2019 на Фондация Фридрих Еберт¹⁸, според които 86% от българските младежи предпочитат в свободното си време да излизат с приятели по кафенета и барове. Всеки шести се разтоварва с гледане на телевизия и слушане на музика; 44% играят на телефона или компютъра; всеки трети сърфира в мрежата.

Дейности, които изискват активност или са свързани с личностно развитие, самоусъвършенстване и развитие на умения не се практикуват често. 31% не се интересуват или не търсят информация за културни и спортни мероприятия.

Един от трима от младите българи се занимава активно със спорт, като мъжете спортуват повече от жените. 56% смятат, че в България има добри условия за спорт, а 35% не споделят това мнение. Младите хора от София и областните градове спортуват най-често във фитнес залите, а тези от малките населени места и селата - навън или вкъщи. С нарастване на възрастта делът на неспортуващите се увеличава значително.

Четенето на книги не е сред предпочитаните дейности: 46% от младежите не четат изобщо. Едва 16% прочитат повече от 6 книги на година, а 22% - между 3 и 5 книги. Най-малко четат младежите с основно и по-ниско образование и безработните. Българските младежи почти не водят културен живот: 62% не се интересуват от каквото и да било

¹⁷ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/TUS2009_2010.pdf

¹⁸ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15287.pdf>



изкуство; едва 16% ходят на театър или кино, като в тази група преобладава дялът на младите столичани; 23% посещават галерии и музеи.

Потребление на социални мрежи и приложения за комуникация

Повече светлина за съвременните реалности и стила на живот в България хвърля и проведеното в средата на 2020 г. изследване от ЕСТАТ по поръчка на UNICEF България на тема „Медийното поведение и „инфлуенсърите“ на децата и младите хора в България“.¹⁹

Данните са ключови от гледна точка на това, че моделите на децата и младежите към момента са определящи за техните предпочитания и стилна живот през следващите десетилетия, когато те, като зрели хора ще бъдат гръбнакът на социално-икономическото развитие на страната.

77% от всички участници сърфират в социалните мрежи всекидневно, като 44% от тези потребители отделят на това между 2 и 3 часа от деня си. Значителен е дялът и на по-ревностните любители на социалните мрежи – над четвърт от всекидневните потребители прекарват там над 3 часа на ден.

В сравнителна перспектива всекидневното потребление е далеч по-характерно за възрастовите групи 15-19 г. и 20-24 г., отколкото за по-малките участници на 10-14 г.. Не се забелязват значими полово и географски детерминирани различия.

Интензивното потребление на социалните мрежи е един от най-ярките белези на сегмента от „дигитални ентусиасти“, сред които 87% всекидневно са в социалните мрежи, на фона на 61% от групата на „дигиталните скептици“.

Три четвърти от участниците в изследването всекидневно ползват приложения за комуникация с цел чатене, говорене и обмен на информация. Една четвърт от тях отделят между 2 и 3 часа на ден, а една пета посвещават на комуникационните приложения повече от 3 часа дневно.

Потребление на телевизия

Въпреки общата тенденция на свиване на интереса към традиционните медийни канали за сметка на онлайн съдържанието, 69% гледат телевизия всекидневно, следвани от 17%, които отделят време на телевизионния екран два-три пъти в седмицата. От всекидневните зрители, най-много (44%) отделят между 2-3 часа, но не е за пренебрегване и дялът от 23%, които споделят за средно дневно потребление от над 3 часа.

Потребление на Интернет сайтове и видеоплатформи

¹⁹ <https://www.unicef.org/bulgaria/media/8821/file>



Всекидневното посещение на Интернет сайтове, различни от социалните мрежи и търсачките, е характерно за 40% от анкетиранияте, като най-голяма част от тях (73%) отделят между половин и един час. Шестима от всеки десетима анкетирани всекидневно гледат видео в различни онлайн платформи, а над една пета правят това поне 2-3 пъти в седмицата. Всеки пети прекарва над 3 часа във видеоплатформите, а една четвърт от тях – между 2 и 3 часа.

Потребление на онлайн новинарски източници

Новинарското съдържание в Мрежата генерира ниски нива на потребление – едва 15% от всички анкетирани имат досег с такова съдържание всекидневно, а други 14% – поне 2-3 пъти в седмицата. 38% не четат или гледат новини онлайн. Забелязват се и междувъзрастови различия – 20% от тези на 10-14 г. взаимодействат с онлайн новинарско съдържание всеки ден или 2-3 пъти седмично, при групата на 15-19 г. този дял възлиза на 30%, а при 20-24-годишните – на 40%. Не четат или гледат новини онлайн респективно 56%, 32% и 24% от трите възрастови групи.

Четене на вестници и списания

Четенето на вестници и списания е от слабо значение за участниците – 56% не четат вестници и списания въобще, докато всеки ден, поне веднъж в седмицата или по-често – едва 16% от всички анкетирани. Съотнесена към средните стойности за цялата извадка, липсата на интерес към вестниците и списанията е по-осезаема сред момчетата/мъжете, сред участниците от селата, сред 10-14-годишните и най-вече сред трите уязвими групи.

Бедност

Според данните на НСИ показват, че през 2019 г. средният годишен общ доход на лице от домакинство е 6 592 лв, което означава, че спрямо 2018 г. той е нараснал с 9.6%. През 2019 г. българските домакинства са изразходвали 6 214 лв. средно на лице, което е със 7.7 % повече в сравнение с 2018 година²⁰

През третото тримесечие на 2020 г. общият доход средно на лице от домакинство г. е 1 754 лв. и спрямо същия период на 2019 г. се повишава с 2.2%.

Проучване на Агенция за маркетингови проучвания "Кантар"²¹, поръчано от Европейския парламент показва, че над половината българи са били засегнати финансово от икономическите последици на кризата с коронавируса. Според проучването 53% от българите са с намалени доходи заради кризата, а 26% декларират, че макар доходите им да не са били засегнати досега, тепърва да усетят този ефект на кризата.

20

<https://www.nsi.bg/bg/content/3218/%D0%B4%D0%BE%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%BE%D0%BC%D0%B0%D0%BA%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B0%D1%82%D0%B0>



С това България се нарежда в топ 5 на най-тежко засегнатите по този показател държави в Европейския съюз. Средно в ЕС 39% от анкетираните граждани посочват, че са усетили намаляване на доходите си заради глобалната пандемия.

През 2019 г. 1 586 200 души в България са се намирали под прага на бедността, възлизащ на 413.04 лева месечно. С доходи до този размер у нас са били 22.6% от населението, или близо всеки четвърти български гражданин. Спрямо предходната 2018 г. година броят на хората, които попадат под прага на бедността, се е увеличил с около 35 000 души, посочват от НСИ.

Таблицата ²² по-долу обобщава индикатори от категорията доходи и условия на живот за 11-те области с общини, включени в Старопланински туристически район, които имат отношение към бедността.

Таблица: Индикатори от категорията доходи и условия на живот

	Средногодишен доход на лице от домакинството	Относителен дял на бедните спрямо линията на бедност за страната	Процент от населението, живеещо с материални лишения	Средна годишна брутна заплата на наетите
Бургас	5169	20.0	22.7	11225
Велико Търново	5707	25.8	24.9	10529
Видин	3437	35.0	31.0	9103
Враца	5209	38.9	24.2	12489
Габрово	7406	17.8	14.1	11796
Ловеч	4454	25.3	22.4	10317
Монтана	4644	47.4	22.7	10129
Сливен	4446	33.9	34.0	10005
Търговище	4576	30.2	17.7	10833

²² <https://www.regionalprofiles.bg/bg/regions/pazardzhik/>



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Шумен	5347	29.1	18.5	11028
-------	------	------	------	-------

Налице са добре изразени дисбаланси по области, общини от които влизат в състава на ТР. Така например средногодишният доход на лице в Габрово е с близо 4 хил. лева по-висок от този във Видин. Висок е делът на хората, живеещи в материални лишения в Сливен (3%) и Видин (31%). Делът на бедните спрямо линията на бедност за страната варира от 18% в Габрово до 47% в Монтана.

Модели на потребление

Докладът на Европейския парламент за изграждане на по-устойчив единен пазар посочва, че ако през 2019 г. всички хора са потреблявали толкова, колкото европейците, щяха да бъдат нужни ресурсите на 2,8 планети като Земята.

Потреблението в Европа (храна и напитки, жилищно настаняване, мобилност и туризъм) води до увеличаващ се натиск и въздействия върху околната среда по целия свят, поради нарастващата световна търговия. Постигането на значително отслабване на тези ефекти изисква промяна в частните и обществени модели на потребление, което да допълни ползите от подобрената технология и производствени процеси.

В периода 1990-2010 г. разходите за потребление в ЕС-27 нарастват с 33%. За същия период страните от Западните Балкани и Турция регистрират още по-рязко нарастване от съответно 120% и 63%. Домакинствата харчат между два и шест пъти повече от общественения сектор. Отрицателните екологични последици от консумираните в Европа стоки са от глобално естество – извличането на ресурси, производството, обработката и превозът засягат други региони.

Навиците на хранене и пиене оказват значителен натиск върху околната среда: взимаме пряко участие в този процес като пътуваме до магазина, съхраняваме, готвим и произвеждаме отпадъци; и непряко – и дори още по-важно – чрез производството, обработката и превоза на храна.

Купуват се все повече електроуреди (като телевизори, компютри, лаптопи, мобилни телефони и домакински уреди) и освен това се заменят по-често с нови отпреди.

Увеличава се и пътуването с автомобил и самолет, което повишава енергийното потребление и емисиите на парникови газове; големият автомобилен трафик има основен принос за замърсяването на въздуха и проблемите с шума в градовете.

Туризмът расте бързо, а пътуването от и до определени дестинации най-често се осъществява с кола или самолет. В туристическите дестинации потреблението на вода и енергия, използването на земя и генерирането на отпадъци/отпадъчни води често оказват значителен ефект върху околната среда.

Европейската политика отскоро се заема с предизвикателството, което представляват неустойчивите модели на потребление. Европейски инициативи като интегрирана продуктова политика и Директивата за екодизайн имат за цел да намалят въздействието на продуктите върху околната среда, включително потреблението на енергия по време на

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



целия им жизнен цикъл. Освен това политиките на ЕС насърчават отворените за иновации пазари с помощта на Инициативата за водещи пазари на ЕС. Планът за действие за устойчиво потребление и производство и за устойчива промишлена политика на Европейската комисия от 2008 г., който предстои да бъде преразгледан през 2012 г., подкрепя подходите, основани на жизнения цикъл, затвърдява зелените обществени поръчки и предприема действия за промяна на потребителското поведение. Настоящите политики обаче често се основават на доброволни инструменти, които не разглеждат достатъчно задълбочено причините за неустойчивото потребление; вместо това, те се съсредоточават върху намаляване на въздействията.

Европейската комисия приема „Пътна карта за ефективно използване на ресурсите в Европа“ през септември 2011 г. Тя има за цел да изготви обща методика за оценяване, илюстриране и въвеждане на индикатори за екологично представяне на продукти, услуги, компании и за постигане на по-голямо разбиране на потребителското поведение.

Антропогенна среда и ресурси

С понятието антропогенни туристически ресурси се означават обекти и събития с неприроден характер, които представляват непосредствена цел за пътувания. За разлика от природните, антропогенните ресурси имат главно познавателен, а по-рядко рекреативен ефект. За тяхното въздействие не е характерна сезонност. Свързват се с такива видове действия като маршруто познавателен, конгресен туризъм, пътуване заради развлечение, спортни събития и други.

В България от 100-те туристически обекта, 83 са с антропогенен произход. Като изкуствено създадени обекти, антропогенните ресурси на туризма се характеризират с някои особености, твърде различни от тези на природните ресурси.

Опознаването на антропогенните обекти като правило не изисква голям разход на време. По време на едно пътуване може да се покажат много антропогенни обекти. Поради това използването на антропогенните забележителности е в тясна връзка с развитието на маршрутно-познавателния туризъм.

Туристите, привлечени към антропогенните ресурси се характеризират с по-широки интереси, по-висока култура и сложна диференциация на предпочитанията.

За разлика от природните ресурси, където съществуват редица начини за количествена оценка, при антропогенните може да се правят качествени критерии. Търсенето на антропогенните ресурси се влияе от такива фактори като възраст, интелект, професия, национален състав, мироглед, запаси от познания, степен на образованост и други.

Антропогенните туристически ресурси са характерни за селищната среда. Те са съсредоточени предимно в големите градове. За тях е характерна пунктовата локализация, докато при природните ресурси - ареалната.

Особено ценно качество на антропогенните туристически ресурси е, че те не се влияят от метеорологичните и другите природни условия. Това дава възможност тези ресурси да се



използват извън основния сезон, обусловен от природните дадености. По този начин се смекчава сезонността на туристическите пътувания.

За разлика от природните, антропогенните ресурси нямат възстановителна способност. Затова нанесените щети трябва да се отстраняват чрез инженерно-технически и възстановителни мероприятия. От друга страна обектите от този вид не се променят с времето при изменение на околната среда. Повечето антропогенни обекти за туризма се отъждествяват с недвижими обекти, но все пак при антропогенните ресурси има известна еластичност, като например част от историческите паметници се пренасят и концентрират в музеи и изложби извън мястото на локализация.

Важно е да се отбележи, че в страната ни има изградено самосъзнание не само за наличието на огромно културно наследство, но и необходимостта от неговото съхранение и предаване за бъдещи поколения. България се нарежда сред първите европейски страни, които създават законова рамка за дейността по опазване на културното наследство (няколко години след Освобождението).

Основна роля за опазването на културно-историческото наследство на национално ниво има Министерството на културата и неговите подразделения управляващи политиката в музейното дело, галериите, художествената, етнографската и фолклорна дейност както и опазването на паметниците на културата. Тук спадат Националният Институт за Паметниците на културата (НИПК), Националните районни музеи и галерии, националните театри, театрите в страната, оперите и другите национални културни институции.

На общинско и областно ниво пряко отношение имат Националното сдружение на общините, общинските съвети и консултативните съвети по туризъм към общините, отделите по култура и културните институции в района, градовете и селищата, областните и районни музеи галерии, театри, библиотеки и други. Именно към общинските съвети е и мястото на НПО и браншови организации в туризма.

Здравеопазване

По данни на НСИ²³ към 31.12.2019 г. в България функционират 341 лечебни заведения за болнична помощ с 53997 легла. Общият брой лекари в страната е 29 612. По областите, общини от които влизат в състава на туристическите райони, разпределението на болниците, леглата и лекарите е в следното съотношение:

Таблица: Основни показатели в здравеопазването, 31.12.2019 г.

23

<https://www.nsi.bg/bg/content/3310/%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-3112>



Област	Болнични заведения 24	Легла в болничните заведения	Население на един лекар и на един лекар по дентална медицина на 31.12.2019 г.	
			Лекар	Лекар по дентална медицина
Бургас	19	2 910	1 363	302
Велико Търново	13	1564	748	207
Видин	2	335	297	91
Враца	12	1197	597	124
Габрово	6	858	418	96
Ловеч	8	1066	473	96
Монтана	5	994	449	83
Сливен	7	1064	549	132
Търговище	4	618	326	60
Шумен	5	933	517	115

Министерството на здравеопазването отговаря за регулирането и координирането на здравната система, както и за лицензирането на разгърнатата мрежа от доставчици на здравни услуги, включително болници.

В рамките на социалното здравно осигуряване Националната здравноосигурителна каса (НЗОК) и нейните регионални поделения са единствените купувачи на здравни услуги.

През юли 2019 г. Министерството на здравеопазването предложи реформа на социалното здравно осигуряване, за да се даде възможност на частни здравноосигурителни фондове

24

<https://www.nsi.bg/bg/content/3312/%D0%BB%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%B1%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D0%B7%D0%B4%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BD%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D0%B5%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F-%D0%BD%D0%B0-3112-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8>

www.eufunds.bg



да се конкурират с НЗОК при предлагането на обществения пакет от здравни дейности, но тази промяна все още е в ранен етап на обсъждане.

Разходите за здравеопазване са се увеличили значително, но тяхното равнище продължава да е сред най-ниските в ЕС. През 2017 г. България е изразходвала 1311 евро на глава от населението (коригирани с разликите в покупателната способност) за здравеопазване, което е четвъртото най-ниско равнище в ЕС.

Разходите за здравеопазване се увеличават: бюджетът на НЗОК за 2019 г. е с 24 % по-голям, отколкото за 2017 г.

Като дял от БВП, през 2017 г. България е изразходвала 8,1 % за здравеопазване, което е под средната стойност за ЕС от 9,8 %, но надвишава равнището на съседните държави.

Лицата и работодателите внасят вноските за социално здравно осигуряване, а държавата покрива вноските за децата, пенсионерите, бедните и други чрез данъчни приходи.

Директните плащания (ДП) от пациентите са 46,6 % от разходите за здравеопазване през 2017 г., което е най-високият дял в ЕС.

Макар в законодателството в областта на социалното здравно осигуряване да се посочва, че следва да има всеобщо здравно осигуряване, значителен дял от населението е неосигурено. През 2017 г. напр. 719 000 души (10,2% от населението) са здравно неосигурени (МФ, 2018 г.), въпреки че според НЗОК делът на гражданите, които не са обхванати от социалното здравно осигуряване, вероятно е около 14 % (при отчитане на онези, които живеят в чужбина постоянно; Изпълнителна агенция „Медицински одит“ (ИАМО), 2017 г.).

Заедно с високите равнища на директни плащания от пациентите, големият брой неосигурени лица създава сериозни проблеми с достъпа до здравни услуги (Съвет на Европейския съюз).

През 2017 г. на лекарствените продукти и медицинските изделия, заедно с болничната помощ, се падат три четвърти от текущите разходи на България за здравеопазване. Измерени като дял от общите разходи, разходите на България за лекарствени продукти са най-високите в ЕС (над 40 %), въпреки че в абсолютно изражение (567 евро на човек) са едва малко по-високи от средните за ЕС (522 евро). На болничната помощ се падат 34% от разходите за здравеопазване, което отразява значението на болничния сектор в България.

От 2010 г. насам разходите за амбулаторна (или извънболнична) помощ са се увеличили значително, но през 2017 г. са възлизали едва на 234 евро на глава от населението. В абсолютно изражение България изразходва приблизително 34 евро на човек за здравна профилактика, в сравнение със средната стойност за ЕС от 89 евро — което се равнява на 2,6% от разходите за здравеопазване.

Благосъстояние

И през 2019 година благосъстоянието на българите остава най-ниското в целия ЕС, показва статистиката на Евростат. Данните показват, че през миналата година



фактическото индивидуално потребление, измерено чрез стандарта за покупателната способност, е едва 58% от средното за Европейския съюз.

Образование, развитие на знание и компетенции

Данните на НСИ за образованието за уч. 2019/2020 г. показват, че през 2019/2020 г. в детски градини са записани 217.9 хил. деца - с 0.4% по-малко от 2018/2019 г. Детските градини са 1 840 с 217.9 хил. деца (те намаляват с 0.4% за година). 112.6 хил. (51.7%) са момчета. Обхватът на децата, изчислен чрез груповия нетен коефициент на записване за учебната 2019/2020 г., е 78.7%. Увеличава се за 1 г. с 0.3 процентни пункта.

Към 1.10.2019 г. учебни занятия се водят в 1 963 общообразователни училища, от които 133 начални, 1 162 основни, 70 обединени, 114 гимназии и 484 средни училища. В сравнение с предходната година общообразователните училища се увеличават с 8. Учениците, записани в общообразователни училища, са 572.5 хил. 21 са училищата по изкуствата, 25 са спортните училища, 358 - професионалните гимназии, 23 - професионалните колежа с прием след средно образование. Общо в тях учат 135.1 хиляди.

Средното си образование са завършили 47.4 хил. души (25.8 хил. от тях са учили в общообразователни, 21.6 хил. - в професионални гимназии). Учещите висше образование са 220.2 хил., а докторантите - 6 440.

15.8 хил. ученици са напуснали общообразователните училища в България през учебната 2019/2020 година. Причината за 44.4%, или 7.0 хил., от тях е, че са заминали за чужбина. Останалите са отпаднали по семейни причини (40.7% или 6.4 хил.) и поради нежелание да учат (1,6 хил. или 10.2%).

Учителите (вкл. директорите и заместник-директорите с преподавателска заетост) през 2019/2020 г. са 53.1 хил., 85.6% са жени. Най-голяма е групата на учителите в предпенсионна възраст, най-малка - на младите между 25 и 29 години.

През учебната 2019/2020 г. студентите в България са 226.6 хил. - с 2.9 хил. (1.2%) по-малко от предходната учебна година. През 2019 г. са се дипломирали 48.3 хил. души - 25.8 хил. бакалаври и 22.5 хил. магистри. Най-много - 13 595 са завършили специалност от областта „Бизнес и администрация“. Следват „Науки за обществото и човешкото поведение“ (5 715 души) и „Образование“ (5 063 души).

Според данните на НСИ²⁵ към края на 2019 г. училищата в областите в състава на Старопланински туристически район са:



Област	Училища в областта
Бургас	118
Велико Търново	67
Видин	28
Враца	57
Габрово	24
Ловеч	47
Монтана	49
Сливен	58
Търговище	41
Шумен	55

Важен индикатор е и коефициентът на записване на децата в детските градини. За областите, в които са включени общините от Старопланински туристически район коефициентът варира от 68.1% в Търговище до 86.3% във Враца.

Таблица: Коефициент на записване на децата в детска градина по области

Област	Групов нетен коефициент на записване на децата в детските градини % ²⁶
Бургас	80.0
Велико Търново	78.1
Видин	78.7
Враца	86.3

26

[%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%B8](#)

<https://www.nsi.bg/bg/content/3424/%D0%B3%D1%80%D1%83%D0%BF%D0%BE%D0%B2-%D0%BD%D0%B5%D1%82%D0%B5%D0%BD-%D0%BA%D0%BE%D0%B5%D1%84%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B5%D0%BD%D1%82-%D0%BD%D0%B0-%D0%B7%D0%B0%D0%BF%D0%B8%D1%81%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BD%D0%B0-%D0%B4%D0%B5%D1%86%D0%B0%D1%82%D0%B0-%D0%B2-%D0%B4%D0%B5%D1%82%D1%81%D0%BA%D0%B8%D1%82%D0%B5-%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%B4%D0%B8%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D0%B7%D0%BE%D0%BD%D0%B8>

www.eufunds.bg



Габрово	85.0
Ловеч	78.6
Монтана	75.4
Сливен	64.4
Търговище	68.1
Шумен	77.9

Промени в стила и начина на живот

Въпреки липсата на актуални данни за промените в стила на живот на българите, редица социологически проучвания регистрират някои тенденции, които могат да повлияят на развитието на туризма - както в национален, така и в регионален план.

Увеличава се използването на приложения за мобилна комуникация. По данни на НСИ за периода 2014 – 2019 година делът от населението, ползващ смартфон се увеличава от 23 на 63 на сто.

Експоненциално нараства делът на ползването на онлайн резервационни системи и приложения. Пътуването с автомобил става все по-достъпно за българина. По данни на Евростат броят автомобили на 1000 български граждани вече надхвърля 400.

Значително се подобрява качеството на транспортната инфраструктура. Увеличава се броят на местата за настаняване, като в същото време се повишава и тяхното качество. От потребителска гледна точка се увеличават възможностите за избор според категорията и цената им.

Повишават се изискванията на потребителите към качеството на туристическия продукт. Все повече се търсят допълнителни услуги и атракции, различни от нощувка и хранене. Българинът започва да пътува с цел туризъм все по-често и по-за кратко.

Нарастват броят и делът на пътуванията извън активния летен туристически сезон.

Бързо се променя и стилът на живот на младите, който е определящ за потреблението на туристически услуги от страна на местните туристи през следващите десетилетия.

Според проучване на Фондация Фридрих Еберт²⁷, сред заниманията в свободното време на българските младежи преобладават пасивните дейности със значимо присъствие на „нищо-правенето“ и общуването със семейство и приятели. Двете дейности, присъстващи с най-голяма честота във всекидневието на младежите, са слушането на музика и прекарването на време със семейството. Излизането с приятели е също важно и основно

²⁷ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15287.pdf>



занимание за младежите в свободното време, но с по-малка честота от общуването с членовете на семейството.

Четенето на книги е рядко занимание за съвременния млад човек. Спортът е също рядко занимание в свободното време на младежите. Гледането на филми всеки ден силно нараства като практика при безработните и достига две трети. Творческите занимания (писане, рисуване, свирене на музикален инструмент) присъстват с различна честота в свободното време на малко над една трета от българските младежи. Видеоигрите са популярно занимание в свободното време на българските младежи, при това повече „мъжко“ занимание, отколкото женско.

Почиват („релаксират, разпускат“) всички младежи. „Простото почиване“ е избрано като дейност в свободното време от 96% от българските младежи. Излизат на заведения (барове, кафенета, клубове) отново всички младежи (96%). С медитация, практикуване на йога или нещо подобно се занимават 11% от младежите, като това е по-разпространено при етническите българи, висшистите, богатите и столичани.

Никога не са пътували в чужбина 63% от българските младежи, но този дял пада наполовина в групата на 25-29-годишните. Само 48% от висшистите не пътуват в чужбина изобщо, докато това е характерно за 75% от младежите с основно и по-ниско образование.

Сърфирането в интернет е сред най-разпространените дейности, но целите, заради които се влиза в мрежата, са различни. Ако масово младите използват интернет за общуване с приятели, то е интересно да знаем какъв е броят на приятелите онлайн и с колко от тях младежите общуват и извън мрежата.

Потреблението в свободното време се оказва зависимо не само от икономически фактори, но е от вкусовете на младежите. Различията между младите хора в предпочитанията към едни или други дейности в свободното време свидетелстват за изграждането на собствен жизнен стил, който на свой ред е етап от формирането на собствена идентичност.

Въпреки многото общи черти, мъжкият и женският стил на развлечения се различават съществено в полза на традиционните очаквания за половите роли. Младите жени прекарват повече време със семейството си и макар често да излизат с приятели и да посещават барове и ресторанти, правят това по-рядко от младите мъже. Обичат да пазаруват значително по-често от младите мъже. Четат повече и по-малко спортуват. Предпочитат творчески занимания (писане, рисуване, свирене на музикален инструмент); повече гледат филми и телевизия.

Младите мъже, макар и редовно да общуват със семейството си, по-често излизат с приятели, ходят на ресторант. По-малко четат, повече спортуват и още по-често играят видеоигри. Прекарват малко повече време, сърфирайки в интернет, като по-често от жените играят на игри.

Съществуват и специфики в ползването на свободното време от младежите в малките и по-големите населени места. Стилът на младите хора от село се отличава с по-често



излизане с приятели, посещаване на заведения, включително и на младежки клубове, а когато са възрастни, повече гледат филми и телевизия и по-малко четат книги и вестници.

Младите хора от големите градове и столицата формират стил на поведение в свободното време, който е свързан с по-малко пасивни дейности като гледане на филми и телевизия и повече творчески занимания и духовни търсения като медитиране и четене на книги за личностно развитие. Те спортуват, колкото и младежите от по-малките населени места, но по-често пътуват в чужбина.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
- Увеличаване на отрицателния прираст на населението - Демографски диспропорции между районите и областите - Нарастване на дела на населението в извънтрудоспособна възраст - Нарастване на дела на маргиналните групи - Увеличаване на безработицата - Нарастване на дела от населението, живеещо под линията на бедност - Задълбочаване на диспропорциите между социалните групи и прослойките - Затвърждаване на консуматорския стил на потребление - Запазване на високия дял на деца и младежи, които не учат, не работят и не се обучават за професия - Неефективност на здравеопазването - Изхабяване и лошо поддържане на антропогенните ресурси	- Социално развитие, догонващо средното за ЕС - Ефективни мерки за преодоляване на демографската криза - Увеличаване на продължителността на живота - Повишаване благосъстоянието на населението - Подобряване на профилактиката и извънболничната помощ - Намаляване на дела на лицата без здравно осигуряване - Ограничаване на отпадането от образователната система - Подобряване на професионалното образование и обучение, в това число и сектора на туризма - Социално-икономическо интегриране на малцинствените етнически общности - Формиране на стил на живот и потребителска култура, ориентиране към пестене на ресурси и опазване на околната среда

Технологични

Научни открития и иновации

По предварителни данни на НСИ²⁸ през 2019 г. разходите за научноизследователска и развойна дейност (НИРД) са 1 002.1 млн. лв., а персоналят, зает с провеждането на научни

²⁸ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/NIRD_2019_O2NGWYK.pdf



изследвания и експериментални разработки, е 26 399 души (в еквивалент на пълна заетост), което е с 2,3% повече в сравнение с 2018 година.

Интензивността на НИРД (измерена като процент на разходите за НИРД от БВП) през 2019 г. нараства на 0.84% при 0.76% през 2018 година.

Сектор „Предприятия“ е най-големият от четирите институционални сектора, в които се осъществява НИРД, с дял от 67.2% от общите разходи през 2019 година. Следва сектор „Държавно управление“, чиито научни институти и организации формират 24.9% от общите разходи за НИРД.

Данните на НСИ²⁹ за разходи за НИРД по статистически райони и сектори - 2019 г. показват, че в Северозападния район, в който се намират четири от областите (Видин, Враца, Монтана и Ловеч) в Старопланински туристически район, възлизат на 32 106. В Северния централен, където попадат областите Велико Търново, Габрово и Търговище разходите за НИРД се равняват на 30 462. В Югоизточния район, където попада само община Сунгурларе, разходите се равняват на 47 798. Най-висок за рамките на ТР са разходите в Североизточния район, където попада Шумен - 63 852.

Развитие на информационно-комуникационните технологии

Технологичните иновации са изключително динамичен фактор и влиянието им върху туристическия бизнес е съществено.

В последните години все по-често изразени са тенденциите за значително нарастване на виртуалния туристически пазар; за директно онлайн предлагане на услуги; за все по-малко посредници и маржове; за използване на форуми, блогове и социални мрежи, преглед на страници на потребители (TripAdvisor) и специфични блогове за хотели и туристически агенции като неразделна част от процеса на планиране и подготовка на пътуванията.

Все повече туристически фирми и все по-често залагат на интерактивната комуникация с клиентите си, използвайки микс от разнообразни дигитални комуникационни канали.

За съжаление изследванията за начина, по който технологичните иновации влияят на българския туризъм са изключително оскъдни. Туристическите фирми у нас обаче изостават сериозно в създаването на мощни компютърни информационни системи за предлагане на основни и допълнителни услуги. Повечето фирми в бранша използват ограничено количество информационни технологии. Само 12% от хотелите в страната имат внедрени пълни резервационни системи с разнообразна функционалност и богати

29

<https://www.nsi.bg/bg/content/2684/%D1%80%D0%B0%D0%B7%D1%85%D0%BE%D0%B4%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%BD%D0%B8%D1%80%D0%B4-%D0%BF%D0%BE-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8-%D1%80%D0%B0%D0%B9%D0%BE%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8>



възможности, 85% българските туроператори и 75% от турагентите използват за резервации остарели технологии (телефон, факс).

ТАБЛИЦА: ИЗПОЛЗВАНЕ НА СОФТУЕР КОМПОНЕНТ ОТ ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ФИРМИ В БЪЛГАРИЯ

Вид софтуер	Отн. дял на фирми, които го използват, %
Уебсайт	82.3
Счетоводни програми	46.1
Специализиран софтуер за управление на туристически дейности	43.1
Софтуер за електронно управление на документи	22.6
Софтуер за управление на веригата за доставки	10.8
Интегриран софтуер за управление на фирмени ресурси	10.8
Бизнес интелигентен софтуер	7.8
Географски информационни системи	7.8
Софтуер за управление на знанията	3.9

Транспорт

Транспортно-комуникационната система на района се е формирала вследствие на местоположението му на международни коридори по направлението „север-юг“ и по отношение на посоката „запад-изток“.

По отношение на направлението „запад-изток“, поради специфичните си теренни особености района попада между горепосочените коридори и респективно републикански първокласни пътища) и има индиректна връзка с тях отново най-вече посредством първокласния път I-5 и второкласния II-44. В този аспект развитието и състоянието на път I-5 на територията на района е от изключително значение за региона. Състоянието на тези два основни пътя е относително добро, но пътищата III-ти клас не са в добро състояние и се нуждаят от рехабилитация.

През Старопланинския туристически район преминават две от основните транспортно-комуникационни направления на страната: пътищата I-4/E 772 „София – Варна“ и I-5/E 85 „Русе- В. Търново – Габрово –Стара Загора“, които обслужват връзките в основните посоки – „изток-запад“ и „север-юг“. Има три пътни участъка до билото на Стара планина – „Кръстец-Плачковци-Трявна“, „Габров –вр. Шипка“ и „Габрово – м. Узана“. Планинският и полупланински характер на релефа обуславят териториалното развитие на урбанизацията и транспортните връзки, включително и конкретната им проблематика.

Трябва да се отбележи и фактът, че предстои заграждане на АМ „Хемус“ в участъка от Ябланица до Шумен, които обслужват именно направлението „запад-изток“. И в този



случай, районът, поради вече описаните причини, остава индиректно свързан с очертаната към момента полоса, в която се развиват алтернативите на новата автомагистрала.

През района преминават:

- паневропейски коридор №9, установен на Втората паневропейска транспортна конференция в Крит през 1994 г. – Приложение 15;
- основната TEN-T мрежа, създадена с договора от Маастрихт (1993 г.) за да осигури достъпност и свързаност в рамките на целия Европейски съюз и да насърчи растежа и конкурентоспособността в Единния европейски пазар – Приложение 16;
- път Е-85 – част от международната Е-пътна мрежа, предложена от Икономическата комисия на ООН за Европа (UNECE) – Приложение 17.

С оглед на преминаващия международен трафик, тези коридори се обслужват от автомагистрала или първокласни пътища, които притежават характеристиките, необходими за неговото обслужване. В това отношение Старопланинският път не прави изключение – транспортните коридори „север-юг“ се обслужват от републиканския първокласен път I-5.

За център на туристическия район е определен град Велико Търново. Велико Търново е геометричен център на пространството, ограничено от градовете Варна, Русе, Стара Загора и София. Водещият град на общината отстои приблизително на еднакво разстояние от Русе и Стара Загора, и е разположен по средата между Варна и София. Град Велико Търново е в непосредствена близост до областния център Габрово, на равни отстояния в източно и западно направление от областните центрове Търговище и Ловеч. Общинският център е част от Северния централен район и е разположен недалеч от административния център на района – град Русе. Местоположението на общината я превръща в пресечна точка между направленията изток-запад и север-юг. Направлението, успоредно на Стара планина и северно от нея, се маркира от първокласен път I-4, а в перспектива и от трасето на АМ „Хемус“. Направлението север-юг се изразява от трансевропейски коридор No9 (от Хелзинки до Александруполис), представен в рамките на България основно от път I-5 (Русе-Велико Търново-Габрово-Стара Загора-Димитровград-Кърджали-Маказа). Двете перпендикулярни посоки се осигуряват и от железопътни линии. Общината се пресича от двойната електрифицирана жп линия Варна-Горна Оряховица-София, а гарите в Ресен и Самоводене са разпределителни. От гара Велико Търново в южна посока продължава жп линията, която впоследствие се разделя към Габрово и Стара Загора. Стратегическото разположение на община Велико Търново се допълва и от непосредствената близост на големия железопътен възел и летището в Горна Оряховица. Второкласният път II-55 също следва направлението север-юг, като осигурява връзките между Велико Търново, Нова Загора и Свиленград. Така Велико Търново е свързан с три гранични пункта с Румъния, Гърция и Турция чрез директни транспортни връзки.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Разположението на кръстопът между транспортните оси север-юг и изток-запад, бъдещото доизграждане на АМ „Хемус“ по границата на района и ролята на Европейския транспортен коридор №9 гарантират значими транспортни и логистични дейности.

През територията на община Велико Търново преминава трасето на общоевропейския транспортен коридор – ОЕТК N9. В българската си част той следва трасето на Източен трансбалкански културен коридор. Тази транспортна ос осигурява основния достъп до общината по направление Букурещ-Русе-Бяла-Велико Търново-Стара Загора (по републиканския път I-5 и E -85). На територията на общината не са изградени скоростни пътища и автомагистрали, но се очаква трасето на продължението на АМ „Хемус“ /София-Варна/ да преминава в северната част или в непосредствена близост до общината, като по този начин ще дублира направление на първокласния път I- 4 (E70). Това ще даде възможност за алтернативен достъп до общината, както и ще спомогне за намаляване на транзитния трафик, сега преминаващ през град Велико Търново и допълнително натоварващ градската улична мрежа. През територията на общината преминават и два международния пътя: Първокласният I-4 – свързващ Велико Търново с Ябланица – а от там и с АМ „Хемус“, Шумен и Варна (след Шумен трасето се дублира с АМ „Хемус“); Първокласният I-5 – Русе/Бяла–Велико Търново–Стара Загора–Кърджали–граница Гърция (E-85), формиращ трасето на ОЕТК No9.

Освен първокласните пътища от национално значение, през територията на община Велико Търново преминава трасето на второкласния път II-55 - Велико Търново–Гурково–Нова Загора–Свиленград, който свързва общината с Южна България, като трасето на II-55 е едно от възможните направления за тунелен пробив под Стара планина.

В Старопланинския туристически район се намира и община Габрово, която е разположена в централната част на Република България в планинска територия. Благоприятните условия за живот в тази територия са определени от някои главни природни дадености, именно: билото на Средна Стара планина от юг и редуващите се паралелно на север от него ридове и плата на Предбалкана, ветрилообразно разчленяващите ги долини и котловини в горния водосбор на река Янтра. На тази територия се пресичат два основни пътя с голямо стопанско значение, както в исторически план, така и за съвременното развитие на страната и района. Единият път (I-5 от републиканската пътна мрежа /РПМ/, респективно - E-85 от европейската пътна мрежа /ЕПМ/) преминава в посока север – юг. Този път свързва речните брегове на река Дунав с Тракийската низина и крайбрежията на Бяло и Мраморно море, като пресича Стара планина през прохода Шипка. Другият път (I-4 от РПМ и съответно E-772 от ЕПМ) преминава в посока изток-запад, на север от и успоредно на Предбалкана, в южната част на Дунавската равнина, като свързва западното крайбрежие на Черно море с вътрешността на Балканския полуостров. Общината се намира в област Габрово, както и в Северен Централен Район.

В Старопланинския туристически район попада и община Ловеч, която има добре развита пътна мрежа, която е неравномерно разпределена на територията ѝ. Гъстотата на пътната мрежа е по-ниска в общините от планинската част на областта – Тетевен, Троян и Априлци

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



спрямо тази в равнинната част. През територията на областта преминават две главни транспортни артерии: път Е – 83 (I – 3 – Бяла – Коритна – Ботевград) и Е – 772 (I – 4 Коритна – Микре – Велико Търново – Търговище). Чрез тях се осъществяват връзките на областта с основните транспортни коридори №4, №9 и №7, които преминават през съседни области. Път I – 4 осъществява връзката на област Ловеч с административни и икономически центрове на съседните области и цяла Северна България – Севлиево, В. Търново, Търговище, Шумен и Варна. Важно значение за социално – икономическото развитие на областта и за връзките със съседните области Плевен и Пловдив има второкласния път II – 35. Той преминава през общините Ловеч и Троян, като формира транспортната ос север – юг, свързващ Северна и Южна България чрез Троянски проход. Поради голямата надморска височина проходът е затворен през целия зимен сезон, а отдалечеността на другите проходи изолират област Ловеч от областите в Южна България и са сериозна пречка за развитието на бизнеса.

В Старопланинския туристически район попада и община Враца, която се отличава с благоприятно транспортно-географско и комуникационно положение, обуславящо добрите връзки на общината в вътрешнорегионален, междурегионален и международен план. Общинският център град Враца отстои на 110 км от Столицата, на 80 км от ферибот на Дунав при Оряхово и на 83 км от речното пристанище Лом. През територията на Общината преминават важни железопътни и шосейни коридори с национално и международно значение. Град Враца е пресечна точка на два от най-големите европейски транспортни коридора – коридор № 4 (Дрезден/Нюрнберг – Прага – Виена/Братислава – Будапеща – Крайова/Констанца – Видин – Враца – София – Солун/Пловдив – Истанбул), чието значение нараства сред влизането в експлоатация на Дунав мост 2, и коридор № 7 (Рейн – Майн – Дунав). През община Враца минава път II-15, който е гръбнак на пътната инфраструктура във Врачанска област. Чрез него се осъществява връзка с най-натоварения в момента български ферибот в гр. Оряхово, както и с коридор 7. Електрифицирана линия свързва град Враца с Мездра – София – Роман – Червен бряг, Видин – Лом. Връзката със съседните райони се осъществява и чрез второкласни и третокласни пътища. Основните транспортно-комуникационни оси са развити в западно-източно направление (по протежението на път Е79), както и в субмеридионално направление, по протежението на второкласния път 15, в направлението към Мизия и Оряхово.

През Старопланинския туристически район преминава трасето на главната железопътна линия по направлението Стара Загора–Горна Оряховица, част от националната железопътната мрежа. Тя е част и от Европейското споразумение за главните международни жп линии (AGC), включващо Русе –Г. Оряховица–Стара Загора–Подкова и е съставна част от ОЕТК №9. Това е и единственото жп направление със сухоземен достъп до Румъния, посредством Дунав мост. Влияние върху развитието на този вид транспорт в общината оказва близостта до Г. Оряховица, която е главен жп-възел за Северна България и през него преминава основното жп направление, свързващо София с Варна и другите по-големи градове в района. Това създава известни пречки пред част от жителите на община Велико Търново използващи жп



транспорт, тъй като те трябва да се прикачват /сменят влак/, за да достигнат до столицата или до Варна. Друг недостатък на жп транспорта в района е, че трасето на линиите не преминават през повечето села, което налага използването на лични МПС или частни автобусни превозвачи. В централната част на района железопътният транспорт за територията на областта обслужва само част от населените места - общините Габрово, Трявна и Дряново. Никоя от гарите не е важен жп възел и това до голяма степен представлява пречка за развитието на много сфери от производството и търговията. В този смисъл всички отрасли на икономиката в района разчитат на автомобилната пътна мрежа. Голяма е зависимостта на връзките от състоянието и бъдещото развитие на пътищата, още повече централното място на Габровска област при традиционната връзка между Северна и Южна България. ЖП транспорта в Габрово не е много развит и практически няма обекти с национално значение на територията на общината. Железопътната мрежа на територията на областта в Ловеч е представена от две второстепенни ж. п. линии: Левски – Ловеч – Троян и Червен бряг – Златна Панега. Известно стопанско значение има линията Левски – Ловеч – Троян, която изпълнява и социални функции. През града минава трасето на ж.п. линията София - Видин, намираща се в североизточната част на града и свързана чрез пешеходната зона с градския център.

Габрово разполага с малко летище извън официалната въздушна мрежа на страната – т.е. не предлага транспортни услуги. Най-близкото международно гражданско летище е на 60 км от Габрово (Горна Оряховица), но въпреки това практически не се предлага въздушен пътнически транспорт с национално или международно значение.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
- Нисък процент на разходите за НИРД на университетите и особено на нетърговските организации - Ниски бюджетни разходи за НИРД - Огромна дисбаланс в структурата на разходите за НИРД между регионите и областите - Спад в глобалните и националните разходи за ИКТ, вследствие на глобалната COVID криза - Сравнително слабо проникване на интернет сред домакинствата и лицата в някои райони и области, в това число и в Старопланински туристически район - Слабо ползване и бавно проникване на ИКТ сред МСП в туризма - Недостатъчна първокласна и второкласна пътна мрежа в някои области и общини в туристическия район	- Значителна подкрепа за НИРД с европейски средства - Голям брой лица, работещи като изследователи - Нарастване на навлизането на ИКТ и електронните услуги - Завършване на изграждането на автомагистралите в страната и в туристическия район - Поддържане на добро качество на второкласните пътища в района - Високо качество на интернет връзката и значителен дял на широколентовия достъп до интернет - Модернизиране на железопътните пътнически превози



- | | |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> Неразвитост и слабо използване на ЖП транспорт | |
|--|--|

Екологични

Промени в климатичните условия

Промените в климата са най-голямата заплаха за природата и човечеството през XXI в. Данните показват, че 15-те най-топли години на Земята са били през последните 20 години.

В България се наблюдават повече и по-дълги периоди на засушаване, следвани от сериозни бури и тежки наводнения с разрушения и жертви. Наблюдава се силно изразена тенденция към нарастване на максималните температури на въздуха през лятото и увеличаване на броя на тропическите нощи (с минимална температура над 20°C), както и на продължителността на сухите периоди (последователен брой дни без валеж). До 2050 г., средните годишни температури в страната вероятно ще се повишат с от 1.6°C-1,8°C, а до 2100 г. увеличението може да е с от 3.3° до 3.5°C

Климатът южно от Стара планина става все по-средиземноморски, а на север плодородните земи бавно се опустиняват. Снежните месеци в планините намаляват. Сняг започва да вали след Коледа, а така се променя количеството вода, с което разполагаме през годината.

Повишава се средногодишната температура в извънпланинските части на страната с около 3.8°C-4.0°C. При средногодишните валежи се очаква намаление в Западна България с около 10%, а намалението в Източна България се очаква да бъде по-голямо - с 15-20%.

Резултатите от проекта PRUDENCE, (Prediction of Regional scenarios and Uncertainties for Defining European Climate change risks and Effects), показват, че към края на XXI в. лятната сума на валежите ще намалее значително в Южна и Централна Европа, а интензивните валежи, като тези, които предизвикаха големите наводнения по реките Дунав, Елба и Рона през 2002 г. например, ще се случват по-често и ще бъдат дори по-интензивни.

В България след средата на 1990-те години годишните валежи показват тенденция към повишение в повечето райони на страната, като през последните години има тенденция към зачестяване на случаите с типично пролетно-летен тип конвективна облачност с валежи от дъжд, гръмотевични бури и понякога с валежи от град през зимни месеци като януари и февруари.

Има значително увеличение и на средния брой дни с денонощни суми на валежите над 100 литра на квадратен метър с около 30% за периода 1991-2007 г. спрямо базисния период 1961-1990 г. Според симулациите за нашата страна се очаква в близко бъдеще, валежите през топлото полугодие да намалят с около 30% спрямо климатичната норма (1961-1990 г.), а през студеното полугодие намалението да е значително по-слабо, като за декември, март и ноември валежните количества дори нарастват.

Климатичните промени ще подобрят условията за туризъм в Европа като цяло и може да доведат до увеличение на броя на реализираните нощувки. Единствено засегната от тях



отново ще е Южна Европа, където сега е съсредоточен повече от половината от капацитетът на Европейския съюз за туристическо настаняване. Очакванията са за намаляване на нощувките в тази част на континента с от 1 до 4 % за различните сценарии. Според сценариите за нарастване на температурата с 4,1 до 5,4 °C в останалата част от континента броят на нощувките там ще нарасне съответно с 15 до 25%.

Обобщаването на описаните по-горе резултати от вече известни проучвания и настоящето собствено изследване за тенденциите при въздействието на климатичните промени върху българския туризъм може да бъде систематизирано и формулирано в следните изводи и тенденции³⁰:

- Летният туристически сезон ще се удължи (както през пролетта, така и през есента) – причина е увеличаването на температурите в страната, очаквано повече през есенния сезон;
- Ще се намали биокомфортът през върховия летен сезон, когато може да очаква значително намаляване броя на нощувките, главно от чужденци;
- Зимният туристически сезон ще се скъси значително, а на места с по-ниска надморска височина може съвсем да изчезне – причината е увеличаване на температурите в страната, увеличаване процентът на течните валежи през зимата, повишаване нивото на постоянната снежна линия, по-ранното топене на снеговете;
- Сезонността като цяло ще се намали, или най-малко ще нараства с бавни темпове за сметка на намаляването на зимния сезон и удължаването на летния;
- Ще се наблюдава значителен недостиг на вода за питейни и хигиенни нужди на туристите, особено в Източна България, където е струпана около 75% от настанителната база на туризма. Голф туризмът също ще изпитва силен недостиг на вода за поддържане на зелените си площи. Причината – намаление на водата с 15-20 до 30% в Източна България, с 10% в останалата част на страната;
- Ще настъпят значителни промени в структурата на туристопотоците в страната. Някои от традиционните посетители ще намалееят или дори може да изчезнат, поради подобряване на климатичните условия и съответно възможностите за рекреация в собствените им страни (напр. Германия, Великобритания, Полша, Скандинавските страни и др.)
- Българският туризъм следва все повече да разчита на вътрешния туристопоток. Туристическите предприятия и организации следва своевременно да се пренасочат и



да обърнат вниманието си към задържане на българските туристи в страната и задоволяване на техните изисквания и желания;

- Заетостта на настанителната база има шансове да се увеличи. Причина – удълженият летен туристически сезон. Зимният ски сезон и понастоящем е доста къс и намаляването на заетостта на зимните курорти не би трябвало да се отрази съществено върху общата заетост на базата.
- Заетостта на работната ръка в туризма също има шансове да бъде увеличена, като по този начин се създадат възможности за по-малко текучество, за повишаване квалификацията и доходите на персонала и в крайна сметка за увеличаване качеството на туристическото обслужване в България. А оттам може да се очакват и увеличения в приходите от туризма;
- Приходите от туризма могат да се увеличат през летния сезон, ако по-горе посочените прогнози се сбъднат. От голямо значение ще бъде реакцията и адаптацията на туристическия бизнес към новите предизвикателства пред него, възникнали в резултат на климатичните промени в света и Европа.

Опазване и възстановяване на околната среда

През 2020 г. България заема 41 място от 180 класирани държави в Environmental Performance Index³¹, базиран на 32 индикатора в 11 категории, изчисляван ежегодно по методика на Университета Йейл.

В сравнение с 2018 година, позицията на страната бележи отстъпление с 11 позиции. В регион Източна Европа, България заема 13 място, изпреварена от някои съседни държави, явяващи се и преки конкуренти в привличането на чуждестранни туристи. Гърция е на трето място, Румъния на седмо, а Хърватия – на девето. След България са класирани Северна Македония на 14-то, Сърбия на 15-то; Черна гора – на 17-то и Турция – на 19-то.

Общо за страната делът на защитените територии възлиза на малко над 5 на сто от общата територия и са разпределени по данни на НСИ както следва:

ТАБЛИЦА: ЗАЩИТЕНИ ТЕРИТОРИИ И ОБЕКТИ ПО КАТЕГОРИИ ОБЩО ЗА СТРАНАТА, ХЕКТАРИ, 2018

Наименование на показателя	2018
Защитени територии и обекти - общо	584862
Резервати	77204
Природни забележителности	16665
Защитени местности	79649

³¹ <https://epi.yale.edu/downloads/epi2020report20200911.pdf>



Национални паркове	150362
Природни паркове	256441
Поддържани резервати	4540
Дял на защитените територии от територията на България - %	5.3

Също по данни на националната статистика, замърсяването на атмосферния въздух с вредни вещества има следната структура:

Таблица Емисии на вредни вещества в атмосферата, хил. тонове, 2020

Замърсители	2020
Серни окиси (SO _x)	88
Азотни окиси (NO _x)	84
Неметанови летливи органични съединения (NMVOC)	56
Метан (CH ₄)	644
Въглероден окис (CO)	272
Въглероден двуокис (CO ₂)	40427
Двуазотен окис (N ₂ O)	24
Амоняк (NH ₃)	45

Оценката на качеството на атмосферния въздух върху територията на страната се осъществява чрез Национална система за контрол, чрез която ежедневно се контролират концентрациите на основните показатели.

Република България няма неразрешими хронични проблеми с основните замърсители, с изключение на наднормените нива на фини прахови частици, които се дължат основно на използването на местни твърди горива за отопление и на стария автомобилен парк – проблем, съществуващ в по-голямата част от държавите членки на ЕС. По данните от националната система за мониторинг, през последните години се наблюдава намаляване броя на превишенията на средноденонощната норма и средногодишната концентрация на фини прахови частици за почти всички пунктове за мониторинг. България участва активно в общите усилия за смекчаване на изменението на климата и адаптация към вече настъпилите промени.

От 2014 г. действа Законът за ограничаване изменението на климата. Изпълнява се третият национален план за действие по изменението на климата, в ход е подготовката на Национална стратегия за адаптация. България участва успешно в Европейската схема за търговия с емисии на парникови газове със 127 инсталации на територията на страната.



Заедно с останалите държави-членки на Европейския съюз, България ще изпълнява обща цел за намаляване на емисиите на парникови газове с най-малко 40% до 2030 г. с приемането на Рамката за политиките по климат и енергетика до 2030 г.

ЗАПЛАХИ (ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
- Увеличаване на средномесечните температури - Намаляване на водните ресурси - Влошаване на условията за туризъм в южните райони на страната - Влошаване на условията за зимен туризъм в планините - Запазване или твърде бавно снижаване на замърсяването с фини прахови частици - Твърде бавно протичане на декарбонизацията на производствата	- Удължаване на туристическия сезон извън лятото - Подобряване на климатичните условия за туризъм в северната част на страната и по Черноморието - Намаляване на замърсяването с фини прахови частици, поради мерките за подмяна на отоплителните уреди - Подобряване на представянето в класацията по жизненост на екосистемите и екологично здраве

Фактори от нормативно-правен характер

Вътрешно-правни фактори

Държавата и овластените от нея специализирани органи (юридически и физически лица) въздействат върху туризма чрез методите (подходите) на: подчиненост, зависимост и равнопоставеност, които се прилагат едновременно.

Вътрешноправни източници с пряко влияние върху туризма са Законът за туризма; Законът за устройството на Черноморското крайбрежие; Наредбата за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Планински водач“; Наредбата за условията и реда за сертифициране на „Балнеолечебен (Медикъл СПА) център“, „СПА център“, „Уелнес център“ и „Таласотерапевтичен център“; Наредбата за изискванията към туристическите хижи, туристическите учебни центрове, туристическите спални и прилежащите към тях заведения за хранене и реда за определяне на категория, отказ, прекратяване и понижаване на определената им категория; Наредбата за единните стандарти и за организацията на дейността на Туристическите информационни центрове (ТИЦ) и националната мрежа на Туристическите информационни центрове; Наредбата за образованието, практическата подготовка и професионалната квалификация, необходими за придобиване на правоспособност за упражняване на професията „Екскурзовод“; Тарифата за таксите, които се събират по Закона за туризма; Наредбата за обезопасяването и информационната обезпеченост на ски пистите в Република България и за определяне правилата за безопасност върху територията на ски пистите и ски зоните и за



организацията на работата на ски патрулите; Наредбата за условията и реда за сключване на задължителна застраховка, покриваща отговорност на туроператора; Наредба за изискванията за местоположението, пригодността и оборудването на помещението за извършване на туроператорска и/или туристическа агентска дейност и за образованието, езиковата квалификация и стажа на персонала; Наредбата за организацията на Единната система за туристическа информация; Наредбата за изискванията към местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения и за реда за определяне на категория, отказ, понижаване, спиране на действието и прекратяване на категорията; Наредба № 261 от 13.07.2006 г. за общите правила за обезщетяване и оказване съдействие на пътници при отказ на въздушен превозвач да ги допусне на борда на въздухоплавателното средство и при отменяне или забавяне на полет; Концепцията за туристическо райониране на България; Устройственият правилник на МТ; Правилникът за организацията на работа на Националния съвет по туризъм; Правилникът за организацията на работата и дейността на Експертната комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти; Правилникът за организацията на работата и дейността на ЕККС на туристически обекти.

Вътрешното законодателство на България с пряко влияние върху туризма е синхронизирано с международноправните източници на регулиране на международния туризъм. Регулаторните режими се сменят прекалено често, което влияе негативно и упражнява натиск върху туристическия бизнес. Целесъобразно е регулаторните механизми да се облекчат.

Международно-правни фактори

Международноправните източници на правно регулиране на туристическия бизнес имат конвенционален характер и уреждат отношения между две или повече държави, с цел успешно решаване на даден проблем в системата на международния туризъм (опазване чистотата на водите и въздуха, защита на правата на туристите като потребители на туристически услуги и др.). На глобално равнище преки международноправни източници са:

- Декларация за митнически облекчения на туристите (1954);
- Документ от Акапулко (1982), който: признава правото на почивка, свободно време, свободно придвижване и рекреация; препоръчва мерки за организиране на свободното време и пътуванията и др.;
- Кодекс на туриста и Харта на туризма (1985). Кодексът определя основни задължения на туристите: подчиняване на законите, правилата и нормите на поведение в туристически и транзитни райони; въздържане от демонстриране на икономически, социални и културни различия. По-важни техни права са свързани с административни и юридически облекчения, гаранции за безопасност, защитата им като потребители и др. Препоръчват се мерки срещу проституцията и сексуалната експлоатация на деца;
- Хартата на туризма (1985). Представя водещата роля на държавата в туристическа политика в съответствие с икономическото развитие на страната и възможностите за



разширяване на сътрудничеството в областта на туризма. Държавните институции разработват и прилагат мерки за равномерно разпределение на работното време и подобряване системата на годишните платени отпуски с цел намаляване негативното влияние на сезонния фактор. Създават условия за равномерно развитие на туризма в страната и избягване концентрация на туристическа дейност в определени райони;

- „Препоръчителни мерки за сигурност в туризма” и мерки за „Създаване на възможности за туризъм за хора с увреждания” (1991);
- Стандартна международна класификация на туристическите дейности (Standard International Classification of Tourism Activities, SICTA, 1993), предложена от СТО;
- Самаркандска декларация, която препоръчва: насърчаване и улесняване на туристическите пътувания в райони от маршрута „Пътят на коприната”; развитие на устойчив и ненарушаващ околната среда туризъм; респект към природните и културни ценности; активно участие на местното население в туристическите дейности и др.;
- Декларация от Акра (1995) за: насърчаване икономическото развитие чрез туризма; възстановяване и популяризиране на исторически места, свързани с робството; опазване на материалното и нематериалното наследство на африканските народи и др.;
- Харта за устойчив туризъм (1995) с 18 принципа, по важни от които са: туристическото развитие да се базира на критерии за устойчивост; туризмът да се интегрира в природната, културната и социалната среда на дестинациите; опазване и възстановяване на природно и културно наследство; предприемане на действия за интегриране и планиране на устойчиво туристическо развитие и др.
- Хагска декларация (1998). Залага стратегическите принципи за регулиране на туристическата дейност, част от които пряко свързани с природосъобразен туризъм;
- Световен Кодекс на етиката в туризма (1999) като програма за устойчиво развитие на туризма през 21-ви в.;
- Общи стандарти за приложение на Туристическа сателитна сметка (1999) - ТСС, Tourism Satellite Account (TSA) като средство за измерване на икономическото влияние на туризма и основа на туристическата статистическа система;
- Декларация за екотуризм (2002), в която се препоръчват мерки за: формиране на политика за развитие на екотуризм на различни равнища (местно, регионално, национално); гарантиране опазването на природата, местната култура и традиции; осигуряване участието и координацията между държавните институции за реализиране на програми за екотуризм и др.;
- План за действие за по-устойчив европейски туризъм (2007). Съдържа: цели за постигане на устойчив европейски туризъм; основни предизвикателства пред европейския туризъм; механизми за формиране на устойчиви дестинации, устойчив туристически бизнес и отговорни туристи; препоръчителни инициативи на европейско ниво; индикатори за устойчив туризъм и др.



На територията на ЕС водещи източници на правно регулиране на туристически бизнес са директивите, пряко свързани с туризма. Генерална дирекция „Правосъдие и потребители“ на ЕК е отговорна за прилагането на решенията по директивите. С пряко влияние върху туризма са:

- Директива 90/314/ЕИО за пакетни туристически пътувания. Разработена с цел сближаване на „законовите, подзаконовите и административните разпоредби на държавите-членки по отношение на туристически пакети, продавани или предлагани на територията на Общността“. В обхвата на Директивата са: правото на потребителите на пълно информационно осигуряване; отговорността на туроператора по изпълнение на договорените туристически услуги; допълнителни туристически услуги, продавани на цена, която включва всички разходи; защитата и възстановяването на авансови плащания в случай на несъстоятелност на туроператор, посредник или превозвач, в т.ч. правото на отказ от пътуване без санкция, ако общата цена или превозвачът бъдат променени. През 2013 г. ЕК публикува предложение за ревизия на Директивата в отговор на радикалните промени на туристическия пазар през последните години. Целта е: осигуряване на равнопоставена защита на потребителите, закупили туристически пакети и отделни услуги по интернет (динамични пакети) или ползвали различни доставчици за организиране (комплектуване) на пътуване
- Директива 2008/122/ЕО на Европейския парламент и Съвета относно защитата на потребителите по отношение на някои аспекти на договорите за разпределено във времето ползване на собственост, дългосрочни ваканционни продукти, препродажба и замяна. Определя задължението на търговеца да предоставя информация за съставните части на договора и правото на купувача да се откаже от договора, без да дължи разноски и без да посочва причина, в срок от 14 дни. Съдържа контролен списък за преддоговорна информация, като се използват стандартни формуляри, достъпни на всички езици на ЕС
- Директива за правата на потребителите (2011/83/ЕС) Установява правилата за информацията, която трябва да се предоставя при договори от разстояние и договори извън търговски обект. Урежда правото на отказ при тези договори и хармонизира разпоредби, свързани с изпълнението и други аспекти на договорите между търговци и потребители. Защитата на туристите като потребители се гарантира чрез: премахване на скрити такси и разходи в интернет и на допълнителни такси за плащания с кредитни карти; увеличаване прозрачността на цените; възможност за промяна в намеренията за покупка до 14 дни; по-добри условия за възстановяване на заплатени суми; въвеждане на стандартен (общоевропейски) формуляр за отказ и други
- Регламенти (ЕО) № 261/2004 и (ЕО) № 2027/97 Въвеждат общи правила за обезщетяване и помощ на пътници при отказан достъп на борда, отмяна или голямо закъснение на полети, както и за отговорността на въздушния превозвач (за пътниците и багажа) в случай на произшествие



- Европейски Регламент 2111/ 2005 относно задълженията на туроператорите и туристическите агенти към техните клиенти при включване на авиокомпания в Черния списък

Вътрешното туристическото законодателство на България (пряко и косвено) е хармонизирано с преките международноправни източници на регулиране на туризма.

ЗАПЛАХИ ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ,	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
• Честа смяна на регулаторни режими • Противоречащи си разпоредби в нормативните актове • Административна тежест за туристическия бизнес • Нормативно установени рестрикции по отношение на туристическите пътувания, вследствие на COVID епидемията		• Актуализиране на туристическото законодателство • Хармонизация с международноправни норми • Правно обезпечаване на дейността на ОУТР • Реализиране на мерките и дейностите, записани в НСУРГРБ • Нормативно уреждане на държавната помощ за сектора, за преодоляване на последствията от COVID кризата

ТАБЛИЦА: ВЛИЯНИЕ НА ФАКТОРИТЕ НА МАКРОСРЕДАТА ВЪРХУ ТУРИЗМА В СТАРОПЛАНИНСКИ ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

ФАКТОРИ МАКРОСРЕДАТА	НА	ВЕРОЯТНОСТ ЗА ПРОМЯНА			ПОСОКА НА ВЛИЯНИЕ*			СИЛА НА ВЛИЯНИЕ		
		мин.	средна	макс.	+	0	-	слаба	средна	голяма
ПОЛИТИЧЕСКИ:										
ФАКТОР 1 Степен на политическа сигурност, безопасност и стабилност		x			x					x
ФАКТОР 2 Промени в политическия климат и либерализация на политическите отношения			x		x					x
ФАКТОР 3 Ниво на корупция, бюрокрация и административно обслужване		x			x					x
ФАКТОР 4 Визови, митнически и гранични формалности и бариери			x		x					x
ФАКТОР 5 Управление на COVID кризата				x	x					x
ИКОНОМИЧЕСКИ:										
ФАКТОР 1 Брутен вътрешен продукт		x					x			x



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

ФАКТОР 2 Икономически растеж	x					x			x
ФАКТОР 3 Доходи и жизнен стандарт на населението	x					x			x
ФАКТОР 4 Цени и инфлация		x			x			x	
ФАКТОР 5 Инвестиционен климат и активност	x				x				x
ФАКТОР 6 Данъчно облагане и данъчен режим	x				x			x	
ФАКТОР 7 Равнища на заетост и безработица	x					x			x
ФАКТОР 8 Икономическо състояние на областите	x					x			x
СОЦИО-КУЛТУРНИ:									
ФАКТОР 1 Демографски промени		x				x		x	
ФАКТОР 2 Увеличаване на свободното време			x		x			x	
ФАКТОР 3 Бедност		x				x		x	
ФАКТОР 4 Модели на потребление	x					x	x		
ФАКТОР 5 Антропогенна среда и ресурси	x				x			x	
ФАКТОР 6 Здравеопазване	x					x			x
ФАКТОР 7 Благосъстояние		x			x			x	
ФАКТОР 8 Образование и развитие на знания и компетенции	x				x			x	
ФАКТОР 9 Промени в стила и начина на живот	x				x		x		
ТЕХНОЛОГИЧНИ:									
ФАКТОР 1 Научни открития и иновации	x				x				x
ФАКТОР 2 Развитие на ИКТ	x				x				x
ФАКТОР 3 Транспорт	x				x			x	
ЕКОЛОГИЧНИ:									
ФАКТОР 1 Промени в климатичните условия		x		x				x	
ФАКТОР 2 Опазване и възстановяване на околната среда		x		x				x	
ПРАВНИ:									
ФАКТОР 1 Вътрешно-правни фактори	x			x				x	

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ФАКТОР 2 Международно-правни фактори	x			x				x	
--------------------------------------	---	--	--	---	--	--	--	---	--

*Посока на влияние: (+) положителна; (–) отрицателна; (0) както положителна, така и отрицателна
Оценките са на екипа, разработил Стратегията.

2. Визия

Туристическият район да се превърне в привлекателна туристическа дестинация на национално и международно ниво, базирана на устойчивото развитие и предлагане на продукти на целогодишен планински и културен туризъм, с допълнително развитие на приключенски и екотуризм, както и селски и религиозен туризъм.

3. Мисия

На основание чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), със Заповед №Т-РД-16-103/11.03.2015 г. на министърът на туризма е утвърдена [Концепция за туристическо райониране на България](#). Чрез нея страната се разделя на 9 туристически района, всеки от които се управлява от една Организация за управление на туристически район (ОУТР). Мисията на ОУТР е да създадат механизъм за взаимодействие между фирмите и туристическите организации и да запълнят празнината в управлението и маркетинга на дестинациите между местното и националното ниво. Една от основните цели на ОУТР е чрез взаимопомощ и сътрудничество в интерес на членовете си и в обществен интерес да извършват дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама в туристическия район.

Мисията следва да бъде изпълнена чрез:

- Развитие и прилагане на целенасочена и последователна туристическа политика за създаване на благоприятна среда на основата на дългосрочни партньорства на международно, национално, регионално и местно ниво между всички заинтересовани страни за развитие на устойчив туризъм, конкурентоспособен туристически сектор и качествен туристически продукт
- Осъществяване на ефективен национален маркетинг за утвърждаване на района като известна и предпочитана дестинация за целевите чуждестранни и български туристи в района.

4. Цели

„Основната цел на настоящата маркетингова стратегия е устойчивото развитие на района като привлекателна и конкурентоспособна целогодишна туристическа дестинация на вътрешния и на международния пазар, чрез подобряване на туристическата инфраструктура, провеждането на ефективна маркетингова политика, повишаването на



капацитета на МСП в сектора и утвърждаването на ОУТР като субект на регионалния туристически маркетинг.“

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИТЕ ПРОДУКТИ ЗА ПОДОБРЯВАНЕ НА ПРЕЖИВЯВАНЕТО НА ТУРИСТИТЕ В РАЙОНА

Цел 1: Развитие и позициониране на Старопланински туристически район като дестинация със собствена марка за планински, екологичен, винен и творчески туризъм на основата на традиции в лозарството и винарството, атрактивната и запазена природа, историята, творчеството на личността, културата на обществото, архитектурната среда, отношението към здравето, чувството за регионална идентичност и принадлежност

- Създаване на маршрути за планински пешеходен и рекреативен туризъм в Стара планина
- Развитие на приключенски и екотуризм в ПП „Врачански Балкан“, ПП „Българка“
- Развитие на исторически, фестивален и творчески туризъм на основата на събития и занаятчийство във Враца, В. Търново, Ловеч, Габрово, Котел, Чипровци, Жеравна, Трявна, Елена и Троян
- Развитие на селски туризъм в района на Трявна, Елена, Троян, Тетевен, Котел и други
- Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на манастирите в района на Берковица, Тетевен, Троян, Габрово, Дряново и В. Търново
- Развитие на планински ски туризъм за вътрешния пазар в района на Ком-Берковица, Беклемето и Узана

Цел 2: Разработване на диверсифициран туристически продукт

- Развитие на планински туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Развитие на здравен туризъм (разбиран като събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията
- Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите - въжени градини, тролеи, велопътеки.



- Развитие на селския туризъм и по-конкретно на етнографията, традициите и местната кухня
- Създаване и популяризиране на бранд на Старопланински туристически район

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: УСПЕШНО ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА РАЙОНА НА СВЕТОВНИЯ ТУРИСТИЧЕСКИ ПАЗАР

Цел 1: Провеждане на активна рекламна политика на дестинацията за засилване на интереса към района

- Осъществяване на рекламно-информационни кампании за привличане на туристи, насочени към външни пазари
- Осъществяване на рекламно-информационни кампании за стимулиране на пътуванията на българите в района
- Дигитално интерактивно представяне на района
- Регулярно публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании
- Редизайн, актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи

Цел 2: Укрепване на институционалната рамка

- Подобряване на функционирането на ТИЦ
- Увеличаване на капацитета и ресурсната обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг
- Укрепване на институционалната рамка, увеличаване на участието и подобряване на взаимодействието между заинтересованите страни за развитието на туризма в района.
- Организиране и провеждане на информационни срещи (конференции) на ТИЦ за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и обекти и подобряване на тяхното качество

Цел 3: Провеждане на проучвания от маркетингането на дестинацията

- Редовно провеждане на маркетингови проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители
- Регулярно осигуряване, обработване и анализиране на статистическа информация за характеристиките, поведението и разходите на туристопотоците, за състоянието на суперструктурата и на МСП в туризма

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: ПОДОБРЯВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ПРЕДЛАГАНИТЕ УСЛУГИ

Цел 1: Подобряване на качеството на туристическите продукти



- Подобряване на транспортната инфраструктура
- Осигуряване и поддържане на удобни и с достатъчен капацитет паркинги за организирани и индивидуални туристи
- Ефективно управление на отпадъците в туристическите места
- Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им територия (вкл. язовири, езера, реки)
- Поддържане на туристическите пътища/екопътеките в района
- Подобряване на инфраструктурата за предлагане на приключенски туризъм и екстремни спортове (скално или планинско катерене, скачане с бърджии, рафтинг и други), при спазване на режимите на защитените територии
- Взаимодействия с авиокомпаниите за откриване и поддържане на допълнителни въздушни връзки за летището в Горна Оряховица

Цел 2: Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България

- Подобряване на мерките за сигурност на туристите в туристическите места на района
- Организация и поддържане на висока степен на безопасност на движението в рамките на туристическите места в района
- Поддържане на висока степен на безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района

Цел 3: Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор

- Осигуряване на връзка между бизнеса и образователната система
- Обучение и повишаване на квалификацията на кадрите

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: РАЗВИТИЕ НА ПАРТНЬОРСТВА

Цел 1: Развитие на партньорства

- Провеждане на дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво
- Установяване на трайни контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи
- Организиране на срещи за насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите



- Оказване на подкрепа на ОУТР за насърчаване на участието на местния бизнес и организации на бизнеса в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район
- Насърчаване на участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район
- Оказване на подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ

СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: ПОВИШАВАНЕ НА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТТА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ РАЙОН

Цел 1: Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения

- Участие в специализирани борси и изложения
- Приобщаване на МСП в сектора към усилията, в това число като предлагане на продукти, разработване на креативни предложения и споделяне на финансови разходи за подобряване на регионалния маркетинг
- Организация на срещи за обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори

5. Целеви пазари и групи потребители

Източници на информация

Проведеното в рамките на Дейност 1 проучване показва, че основният източник на информация за туристически места и продукти в Старопланинския туристически район е интернет – посочен от 74% от българите и 73% от чужденците. Т.нар. word-of-mouth (препоръки от приятели и познати) оказват влияние на 57% от българите и 39% от чужденците. Телевизията трети по значимост информационен канал – използвана е от 21% от българите и 15% от чужденците. Силно впечатление прави, че чужденците използват за вдъхновение също рекламни брошури (9%), туристически изложения (8%)

Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района

Според най-голяма част от анкетираните видовете туризъм, които могат да се практикуват в района, са културен (62%), планински (42%), селски (38%), религиозен и поклоннически туризъм (31%). Предварителна информация запитаните са имали относно природата и природните забележителности, културните паметници и атракции, настаняването и местата за хранене. Като недостатъчна се определя наличната информация във връзка с



дейности, свързани със спортен туризъм, спортни състезания и прояви, възможности за бизнес, възможности за лечение, отмора. 67 % от запитаните предпочитат по време на своята почивка да посещават местни забележителности и културни/исторически обекти. На второ място се нареждат самостоятелните обиколки и разходки (60%). 27% изразяват предпочитания към дегустацията на местни деликатеси и продукти. Не се наблюдават сериозни различия в изразените предпочитания от българите и чужденците. В най-голяма степен респондентите са практикували културен туризъм. На второ място се нарежда религиозният и поклоннически туризъм, следван от градският развлекателен и шопинг туризъм, планинския и селски туризъм. Здравният, приключенски и еко туризъм са по-малко популярни.

При планиране на кампании за промотиране на района е препоръчително да се включват кадри и/или описания на част от „офертата“ на района, с възможно най-много конкретика, кратки и ясни текстове и картини, очертаващи палитра от възможности за различните целеви аудитории, идентифицирани по-долу.

Целеви пазари

Критерии	Пазари с висок приоритет	Пазари със среден приоритет	Пазари с нисък приоритет
Характеристика на пазарите	Големи генериращи пазари с високо посещение към туристическия район и с перспективи за увеличаване на броя посетители	Големи генериращи пазари с перспектива за голямо увеличение на туристите към България	Пазари с ограничен интерес към туристическия район и по-малки перспективи за увеличаване на броя туристи
Страни в групата	България, Германия, Великобритания, Франция, Гърция, Турция, Чехия, Румъния,	Русия, Украйна, Сърбия, Северна Македония,	Австрия, Италия, Испания, Белгия, Швеция, Норвегия, Дания, Финландия, Холандия, Словакия



България

Българският турист е особено важен за района, а и за цялата страна. По данни на НСИ и Министерство на туризма, над 75% от всички български туристи са избрали да осъществят туристическо пътуване само в рамките на България през 2019 г. Българите с по-висок



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

образователен ценз са активни в глобалната мрежа, ползват електронни услуги и нови технологии, целят задоволяване на допълнителни потребности чрез своите пътувания и търсят допълнителни продукти и различни видове туризъм, както и комбинацията от няколко вида туризъм. Културно-историческият туризъм следва да продължи да бъде основната оферта на района към българския турист, с послание, че перлите на Възраждането не могат да бъдат пренебрегвани. Като основна целева група за района могат да бъдат открити семейните хора на възраст 35-55 години, които основно го посещават с цел културно-исторически туризъм. Възможностите на района за селски туризъм следва да бъдат промотирани като изключително подходящи, с оглед промените в навиците покрай COVID-19 и възникналото по-голямо търсене на опции за събирания само с най-близки хора, на места без струпвания на хора. Младите хора, на възраст до 35 години, могат да бъдат привлечени и от възможностите за приключенски, а също и фестивален туризъм.



Германия

С население от около 83 млн. души, Германия е най-голямата страна в Западна Европа. Тя е третият по важност чуждестранен генериращ пазар за България след Румъния и Гърция. Немските туристи могат да бъдат привлечени в района не само с възможностите за практикуване на планински туризъм, но и с богатата културна програма, интересните традиции, обичаи и местна кухня. Немците все по-често търсят възможности за спокойна почивка, без големи струпвания на хора, заради кризата, предизвикана от COVID-19. Приключенският туризъм – хайкинг, колоездене, пешеходния планински туризъм и всякакви други активности сред природата, стават все популярни сред немските туристи. Доверието на немските туристи в туроператорите и туристическите агенции е по-силно спрямо която и да е друга държава в Европа. Почти една трета ваканционни пътувания се резервират чрез туроператори и туристически агенции. Немците са склонни да използват комбинация от онлайн и офлайн медии като източници на информация за оферти и дестинации за ваканция.



Великобритания

Старопланинският туристически район може да привлече гражданите от Великобритания главно в качеството си на дестинация, предлагаща отлични възможности за културно-познавателен туризъм, като се акцентира на богатството от възрожденска архитектура. Голям потенциал за увеличаване броя на пътуванията към района се крие и в по-активно промотиране на добре развития планински и селски туризъм, подкрепен от отличните дадености за кулинарен туризъм. Трябва да се засили предлагането на други специализирани форми на туризъм като приключенски и фестивален туризъм. Туристите от Великобритания са предимно на възраст между 25-45 години, младежи и семейства с

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

деца, като и двете групи биха били заинтригувани основно от офертата за богато историческо наследство със силен вино и гурме елемент. Сред младите може да бъде засилена рекламата на фестивали, свързани с местните традиции, както и на възможностите за практикуване на приключенски туризъм. Друга група са хората на възраст над 50 г. със средни и над средните доходи, за които културно-познавателния туризъм и селския туризъм са с по-висок приоритет от предложенията за интензивни приключения. При избора си за почивка туристите от пазар Великобритания използват услугите на туроператори, интернет и се доверяват на препоръки на близки и познати. Планират почивката си по-рано, няколко месеца предварително.



Румъния

Румъния е в топ 3 на чуждестранните генериращи пазари за България, а географската близост с района е сериозно предимство. Освен с възможностите за практикуване на уикенд туризъм с културно-познавателна насоченост, румънските граждани могат да бъдат привлечени и чрез по-активно промотиране на добре развития планински, еко и селски туризъм, гарантиращ спокойна почивка в неспокойни времена. И на този целеви пазар се забелязва все по-голям интерес към т.нар. slow tourism, който в комбинация с традиционните им интереси, прави кулинарния и приключенския туризъм много перспективни. Румънците проучват внимателно за изгодни оферти и често търсят информация в интернет, разглеждат отзиви на потребители в специализирани туристически сайтове, и се консултират с близки и познати.



Гърция

Освен все по-силен интерес към планинския аспект на природните ни дадености, гръцките граждани търсят все повече и културен и винен туризъм. Районът е привлекателен за тях със своя културен туризъм и богата история, а също и с природните дадености и възможностите за религиозен туризъм. Предвид тяхната религиозност и споделяната обща деноминация, включването именно на религиозен и поклоннически туризъм в офертата на района, носи добри перспективи. Гръцките туристи в България са млади хора и хора на средна възраст, като за младите е важно да се акцентира на предложението за приключенски и еко туризъм, съчетан с фестивален туризъм, докато хората на средна възраст биха се заинтригували повече от културно-историческите забележителности от сериозно национално значение, в комбинация с дегустация на традиционни местни ястия и напитки. Гръцките граждани пътуват до България основно с автомобил, автобус, но също и със самолет. Гърците разчитат до голяма степен на препоръката от познати при избора на дестинация за почивка, но също така използват активно и интернет.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



Турция

Турските туристи посещават Старопланинския туристически район основно във връзка с посещения при свои роднини в страната, като трябва да бъдат окуражени да отделят време за културен туризъм. Те държат на добри цени, отлично обслужване, впечатляват се от климат и природни забележителности, нетипични за техните ширини. Районът се посещава както от млади хора, така и от семейства. При избора си за почивка турците използват основно интернет, доверяват се на препоръки от близки и приятели.



Чехия

Чехите посещават страната ни основно през лятото, като интереса към Старопланинския туристически район може да бъде допълнително повишен чрез промотиране основно на планински и еко/селски туризъм, както и на богатството от културно-исторически забележителности. Районът е привлекателен за младежи, които пътуват с цел лятна почивка с много приключения, активности на открито, включително практикуване на екстремен туризъм, селски и еко туризъм, дегустации на вино и храна. Районът се посещава и от млади семейства с деца със средни доходи и двойки над 50 г. без деца, проявяващи интерес основно към селски и еко туризъм, културно-познавателни турове, вино и гурме. Чехите търсят информация предимно в интернет, доверяват се на публикациите в онлайн портали и специализирани туристически сайтове, както и на препоръки от близки и познати. По отношение на резервациите, те използват предимно услугите на туроператори и туристически агенции, но част от тях организират почивките си и самостоятелно.



Франция

Туристическият район има сериозен потенциал да се превърне в популярна дестинация сред французите. COVID-19 доведе до увеличаване на интереса на французите към slow tourism, идеята за който кореспондира отлично с даденостите за културен, планински пешеходен и рекреативен туризъм. Селският и еко туризъм, както и отличните възможности за кулинарен туризъм могат да увеличат интереса на французите на средна възраст допълнително, докато за младите трябва да се постави акцент върху пъстрия фестивален туризъм и офертите за приключенски туризъм. Французите се доверяват на препоръки от семейство, приятели и колеги, а не толкова на реклами. Основната част от французите правят проучванията си за пътуване онлайн, но често резервират почивките си чрез туроператори. Френските туристи имат високи очаквания към качеството на услугата.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



Русия

Русия е най-големият генериращ пазар на задгранични пътувания в Източна Европа. Преобладаващата част от пътуващите с цел туризъм в района са със средни и над средните за страната доходи и могат да си позволят ски ваканция в собствената си страна. Интерес към района имат семействата - млади и средна възраст с непълнолетни деца, и двойки на и над средната възраст, попаднали в района основно покрай лятната си морска почивка. Те могат да бъдат откъснати от основните си планове с оферта за кратки, например двудневни, опознавателни турове, богати на местната култура, история и кухня. Районът ги привлича и с възможността за шопинг туризъм на традиционни на страната стоки. Туристическите агенции имат най-голямо влияние върху избора и са най-често използваните канали за резервации (79%), докато резервации по интернет са направени за 8% от пътуванията, а директно с транспортния превозвач са направили резервация 5%.



Украйна

Старопланинският туристически район не е много популярен сред украинските граждани, но все пак има своите перспективи. Украинските туристи в България са млади хора и хора на средна възраст, със средни и високи за страната си доходи. Освен красива природа и добър климат, украинците търсят приключения и уникални преживявания, демонстрират интерес към местната култура и кухня, към природните ни дадености и културно-историческото наследство. Подобно на руснаците, могат да бъдат привлечени за кратък престой, обвързан с летните им ваканции на Черноморието. Пътуванията до България са предимно резервирани чрез туристически агенции, а делът на резервациите по интернет е значително по-нисък. Подобно на поведението при резервиране основният източник при търсене на информация е туристическата агенция, следвана от приятели, роднини и интернет.



Молдова

Молдова няма развит планински туризъм и това прави Старопланинския туристически район привлекателен за молдовците, сред които имиджа на България е много добър. Младежите са приключенски настроени и възможностите за нискобюджетни, но същевременно наситени с преживявания сред природата пътувания, биха ги накарали да обмислят посещение. Любопитни са и биха се заинтригували от културно-историческите



и природни забележителности, стига посещението им да не коства значителен допълнителен бюджет. Почивките са организирани, а превоза често е автобусен.

6. Уникално предложение за продажба и желано пазарно позициониране

Предложението за продажба и желано пазарно позициониране е най-голямото конкурентно предимство на всеки един от туристическите райони. Конкретното профилиране е направено на база комбинация от предложените типове проучвания и аналитични дейности в рамките на разработения изследователски дизайн.

Виждане за предимствата и недостатъците на района

Природата е изведена на първо място като най-голямото предимство на района (със спонтанно споменаване от една трета от анкетиранияте). На второ място, макар и с под десет на сто, се нарежда Троянският манастир, следван от тишината и спокойствието, историята и културно историческото наследство.

За превръщането на района в конкурентна дестинация са отправени най-вече препоръки за подобряване на инфраструктурата и достъпността на средата (31,7%), организирането на повече събития и публични прояви за привличане на посетителите (30,7%), повече маркетинг и реклама на района (27,2%) и разработване на специфични за конкретния район туристически продукти (24,4%).

С долуописаните препоръки кореспондират и спонтанно назованите недостатъци от някои от респондентите. Те включват слабости при инфраструктурата, слабата реклама, липсата на удобен транспорт и др.

Анкетиранияте смятат, че за да се отличи, районът следва да заложи основно на културния туризъм. На следващо място се поставя акцент на планинския и религиозния и поклоннически туризъм, както и селския туризъм и здравния туризъм.

Като основно предимство на района анкетиранияте фирми изтъкват природата (31,5%).

Сред оценените като най-големи недостатъци с най-голямо натрупване е липсата на реклама/слабото промотиране (14,1%). Следват го недостатъци като лошата инфраструктура, високите цени, обезлюдяването и др.

Широкото мнозинство от анкетиранияте фирми – 78,3% – посочват, че основният вид туризъм, който следва да се развива в района е планински и културен.

В съзнанието на анкетиранияте най-разпространената асоциация, отнасяща се до района, е неговата природа. Сред споменатите асоциации са също Балкана, Царевец и др.

На запитване относно това какъв следва да бъде символът на района най-голям брой от анкетиранияте отговарят, че това трябва да бъде Царевец (12,0%). Сред другите споменати с относително по-високи натрупвания се нареждат – Стара планина (Балкана), часовниковата кула, минералните извори и др.



Думите, с които анкетираните фирми смятат, че най-добре може да бъде описан района, включват: красива природа, спокойствие и тишина, Стара планина, исторически забележителности, чист въздух и др.

Сред предимствата на района се изтъква добре развитият културен и пешеходен туризъм. На разположение на туристите са много къщи за гости, спокойствие и чист въздух. Предимство представляват благоприятният климат, живописността, богатството на културно-исторически и природни забележителности, сред които пещери. По време на престоя си туристите имат възможност да обикалят много градове и забележителности наведнъж. *„Единият ден ще отидат в Етъра и Боженци, а следващият - във Велико Търново и Дряновския манастир. Всичко е близо до нас.“* Организиран се фестивали и футболни събития. За пример са дадени празниците на Еленския бут и Еленския мед. Има много останки от Античната епоха, от Средновековието и Възрожденски паметници.

Сред недостатъците на района са посочени недобре развитата инфраструктура, особено в по-малките населени места. Пешеходните пътеки трябва да бъдат ремонтирани. Много частни площи също имат нужда от ремонт. В по-населените райони следва да се осигурят достатъчно паркоместа. Предпоставките за зимен туризъм не са добре развити. Интервюираните са посочили като недостатък обезлюдяването в части от района, намаляването на броя на училищата и по-малкото ученици. Общините не подпомагат достатъчно финансово организираните спортни събития. Подчертава се, че в по-малко известните обекти се наблюдава много малък интерес от страна на посетителите.

Асоциации със символи на района

Най-известният обект на природното и културно-историческо наследство, според запитаните, е Троянският манастир. Веднага след него се нарежда Царевец. С подчертано по-ниска популярност са с. Боженци, пещерата Леденика, Музей-къща П. Р. Славейков, РЕМО Етъра.

Най-предпочитан туристически обект в района е Царевец на второ място е РЕМО Етъра.

Най-емблематичната асоциация за района е Троянският манастир, посочен от 19,2% от анкетираните. Следват го Царевец и природата на района. Чужденците поставят най-вече акцент върху природата.

За символ на района най-често се посочва Троянският манастир (21,2%), следван от Царевец (14,9%).

Думите, описващи най-добре района според анкетираните, са природа, тишина и спокойствие и красота.

Посочените като най-запомнящи се символи на са архитектурно-музейният резерват Царевец и спектакълът „Звук и светлина“, който се състои в крепостта. Емблематични за района са архитектурно-етнографските резервати Боженци, Етъра и Арбанаси, античният град Никополис. Районът се свързва много силно и с планината и маршрутите/екопътеките в нея.



Като символи биха могли да се открият пещера Проходна, Домът на Пещерняка, Деветашката пещера, Тетевен, Троян, пещерите в с. Ъглен, тракийската крепост в с. Драган. Популярни са Покритият мост в Ловеч, най-големият паметник на Левски. Някои експерти посочват, че за символ на района може да се състезава и музеят на открито - Античен керамичен театър. В целия район има много манастири, обект на интерес от страна на туристите. За символи на района биха могли да се определят също така Дряновският манастир и пещерата Бачо Киро, както и родната къща на Кольо Фичето. Експерти изтъкват популярността и на тракийското съкровище - Рудоземското съкровище. Районът се свързва и с пещера Леденика, която е една от най-посещаваните в България. В района има и много водопади, там се намират и най-високите отвесни скали на Балканския полуостров. Наскоро са възобновили наблюдаване на лешояди в планините – направена е специална Пътека на лешояда.

Популярни сред експертите са музеите и улиците на занаятите, училището в гр. Елена, храмът Св. Никола XV в. с емблематичните си стенописите.

Идеи за уникално предложение за продажба

Експертите предлагат да се помисли за създаване на марка с помощта на пътя, по който е минавала Ботевата чета. Уникално за района е намерената до човешки скелет първа прото-писменост, датираща от 6000 пр. н. е. Дърворезбата също е изтъкната като възможност за уникално предложение за продажба.

Поведение и предпочитания на туристите

Експертите посочват, че туристите са привлечени от района предимно заради девствената природа, чистия въздух и гостоприемството на хората. Открояват се две групи мнения в зависимост от типа туристи. При първите местата за настаняване и хранене, както и качественото обслужване са от приоритетно значение и биха заплатили съответната цена за това.

За друга група туристи не е проблем да спят по няколко човека в стая и с обща санитарен възел на етаж. Водещо при тях е доброто отношение на хижаря и природните забележителности, които ще видят в гората. Туристите предпочитат райони със слаб туристически поток, предпочитат спокойствие и места, които почти не са докосвани от човек.

Част от експертите посочват, че през последните години районът е посещаван от туристи с по-малко възможности.

Профил на туристите

Социално-демографското разпределение по пол на участниците показва, че жените и мъжете са приблизително равни по активност. 60% от анкетираните са жени, а останалите – 40% - мъже, като делът при българите и чужденците е сходен. Резултатите от



проучването сред посетителите показват, че туристопотокът е добре балансиран по основните социално-демографски признаци.

Що се отнася до възрастовата структура, най-голям брой от анкетираните са на възраст 36-45 г., следвани от над 55 г. и 46-55 г. Най-малък брой са посетителите под 25 г. Над половината от изследваните туристи работят на изпълнителска длъжност. Делът на работещите на ръководна длъжност и собствениците/съсобствениците/управители на фирма е едва 12-15%. Образователното равнище на посетителите също е високо.

Преобладаващо респондентите са с полувисше или по-високо образование (58,6%). Със средно образование са 37,8%, а с начално или основно – 1,9%. 12,7% от чужденците имат полувисше образование, докато сред българите се наблюдава двойно по-нисък процент полувисшисти (6,4%). Обратната тенденция се наблюдава сред висшистите – 51,2% от българските туристи имат висше образование, а чуждестранните – 43,3%.

Семейният статус на българите и чужденците е сходен - 56,5% от запитаните са семейни, 14,7% - несемейни, 17,4% живеят на семейни начала. Посоченият общ чист месечен доход средно за всички анкетирани е в размер на 2244,09 лв., като чужденците са посочили средно 3653,92 лв., а българите – 1781,86 лв. С най-високи доходи са представителите на възраст 36-45 години.

Посетените през последните 3 години държави от страна на анкетираните са Гърция, Турция, България, Германия, Италия Испания. През следващите 12 месеца запитаните планират да посетят, на първо място, България, следвана от Гърция, Турция и Италия.

Поведение и предпочитания на туристите

Проведеното проучване сочи, че преобладават пътуванията до 5 дни, в рамките на които една трета заемат пътуванията тип уикенд от 2-3 дни. Половината от българите са посочили като продължителност на престоя си 1-3 нощувки, докато една трета от анкетираните чужденци са посочили, че са прекарвали между 4 и 10 нощувки, но и при тях се наблюдава значително предпочитание към кратките посещения – от 2-3 дни. Една пета от запитаните споделят, че посещават района за пръв път, като делът на чужденците тук е подчертано по-висок в сравнение с при българите. Тази тенденция е най-силно изразена сред посетителите под 25 години. Прави впечатление, че делът на посещаващите го за втори, трети до десети път са сравнително сходни, което показва, че хората се връщат по няколко пъти. По отношение на планирането на пътуванията се наблюдава подчертана спонтанност при осъществяването им – една трета от запитаните са планирали седмица по-рано, а друга една трета – две седмици по-рано.

Що се отнася до типа настаняване чужденците имат по-изразено предпочитание към луксозно настаняване. Същото се отнася и до 25-годишните, както и 36-45-годишните.

Целта на пътуването на половината от анкетираните е семейна почивка и отдих. На второ място се нарежда културният туризъм, а на трето – градски развлекателен и шопинг



туризъм. При българите трите съвпадат с посочените, докато при чужденците – на трето и четвърто място са посочени здравният и планински туризъм.

Почти никой от посетителите не ползва услугите на турагенция и организира пътуването си сам. Над 90% от запитаните организират пътуването си самостоятелно, като при българите делът е дори по-голям. Пътуванията са предимно семейни или с приятели, като при българите пътуванията с приятели са два пъти повече от тези при чужденците. Най-често семейно пътуват 36-45-годишните. Пътуването с приятели е най-често посочвано от 26-35-годишните спрямо останалите възрастови групи. Най-много средства се отделят за храна и настаняване, следвани от разходите за дейности за забавления и релаксация и транспорт. При българите тенденцията за отделяне на по-голямата част от средствата за храна е по-подчертана в сравнение с чужденците. Чужденците отделят повече средства за настаняване, забавления и релаксация от българите. Най-много средства за храна и настаняване отделят 46-55-годишните, а за забавления и релаксация – 26-35-годишните, без това да влияе на средствата за храна и настаняване, които остават приблизително същите като процент.

Интерес към района

През лятото на 2020 година се радва на сравнително голям интерес от страна на гости от Германия, Великобритания, Гърция, Австрия и Франция. Данните за посещаемостта на района по националности са относително балансирани. В най-голяма степен посетителите са практикували културен туризъм. На второ място се нарежда религиозният и поклоннически туризъм, следван от градският развлекателен и шопинг туризъм, планинския и селски туризъм. Здравният, приключенски и еко туризъм са по-малко популярни. Прави впечатление, че за българите културният туризъм е имал по-голямо значение отколкото при чужденците.

Предпочитания на чуждестранните туристи

При избора на дестинация най-висока тежест имат – на първо място, природата, а на следващо, чистотата, климатът, обслужването и забележителностите. Също важни, но не в такава висока степен, са цените, настаняването, местата за хранене. Основните интереси при избора на дестинация са почивката, природата и културата, последвани от посещенията на приятели/роднини, здравето, приключенията, религията. Не се наблюдават значими различия между българите и чужденците.

Дегустацията на храна и напитки, както и пешеходен туризъм/ориентиране, са туристическите дейности, които анкетираните в най-голяма степен биха искали да се предлагат в района. Тенденцията е в сила и при българите, и при чужденците. Значителен интерес се регистрира и към къмпингуването. Най-малък е интересът към дейностите рафтинг, скайдайвинг/парасейлинг, гмуркане, голф.



При Германските посетители при избора на дестинация най-висока тежест имат климата, природата и сигурността, докато при гостите от Обединеното кралство сигурността е на едно от последните места. Германските туристи се интересуват най-много от дегустация на храни и напитки. От екстремните занимания имат най-голям интерес към дейности като пешеходен туризъм/ориентиране, планинско колоездене и къмпингуване.

Сходни са и нагласите на гърците – при избора на дестинация с най-голямо значение са чистотата, сигурността, климата и природата. Най-голям интерес проявяват към дегустация на храни и напитки, пешеходен туризъм/ориентиране, планинско колоездене и къмпингуване

Гостите от Обединеното кралство при избора на дестинация най-висока тежест имат природата, чистотата и настаняването. Най-малко значение отдават на цените и сигурността. Английските туристи се интересуват най-много от планинско колоездене и пешеходен туризъм/ориентиране. Най-ниски оценки при тях са дадени за рафтинг, парашутните скокове, скайдайвинга.

Предварителните очаквания на респондентите са били оправдани напълно или в голяма степен, като сред чужденците се регистрират по-високи нива на пълна удовлетвореност. Неоправдани в една или друга степен са очакванията на 6,5% от анкетираните. Малкото регистрирани пропуски се отнасят до неудовлетворени очаквания в аспекти като – туристическата инфраструктура по време на посещението, туристическите атракции, местната кухня и местата за развлечение. Като цяло едни от най-високите оценки в рамките на посещението получават природата, отношението на местните хора, сигурността, обслужването, а по-слабо се оценяват възможностите за наемането на коли, владението на чужди езици от местните хора, надписите и указанията на чужди езици.

Като препоръки за подобряване на туризма в района анкетираните споменават нуждата от повече реклама и популяризиране, нуждата от подобрения в инфраструктурата, предлагането на повече атракции и събития. Данните показват ясно, че чуждестранните посетители са обединени във високите си оценки за най-важните аспекти от представянето на дестинацията, но също така и че има нюанси, произтичащи от националните особености, социално-демографската им специфика, културните различия и като цяло, стила им за прекарване на свободното време и почивката.

Предложения за уникално предложение за продажба

Тук ще опознаете великолепието на Второто Българско царство и гордостта на българските възрожденци, а ако ви се прииска глътка въздух, можете да я вземете, наслаждавайки се на пещери и водопади като никои други.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Here you will get to know the magnificence of the Second Bulgarian Kingdom and the pride of the Bulgarian Revival, and if you want a breath of fresh air, you can take it, enjoying caves and waterfalls like no other.

Желано пазарно позициониране

Предпочитана дестинация за приключенски и екотуризъм, задължителна спирка в опознаването на българското културно-историческо наследство.

Preferred destination for adventure and ecotourism, a mandatory stop in the exploring of the Bulgarian cultural and historical heritage.

Ключови послания на района

Планински: Неподозираните гледки на Балкана те чакат

Културно-исторически: Традициите, които трябва да познаваш

Приключенски и еко: Пещери и тайни пътеки за повече въображение

Селски: Представи си се преди 100 години

Mountain: The unexpected views of the Balkans await you

Cultural-historical: The traditions you need to know

Adventure and eco: Caves and secret pathways for more imagination

Rural: Imagine yourself 100 years ago



7. Общи насоки за брендиране на всеки туристически район и предложения за лого и слоган

Разработването на общите насоки за брендиране на туристическия район е базирана на резултатите от проучванията и аналитичните дейности, предвидени в рамките на разработения изследователски дизайн, като основен принос имат резултатите от:

- анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайтьори;
- прегледа на добри европейски и международни практики за разработване на маркетингови стратегии и тяхното комуникиране към избрани аудитории, на национално и регионално ниво, в областта на туризма, при съобразяване с териториални, правни и пазарни критерии;
- проучване и анализ на местни брандове и локално предприемачество

Логото е основен атрибут на бранда на района. То трябва да присъства на всеки комуникационен материал, с цел разпознаваемост и бранд принадлежност в комуникацията.

Официалното лого на района се състои от символ, името на района и слоган (ключово послание). Пропорциите, разредката, релативното позициониране и цветът на логото са абсолютно конкретни и не могат да бъдат променяни.

Основната употреба на логото на района е в едноцветен, бял вариант. Това позволява употребата на логото върху основа с всякакъв цвят, без необходимост от подложка.

При необходимост, се предвижда използването на пълноцветно лого, но само в случай, че подложката (основата) е бяла. Цветовете на пълноцветното лого са точно определени.

Логото съществува и в черен вариант, който се употребява в много редки случаи.

Бялото лого може да се използва върху снимки. Ако снимката е прекалено светла или контрастна, трябва да се постави цветен филтър за по-добра четивност на логото. Бялото лого може да се използва върху едноцветен фон, когато има осигурени достатъчен контраст и добра четивност.

Логото на района не трябва да се деформира по никакъв начин, да се разместват елементите му, да се накланя или използва огледално. Не трябва да се използва в други цветове, освен предоставените. Забранено е да се използва контур или прозрачност на която и да е част от логото. Забранено е да се използва цветна подложка, която не осигурява достатъчен контраст на логото и четивност на всички елементи.

Цветното лого винаги се използва с бяла подложка и никакъв друг цвят. Елементите на логото не могат да се разместват по никакъв начин, да се използват вертикално или да се взимат само части от него.

Слоганът на района, ситуиран под името му, представлява основното послание, което се отправя към потенциалните му посетители. Това послание трябва да е изходна точка за



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

всички хедлайни, събхедлайни и криейтив послания, които се създават и са свързани с промотирането на района.

Слоганът винаги стои в точно определена позиция спрямо логото. Те заедно образуват обща композиция. Тази група от елементи е част от постоянните дизайн елементи на бранда. Логото и слоганът винаги се употребяват заедно без препинателни знаци.

По изключение, когато форматът е твърде малък, (например химикалка, друг рекламен материал или много малък формат на уеб банер) логото може да се използва без слоган.

Логото на района трябва да е равно по размери или по-малко от логото на България, когато двете присъстват на едни и същи рекламни материали.

Предложния за лого и слоган

На база на анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайтьри, както и прегледа на добри европейски и международни практики за разработване на маркетингови стратегии и тяхното комуникиране към избрани аудитории, на национално и регионално ниво, в областта на туризма, при съобразяване с териториални, правни и пазарни критерии са разработени следните предложения за лого на слоган на туристическия район.

При разработването на предложенията са използвани основните изисквания в Наръчника за използване елементите на бранд България. Основната употреба на логото е в едноцветен, бял вариант. Това позволява употребата на логото върху цветни фонове без необходимост от подложка. При необходимост, се предвижда използването на пълноцветно лого. Цветовете на пълноцветното лого са точно определени. За да се възприемат добре всички цветове, под цветния вариант се прилага бяла подложка. Логото съществува в черен вариант.

Слоганът на представя района ни като уникалното място и дестинация. Място, което искаш да опознаеш и да споделиш с всички. Това послание трябва да е изходна точка за всички хедлайни, събхедлайни и криейтив послания, които се създават и са свързани с промотирането на дестинацията на района.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



СТАРОПЛАНИНСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

ПОТОПИ СЕ ВЪВ
ВЕЛИКОЛЕПИЕТО



СТАРОПЛАНИНСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

УСЕТИ ГОРДОСТТА НА
ПРИРОДАТА



СТАРОПЛАНИНСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

УСЕТИ ГОРДОСТТА НА
ПЛАНИНАТА



СТАРОПЛАНИНСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

СЪВЪРШЕНСТВОТО В
ПРОСТИТЕ НЕЩА

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



8. Концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район

Разработена е концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район. Концепцията е разработена на база комбинация от предложените типове проучвания и аналитични дейности в рамките на разработения изследователски дизайн, като основен принос имат резултатите от анализа на качествена информация от проведената фокус група с творчески директори на рекламни и комуникационни агенции и с копирайтъри, както и допълнителната поддейност за проучване и анализ на местни брандове и локално предприемачество в деветте туристически района.

Концепцията за брендиране на местните стоки и услуги във всеки туристически район цели създаване на асоциации в съзнанието на туристите. В туристическия район липсва ясно дефинирана конкурентна идентичност, която възпрепятства формирането на диференциращ образ на района като дестинация в потребителското съзнание.

www.eufunds.bg

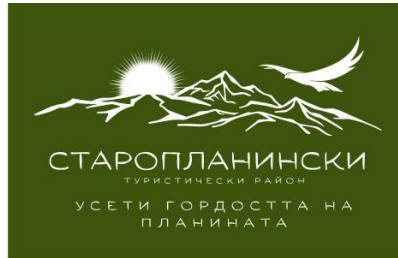
Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ





9. Стратегии и тактики за постигане на целите и достигане до потребителите (маркетинг микс)

Маркетинг микс:

Основните компоненти на маркетинг-микса са свързани с: продуктовата политика на туристическия продукт, които са формирани и предлагат в района, ценовата политика, дистрибуционната политика (каналите за разпространение) и комуникационната политика.

1. Продуктова политика

Продуктовата политика има за предмет от една страна качеството на индивидуалния продукт в широк смисъл, а от друга страна – диференциране на продукта с оглед приспособяването му за различните пазарни сегменти в района. Дефинирането на продуктовата политика е пряко обвързано със спецификата на потребителите и пазарите. Ето и техните най-важни характеристики, обуславящи подхода към продуктите:

Целта на пътуването за 55,5% от анкетираните е семейна почивка и отдих. На второ място се нарежда културният туризъм, а на трето – градският развлекателен и шопинг туризъм. При българите трите съвпадат с посочените, докато при чужденците – на трето и четвърто място са посочени здравният и планински туризъм.

91% от запитаните организират пътуването си самостоятелно, като при българите делът е 94,5%, а при чужденците – 83,3%.

Пътуванията са предимно семейни (63,2%) или с приятели (28,8%), като при българите пътуванията с приятели са два пъти повече от тези при чужденците. Най-често семейно пътуват 36-45-годишните – 76,6%. Пътуването с приятели е най-често посочвано от 26-35-годишните спрямо останалите възрастови групи (35,7%).

При избора на дестинация най-висока тежест имат – на първо място, природата, а на следващо, чистотата, климатът, сигурността, забележителностите. Също важни, но не в такава висока степен, са цените, настаняването, местата за хранене, обслужването.

Основните интереси при избора на дестинация са почивката, природата и културата, последвани от посещенията на приятели/роднини, здравето, приключенията, религията. Не се наблюдават значими различия между българите и чужденците.

67,2% от запитаните предпочитат по време на своята почивка да посещават местни забележителности и културни/исторически обекти. На второ място се нареждат



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

самостоятелните обиколки и разходки (59,9%). 26,9% изразяват предпочитания към дегустацията на местни деликатеси и продукти. Не се наблюдават сериозни различия в изразените предпочитания от българите и чужденците.

В най-голяма степен респондентите са практикували културен туризъм. На второ място се нарежда религиозният и поклоннически туризъм, следван от градският развлекателен и шопинг туризъм, планинския и селски туризъм. Здравният, приключенски и еко туризъм са по-малко популярни. Прави впечатление, че за българите културният туризъм е имал по-голямо значение отколкото при чужденците. Значителни различия по възраст не се наблюдават.

Дегустацията на храна и напитки, както и пешеходният туризъм/ориентиране са туристическите дейности, които анкетираните в най-голяма степен биха искали да се предлагат в района. Тенденцията е в сила и при българите, и при чужденците. Значителен интерес се регистрира и към къмпингуването. Най-малък е интересът към дейностите рафтинг, скайдайвинг/парасейлинг, гмуркане, голф.

Що се отнася до видовете туризъм, които анкетираните смятат, че трябва да бъдат развивани в района, най-големи натрупвания се отчитат при културния туризъм, планинския туризъм и селския туризъм. В сравнителен план следва да се отчете, че чужденците поставят по-слаб акцент на културния от българите, за сметка на фокуса върху планинския туризъм, който при чужденците е по-изявен.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



 културен туризъм - Всички: 59,2% - Българи: 64,4% - Чужденци: 38,8%	 планински туризъм - Всички: 45,1% - Българи: 43,8% - Чужденци: 50%	 селски туризъм - Всички: 38% - Българи: 38,2% - Чужденци: 37,5%
 приключенски и екотуризъм - Всички: 31,2% - Българи: 33,1% - Чужденци: 23,8%	 религиозен и поклоннически - Всички: 29% - Българи: 28,4% - Чужденци: 31,3%	 здравен туризъм - Всички: 27% - Българи: 24% - Чужденци: 38,8%
 градски развлекателен - Всички: 12,6% - Българи: 14,5% - Чужденци: 5%	 винени и кулинарен - Всички: 9,8% - Българи: 10,7% - Чужденци: 6,3%	 ски туризъм - Всички: 9,6% - Българи: 8,2% - Чужденци: 15%
 спортен туризъм - Всички: 6,8% - Българи: 6,9% - Чужденци: 6,3%	 делови туризъм - Всички: 4,8% - Българи: 5,7% - Чужденци: 1,3%	

Сред допълнителните туристически продукти и услуги, които се предлагат, са храните и напитките, транспортни услуги, спа и рекреативни услуги, ресторантьорски услуги. Нисък е дялът на предлагане на коли под наем, организиране на турове и екскурзии, хотелско и друго настаняване.

Основният тип туризъм, който се практикува от посетителите на Старопланински туристически район, е културният и планинският туризъм. Следват го градският развлекателен и шопинг туризъм.

Предлагането на специфични продукти/услуги, свързани с конкретния район, е по-скоро слабо – 22,8%. Изключение правят заведенията, при които 71,4% посочват, че предлагат специфични за района продукти/услуги и/или програми.

Най-привлекателните страни на района според анкетираните представители на фирми са, на първо място, природата (52,2%), следвана от доброто съотношение „цена-качество“ на българските туристически продукти (45,7%), интересните исторически и културни забележителности (45,7%). От значение са също така добрата храна, ниските цени, както и възможностите за съчетаване на туристическите продукти.

ИЗВОД: Интересът на посетителите в общи линии покрива продуктовата специализация на района. Изключение правят екотуризмът от основната и планинският ски туризъм от разширената специализация. Районът предлага палитра от продукти, в която нито един не



доминира значително над останалите. Този факт е предпоставка за едно по-дълго и пълноценно туристическо преживяване. Впечатлява интересът на българите към културата и религията. Този интерес е обусловен от знания и сантименти и е база за устойчивост на посещенията на местните туристи. В Стара планина установяваме и най-голям дял практикуващи религиозен туризъм – по-голям от този в Рила и Пирин и в Софийския район.

Възможности за устойчиво развитие на туризма на ниво район:

Тип туризъм	Планински
Целева група	Българи, 18-55 години, от Западната и Централната част на България Чужденци, 18-55 години
Специфика	Средни по трудност преходи с цел поддържане на добра физическа форма и опознаване на едни от най-популярните природни богатства на Стара планина и многобройните планински маршрути. Престоят може да бъде допълнен с посещение на манастир, разположен в близост до избрания основен маршрут.
Основни забележителности	Врх Ботев, връх Ком, връх Купена (вкл. Тарзанова пътека), връх Шипка, вр. Исполин, Вратцата, водопад Врачанска Скакля, екопътека Боров камък, резервата Джендема, Райското пръскало, хижа Рай, хижа Мазалат, хижа Тъжа, хижа Амбарица, екопътеки ПП Българка
Продължителност на престоя	Еднодневен или с 1 нощувка
Сезонност	Март - Септември

Тип туризъм	Приключенски
Целева група	Българи, 18-55 г., от други райони в страната; Чужденци, 18-35 г.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Специфика	Кратки екскурзии с опознавателна цел в район, богат на природни забележителности. В зависимост от физическата форма и интересите на конкретната група, следва да се предлагат и допълнителни занимания по скално катерене, конна езда, делта- и парапланеризъм, пещерен туризъм, водни спортове и др.
Основни забележителности	Божият мост, Врачанска екопътека, връх Околчица, пещера Леденика, водопад Скока, Еменска екопътека, Хотнишка екопътека, пещери Проходна, Задънен дол, Бачо Киро, язовир Сопот, комплекс „Дядо Йоцо“, местност Узана, пещера Съева дупка, екопътеки Градище и Витата стена, Иванилски водопад
Продължителност на престоя	Еднодневен
Сезонност	Април - Септември

Тип туризъм	Здравен
Целева група	Българи на възраст 25-50 г. с интерес към уелнес почивки Българи на възраст 40+ г. с хронични заболявания или принципен интерес към балнеология и СПА Чужденци на възраст над 40 години
Специфика	Пътуване с цел отдих и оздравителен туризъм в дестинация от района. Включено НВ или All Inclusive изхранване, един лечебен масаж, неограничен достъп до предлаганите в мястото на настаняване базови СПА услуги (минерален басейн, парна баня, Като допълнителна услуга може да се предлагат винени дегустации.
Основни локации	Вършец, Вонеща вода, Чифлик, Шипково, Люляци

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Продължителност на престоя	Уикенд или 5-дневен престой
Сезонност	Целогодишно

Тип туризъм	Културно-исторически
Целева група	Българи, 35-60 години; Чужденци, 40-60 години, гости на София или Варненски Черноморски туристически район
Специфика	Обиколка на архитектурни обекти, разкриващи духа на българското Възраждане. Екскурзията включва нощувки в едно населено място, с включена закуска и вечеря в къща за гости с автентичен вид, опознавателни обиколки на всички основни обекти, с възможност за покупка на сувенири, местни храни и напитки.
Основни локации	Котел, Жеравна, Велико Търново, Арбанаси, Никополис ад Иструм, Елена, Габрово, Хоталич (Севлиево), Боженци, Етъра, Ловеч, археологически комплекс „Калето“
Продължителност на престоя	Една или две нощувки
Сезонност	Март - Октомври

Тип туризъм	Религиозен
Целева група	Българи на възраст над 40 г., семейни, от други райони в страната; Чужденци над 40 г., с планиран поне 3-дневен престой в туристическия район

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Специфика	Еднодневна екскурзия до поне два манастира в района, с предвидено време за почивка и обяд с традиционни гозби, покупка на сувенири и снимки. Предвид обширността на района, екскурзията следва да се предлага в два основни варианта - Западен Старопланински подрайон и Източен Старопланински подрайон.
Основни забележителности	Троянски манастир, Дряновски манастир, Черепишки манастир, Гложенски манастир, Преображенски манастир „Св. Преображение Господне“, Църква "Свети Четиридесет мъченици", Килифаревски манастир „Рождество Богородично“, Соколски манастир
Продължителност на престоя	Еднодневен
Сезонност	Април - Септември

Тип туризъм	Селски
Целева група	Българи, 35-60 години; Чужденци, 35-60 години
Специфика	Почивка на бавни обороти в отдалеч от градския шум район. Нощувки в къщи за гости, вили и малки семейни хотели. В зависимост от конкретната локация, се предлагат различни занимания за разнообразяване на престоя – риболов, водни спортове, организирано посещение на природни феномени и културни забележителности в близост, вечери на българския фолклор, организирано посещение на природни феномени и културни забележителности в близост, конна езда, събиране на билки и гъби, вечери на българския фолклор, занаятчийски демонстрации с възможност за участие и покупка на сувенири.
Основни забележителности	Априлци, Боженци, Троян, Тетевен, Трявна, Рибарица, Жеравна, Орешак

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Продължителност на престоя	1 или 2 нощувки
Сезонност	Целогодишно

Съществуващи марки и продукти	Аудио- визуално шоу „Звук и светлина“ Международен фолклорен фестивал Националният фестивал на фолклорните танцови клубове и групи „Да разлюлеем Балкана“ Национален джаз фестивал „Арт фест“ Оффроуд надпревара „Трявна 4x4“ Предвидено е и включване на дестинацията „Калето“ в допълнителни маршрути за алтернативен туризъм в района (напр. „Пътуване през пет исторически епохи“, „История, култура и Вазовите герои“ и др.) Регионален продукт на туристическа дестинация Елена – Лясковец – Златарица Туристически маршрути в Община Котел: „ Етнография и фолклор“, „Възрожденците в община Котел“, „Художествена живопис“ и „Занаяти“. „Балканът пее и разказва“ „Фестивал на народната носия“ в Жеравна Марка „Горнооряховски суджук“ и „Празник на Горнооряховския суджук“ Национален фестивал „Семе българско“ Ултрамаратон „Трявна ултра“ Мотосъбор – връх Ком Узана поляна фест
-------------------------------	---

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



2. Ценова политика

Ценовата политика обхваща определянето на цената на предлагания пакет туристически услуги, диференцирането на цените по групи пазари, а също и по периоди за туристическия сезон, възможностите за отбив от първоначалната офертна цена и други. Офертната цена се определя съобразно обема на продажбите и пазарните цели на мениджърския екип, начина на организация на продажбите; конкуренцията, както от българска страна, така и от страна на чуждестранни дестинации; очакваните ползи от страна на клиентите и тяхната субективна преценка за съответствие между цена и качество на продукта в т.ч. и качеството на обслужване.

При определяне на ценовата политика е използвано възприятието на туристите за стойността на продукта в рамките на проведеното проучване. Възприятието на туристите зависи от качеството на продукта, от репутацията на дестинацията и от удовлетвореността на предлаганите услуги.

Най-много средства се отделят за храна и настаняване (61,1% и 29,8%), следвани от разходите за дейности за забавления и релаксация (21,2%). 13,2% са посочили, че отделеният най-много средства за транспорт. При българите тенденцията за отделяне на по-голямата част от средствата за храна е по-изразена, в сравнение с чужденците. Чужденците отделят повече средства за настаняване (37,3%), забавления и релаксация (26,7%) от българите (26,4%, съответно 18,7%). Най-много средства за храна и настаняване отделят 46-55-годишните, а за забавления и релаксация – 26-35-годишните, без това да влияе на средствата за храна и настаняване, които остават приблизително същите.

Що се отнася до средната цена на пакета, съществува драстична разлика между заплатените суми от страна на чужденците – 927,50 лв. – и от страна на българите – 175,14 лв. Средно сумата за всички респонденти, заплатили пакет, възлиза средно на 282,62 лв.

74,8% от респондентите смятат, че заплатената цена за предлаганите условия е справедлива. Едва 14,5% смятат, че е твърде висока. Не се наблюдават съществени различия при чужденците, както и по отношение на възрастовата структура на запитаните.

Според 41,6% от респондентите цената има средно влияние върху избора на дестинация, а според 35,2% - голямо влияние. За чужденците цената играе по-важна роля. От по-съществено значение цената е и при анкетираните във възрастовата група 36-45 години.

Представителите на бизнеса отчитат, че през последните години клиентите им търсят по-изгодни оферти и същевременно по-качествена услуга, като при наличие на такива са склонни да осъществяват повторни посещения и да препоръчат района на свои близки.



Според запитаните най-важен фактор за избора на дестинация от страна на посетителите са оптималните цени (21,7%). Следват го красивата природа и забележителностите, които предлага районът.

ИДВОД: Ценовата чувствителност на посетителите на района е умерена към висока. Разглеждани съвкупно, за тях може да се каже, че биха били склонни да платят повече за по-висококачествен продукт. Прави впечатление големият дял на средствата за настаняване, изхранване и транспорт, за сметка на отделяните за забавления и релаксация. Предлагањето на достатъчно разнообразни и качествени допълнителни услуги би повишило и дела на разходите за тях. Туристите в Стара планина са индивидуалисти, независими са по отношение на транспорта, движени са от любопитство, интерес и познания (особено българските), което прави тази цел по-лесна за постигане.

3. Дистрибуционна политика

Системата и политиката на продажби или още каналите за разпределение обхваща възможните подходи, чрез които се осъществява връзката между туристическото предприятие, създаващо и предлагащо продукта и неговите крайни потребители.

На практика се използват две форми на организация на продажбите – директна и индиректна.

- Директна продажба или прекият канал за реализация означава непосредствена връзка между първичното туристическо предприятие, което предоставя продукта и неговите крайни потребители.

- Индиректната продажба означава опосредстване на връзката между продавач и крайния потребител – турист, чрез участието на един или няколко еднородни или разнородни специализирани посредници.

Изборът на каналите за продажба също трябва да бъде съобразен със спецификите на потребителите и на пазарите.

Над 80% от анкетираните в Старопланински туристически район не са заплатили предварително пакет от услуги, като при българите тенденцията е по-изразена – 85%, при 74,7% за чужденците.

От ниския дял, заплатили пакет, най-голяма част (44,8%) са се спрели на нощувка със закуска, а 31,0% - на настаняване тип полупансион. За 18,4% в цената на пакета са били включени и билетите.

Едва 16,1% от ниския процент, заплатили пакет, са могли да се възползват от екскурзии извън мястото на настаняване, 13,8% - атракциони, като на следващо място са ресторантите извън мястото на настаняване и културни/спортни събития.

www.eufunds.bg



Предпочитанията за извършване на самостоятелни обиколки преобладават (над 90% от запитаните), като все пак при чужденците има малко по-висок интерес към ползването на екскурзоводски услуги.

Двете основни дейности, които туристите извършват по време на посещението си, са самостоятелни обиколки и разходки и посещения на местни забележителности и културни/исторически обекти. На следващо място се нареждат посещенията на събития и фестивали и разходки с екскурзоводско обслужване.

Основните предпочитания на туристите са свързани със самостоятелни обиколки (78,3%). Само туроператорите посочват, че две трети от туристите предпочитат екскурзоводски услуги.

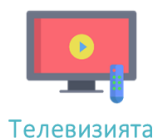
ИЗВОД: Ключово за подобряване на дистрибуцията е оптималното съчетаване на директни и индиректни канали. Туристическите предприятия следва да използват по-активно резервационните и дистрибуционните системи, както и да подобрят качеството на своите уеб ресурси (особено за заведенията и вторичните туристически дейности). МСП следва да „открият“ борсите и изложенията, като дистрибуционен канал, тъй като участието в тях сред всички групи предприятия е практически нулево.

4. Комуникационна политика

Комуникационната политика обхваща многообразието от инструменти за въздействие върху потребителите, които се групират в следните области: връзки с обществеността (PR), реклама, стимулиране на продажбите, директен маркетинг и други.

Интернет, както и приятели/познати, са основен източник на информация за респондентите, посетили Старопланински туристически район. Останалите средства за информация имат ограничено влияние върху анкетираните.

Най-гледаната телевизия, посочена от респондентите - българи, е БТВ и НоваТВ.



Телевизията

- Всички: bTV (18,5%); Nova TV (17,9%); BNT 1 (2,1%) ... Не знам (44,1%)
- Българи: bTV (27%); Nova TV (26,1%); BNT 1 (3,1%) ... Не знам (34,7%)
- Чужденци: BBC (2%); Discovery Channel (1,3%); TLC (1,3%) ... Не знам (64,7%)

Най-често посещавания сайт, свързан с туризъм, от българи и чужденци е booking.com. На второ място е grabo.bg, а на трето – Google.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



Онлайн сайт /
портал, свързан с
туризъм

- Всички: booking.com (10,3%); grabo.bg (9,5%); Google (4,2%) ... Не знам (54,8%)
- Българи: grabo.bg (13,8); booking.com (11,3%); Google (6,1%) ... Не знам (46,6%)
- Чужденци: booking.com (8%); trivago (1,3%); Facebook (1,3%) ... Не знам (72,7%)

Най-често използваната социална мрежа безапелационно е facebook. На второ място е Instagram, като втората е по-популярна сред чужденците.



Социална
мрежа

- Всички: Facebook (54,4%); Instagram (5%) ... Не знам (37,6%)
- Българи: Facebook (58,9%) Instagram (2,5%) ... Не знам (35,9%)
- Чужденци: Facebook (44,7%); Instagram (10,7%) ... Не знам (41,3%)

Сред най-предпочитаните авиокомпании при българите са Lufthansa, Bulgaria Air и Wizz Air, а сред чужденците – Wizz Air, Ryan Air и Lufthansa, Bulgaria Air.



Авиокомпания

- Всички: Lufthansa.com (8,2%); Bulgaria Air (5,7%); WIZZ AIR (4,8%) ... Не знам (69,7%)
- Българи: Lufthansa.com (9,8%); Bulgaria Air (6,4%); WIZZ AIR (2,8%) ... Не знам (69,9%)
- Чужденци: WIZZ AIR (9,3%); Lufthansa.com (4,7%); Ryanair (4,7%) ... Не знам (69,3%)

Най-предпочитаната резервационна система е booking.com, следвана, с доста по-нисък процент, от trivago.



Резервационна
система

- Всички: booking.com (9,9%); trivago (1,1%) ... Не знам (78,8%)
- Българи: booking.com (0,8%) ... Не знам (80,1%)
- Чужденци: booking.com (14%); trivago (2,7%); ... Не знам (76%)

Специфична информация за туристическа атракция/обект или събитие се набавя най-често от интернет (79%) и от познати (59,8%).

Според най-голяма част от анкетираните, видовете туризъм, които могат да се практикуват в района, са културен (62,2%), планински (42,1%), селски (38,3%), религиозен и поклоннически туризъм (31,2%).

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Почти всички запитани вече познават района - една трета го познават добре, над половината запитани – частично. Логично, районът е по-непознат за чужденците.

Предварителна информация запитаните са имали относно природата и природните забележителности, културните паметници и атракции, настаняването и местата за хранене. Като недостатъчна се определят наличната информация във връзка с дейности, свързани със спортен туризъм, спортни състезания и прояви, възможности за бизнес, възможности за лечение, отмора.

Анкетираните се обединяват около мнението, че районът не е достатъчно добре рекламиран (51,6%). Една пета не могат да преценят. При чужденците и 46-55-годишните са налице относително по-големи дялове на считащи рекламата за недостатъчна.

Като най-подходящи и ефективни канали за реклама се обособяват интернет (34,5%), както и телевизионната и радио реклама (34,0%). В междувъзрастов план следва да се отбележи, че сред по-младите интернет е с относително по-високи позиции (40,0% при до 25-годишните и 46,8% при 26-35-годишните), докато телевизионната и радио реклама е по-предпочитана от по-възрастните (40,0% при 36-45-годишните и 38,8% при над 55-годишните).

57,6% от респондентите използват интернет за промотиране на дейността си. На второ място са социалните мрежи (32,6%). Следвани са от специализираните сайтове и електронни медии, като и информационните и указателни табели.

 ИНТЕРНЕТ ● Всички: 34,5% ● Българи: 34,4% ● Чужденци: 35%	 ТВ И РАДИО РЕКЛАМА ● Всички: 34% ● Българи: 34,1% ● Чужденци: 33,8%	 СОЦИАЛНИ МРЕЖИ ● Всички: 9,3% ● Българи: 1,1% ● Чужденци: 6,3%
 РЕКЛАМ В СПЕЦ. ИЗДАНИЯ ● Всички: 8,8% ● Българи: 7,3% ● Чужденци: 15%	 ПУБЛИКАЦИИ В СПЕЦ. ИЗДАНИЯ ● Всички: 7,6% ● Българи: 8,5% ● Чужденци: 3,8%	 ИНФОРМ. ТАБЕЛИ ● Всички: 2% ● Българи: 2,2% ● Чужденци: 1,3%
 БИЛБОРДОВЕ ● Всички: 1,5% ● Българи: 1,3% ● Чужденци: 2,5%	 ДРУГО ● Всички: 2% ● Българи: 1,9% ● Чужденци: 2,5%	 СПЕЦ. БОРСИ И ИЗЛОЖЕНИЯ ● Всички: 0,3% ● Българи: 0,3%

Рекламата следва да се ориентира към съвременните методи, предоставяни от интернет и социалните медии. Те са по-достъпни и не изискват значителни инвестиции, а и на тях се обръща повече внимание, отколкото на брошурите. Последните се считат по-скоро за



отживелица. Рекламата трябва да бъде по-атрактивна и динамична – обновявана с времето. Всяка година трябва да се заснема нова реклама с нещо различно. Рекламата „от уста на уста“ е достоверна, но не предоставя възможност за мобилизиране на големи потоци туристи. Нужна е и подкрепа от общината, която също следва да разчита на приходите от туризма. Интернет би решил казуса и с липсата на достатъчен интерес към района от страна на по-далечни дестинации. Трябва да се рекламира цялостен продукт – не отделни културни забележителности, галерии, скулптори, художници (има опит със сайтове на отделни общини (Дряново), които могат да се приложат за целия район), заедно със съответните туристически обекти, хотели и ресторанти. Районът би могъл да сработи като едно, но трябва да има достъпна информация за всички събития в околността. Туристите, ако разполагат с обобщена информация на едно място, могат всеки ден да практикуват различен вид туризъм. Именно това предложение трябва да залегне в рекламата. Районът разполага и с възможности за кулинарен туризъм, планински, поклоннически, спа- и велотуризм. В допълнение, направена е препоръка за организиране на повече събития, за да има повече посещаемост.

ИЗВОД: Районът следва да заложи основно на онлайн рекламата, като тя трябва да акцентира на продуктовото му разнообразие и на богатите алтернативи от дейности. Както за всеки район, така и за Старопланински туристически район е препоръчително създаването на бранд, като предпоставка за едностилна и консистентна комуникация. Предвид факта, че посетителите на района са относително информирани, самостоятелни и високо мобилни е добре да бъдат използвани социалните мрежи, чрез таргетирана реклама в периода на реализиране на посещенията, с цел популяризиране на многообразието от продукти и дейности. Като добра възможност изглежда рекламата в бордните списания на нискотарифните и някои от националните въздушни превозвачи.

Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район

Експертите споделят, че средствата за реклама са предизвикателство за бизнеса. Най-добрият вариант е финансирането на рекламата да бъде двустранно – половината от парите да даде общината, а другата половина на даден принцип – хотелите, например.

*„Всеки е с ограничени възможности и на никого не му се дават пари.
Всеки търси някой друг да направи брошури.“*

*„Общината участва в Националната туристическа борса в НДК, в
борса за културен туризъм във Велико Търново, във Варна, в
Пловдив.“*



Препоръки към регионалния маркетинг в туризма

Препоръките към регионалния маркетинг в туризма са свързани с основните предимства и недостатъци на района. Сред предимствата на района се изтъква добре развитият културен и пешеходен туризъм. На разположение на туристите са много къщи за гости, спокойствие и чист въздух. Предимство представляват благоприятният климат, живописността, богатството на културно-исторически и природни забележителности, сред които множество на брой пещери. По време на престоя си туристите имат възможност да обикалят много градове и забележителности. За пример са дадени празниците на Еленския бут и Еленския мед. Има много останки от Античната епоха, от Средновековието и много Възрожденски паметници. Препоръките са свързани и с идеите за уникално предложение за продажба - създаване на марка с помощта на пътя, по който е минавала Ботевата чета. Уникално за района е намерената до човешки скелет първа прото-писменост, датираща от 6000 пр. н. е. Дърворезбата също е изтъкната като възможност за уникално предложение за продажба. Експертите посочват, че туристите са привлечени от района предимно заради девствената природа, чистия въздух и гостоприемството на хората. Районът се посещава от хора, предпочитайщи бюджетни пътувания, които поставят цената на почивката на едно от предните места в йерархията на приоритети, предимно семейни или във фактическо съжителство, но пътуващи без деца за кратка почивка. В тази връзка са и изразените желания към предлагане на повече възможности за допълнителни развлечения, организирането на повече събития и публични прояви като атракция за посетителите. Мнението на двата вида анкетирувани сочи в една посока – необходимост от по-широко рекламиране на района, като най-популярни и достъпни за целта са интернет, социални мрежи, телевизия. Сред недостатъците на района са посочени недобре развитата инфраструктура особено в по-малките населени места. Пешеходните пътеки трябва са в незадоволително състояние. В по-населените райони следва да се осигурят достатъчно паркоместа за туристи. Предпоставките за зимен туризъм не са добре развити. Като недостатък се посочва и обезлюдяването в части от района. Общините не подпомагат достатъчно финансово организираните спортни събития. Подчертава се, че в по-малко известните обекти се наблюдава много малък интерес от страна на посетителите.

Всичко тези констатации са предпоставка да бъдат формулирани следните препоръки към Старопланински туристически район за развитие на регионалния маркетинг:

- По-активна реклама и информация за предлаганите в района на туристически продукти;
- Предпоставки за подготовка на по-голям брой квалифициран персонал за нуждите на бранша;



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- Политика на цялостно предлагане и обвързване на туристическите с културните продукти с цел по-дълъг престой на територията на страната на чуждестранни туристи.
- Развитието на селски туризъм. За тази цел обаче следва да се предприемат целенасочени мерки за достъпност и значително количество от посочените като отсъстващи указателни табели на чужд език.
- Целенасочена ефективна туристическа информация и маркетинг на дестинациите в района
- Утвърждаването и популяризирането на местната идентичност
- Промотиране на местни продукти и услуги, вкл. културни прояви, форми на алтернативен туризъм и занаяти към маркетинга на териториите;
- Засилване на сътрудничеството между Старопланинските общини и ключови дестинации от техните територии за разгръщането на потенциала в развитието им като привлекателна туристическа и културна дестинация.
- Разработване на съвместен продукт: интегрирани туристически продукти на основата на местната идентичност и на потенциала на териториите на Стара планина.
- Да се съхранят и популяризират туристическите ресурси, местните продукти и туристически услуги;
- Да се даде възможност да се представят и популяризират специфични за районите туристически ресурси. Предпоставка за трайното и устойчиво развитие на туризма по тази дестинация е богатият ресурс, с който разполагат териториите на всички общини - специфични култура, изкуство, фолклор; атрактивни традиции (обичаи, обреди); автентична кухня; селскостопански и др. специфични дейности.
- Провеждане на атрактивни интерактивни събития за промотиране на местни производства, продукти и традиции в Старопланински туристически район;
- Организиране и провеждане на старопланински фестивални събития с туристически потенциал и промотиране на местната култура
- Промотиране и рекламно представяне на местни традиционни производства в характерна автентична среда, които са основа на съвременни продукти, които се произвеждат на територията на района;

Пътувания и туризъм: тенденции за 2021 – 2022 г.

Туризмът на утрешния ден със сигурност ще бъде различен. Докато очакваме края на здравната криза и възобновяването на туристическите пътувания, Amadeus се опита да

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



откри някои основни тенденции, които да следим отблизо през 2021 г. При идентифицирането на тенденциите за следващата година екипът на Amadeus е вдъхновен от неопровержимото и силно човешко желание да се пътува и от убеждението, че през 2021 г. това желание ще остане непокътнато - а може би дори ще бъде засилено - от Ковида-19. Желанието за пътувания ще действа като движеща сила, която ще тласка туристическата индустрия и местните, регионалните и националните правителства към бързи иновации, за да гарантират по-безопасни, по-удобни и по-приятни пътувания, обясняват от компанията.

Ето ги и шестте тенденции, които ще са водещи през тази и идната година

- По-дълги пътувания

Това е тенденция, която закономерно започна да се развива още в началото на здравната криза. Поради по-ограничените възможности за пътуване и необходимостта от спазване на строги здравни протоколи, туристите все по-често предпочитат да останат за по-дълго във вече достигнатата дестинация и да се насладят пълноценно на почивката си. Проучване на Amadeus установява, че 55 % от пътуващите са заявили, че туристическото им посещение ще бъде 14 или повече дни. Факт, който приканва професионалистите (туроператори и туристически агенти) да предлагат на клиентите си различни пакети, включващи по-дълъг престой в желаната дестинация.

- Работа от другия край на света

Дистанционната работа, прилагана в много компании от началото на пандемията, кара много от служителите да обмислят възможността да работят не от вкъщи, а от която и да е точка на света. "Ако всичко, от което се нуждаем, е интернет връзка и достатъчно време през деня, за да свършим работата си, можем да я свършим отвсякъде", заключват от Amadeus. За да отговорят на нарастващото търсене, дестинации като Барбадос, Бермудските острови, Ангил, Грузия, Дубай и Естония вече предлагат подходящи визи за този нов тип туристи.

- Надеждността на туристическите фирми

Предвид рисковете за здравето, пътуващите ще имат нужда от по-голяма увереност, че туристическите услуги, които ще използват, са сигурни и безопасни. Туристическите компании ще трябва да демонстрират своята надеждност, като укрепят своите системи и протоколи за здраве, хигиена и безопасност, които съставляват "новата валута за спечелване на доверието на клиентите". Ето защо 40 % от туристите заявяват, че биха предпочели авиокомпания, летища и хотели, които прилагат по-строги стандарти за здраве и безопасност.

- Бъдещето на безконтактните транзакции

www.eufunds.bg



Сигурността, от която се нуждаят клиентите, ще бъде подсигурана от различни технологии, ориентирани към ограничаване на рисковете. Неотдавнашно проучване показва, че четирима от всеки петима туристи смятат, че технологиите ще повишат сигурността им при пътуване през следващите 12 месеца. Такива надежди и очаквания се възлагат най-вече на технологиите за безконтактни плащания (например Apple Pay, Google Pay, PayPal, Venmo), но също така и на мобилните приложения, които информират и предупреждават потребителите по време на пътуване – напр., в случай на локална епидемия или при промени указанията от правителството.

- Значимостта на туристическите агенти, туроператорите и доставчиците на услуги

И ако 2020 г. беше много сложна за туристическите агенти, пандемията само подчерта тяхната съществена роля. "Тези, които не са ползвали туристически агенти през 2020 г., вероятно съжаляват за това", посочват от Amadeus. Кризата дава възможност на професионалистите в областта да привлекат голям брой нови клиенти, които искат да разчитат на експертна подкрепа – за получаване на по-добри съвети, по-добри оферти, надеждна и актуална информация за стандартите за хигиена и безопасност и най-вече адекватна помощ в случай на отмяна или отлагане на пътуването.

- Положително социално и екологично въздействие на пътуването

Въпреки че тенденцията не е нова, с кризата в здравеопазването нарасна и интересът към пътувания, които имат положително въздействие, особено по отношение на околната среда. "Принудителната „пауза“ в резултат пандемията предостави на пътниците, и на туристическата индустрия като цяло, една нова възможност да помислим задълбочено за начина, по който пътуваме, за отпих или по работа", отбелязват Amadeus. Всъщност туристите са все повече екологично и социално отговорни и желаят да сведат до минимум въздействието си върху околната среда. Същевременно те искат да са сигурни, че ваканцията им насърчава и допринася за местната икономика. Проучване показва, че 68% от туристите искат парите, похарчени за туристическото им пътуване, да достигнат местната общност. Компаниите, които поемат социални и екологични каузи и ангажименти, несъмнено ще бъдат предпочитани от туристите.

Туризмът сменя курса: сега цената не е достатъчна

Последните 20 години в историята на туризма бяха отчаяна надпревара в търсене на най-ниската цена. Конкуренцията ставаше все по-ожесточена, като въвличаше всички сектори (от въздушния транспорт до дистрибуцията) в състезание, в което доминираше именно крайната цена. Всичко това обаче може би е на път да приключи.

Ковид-19 "разстрои" икономиката като цяло и туризма в частност. Според проучване на All Clear Travel Insurance, качено на сайта travelmole.com, безопасността и качеството са



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

по-важни за пътуващите от цената. За 44 % от анкетираните здравният аспект е най-важен, много повече от крайната цена.

Революцията в туризма

Ако тенденцията остане актуална и в средносрочен план, може да настъпи една драстична промяна в посоката на туристическия бизнес, като за много компании това може да означава пълно преразглеждане на доминиращите бизнес модели. Склонността на потребителите да заплатят повече за по-качествен продукт спомага за рентабилността на бизнеса. Това контрастира с факта, че корпоративните стратегии през последните години бяха насочени към оптимизиране на крайните цени и побеждаване на конкуренцията. Промени, разбира се, могат да настъпят и в областта на дестинациите, тъй като ориентацията вече няма да е към „нискобюджетните“ дестинации, а към тези, които гарантират най-високи стандарти. Революцията може би току-що е започнала.

Възстановяване на туризма – правила за сектора

Цифрови иновации, персонализиране на предлагането, устойчив туризъм

Това са стълбовете, на които ще трябва да се основава „рестартирането“ на туристическата индустрия през 2021 г. В последното си проучване, посветено на сектора, голямата консултантска компания Deloitte се опита да даде рецепта за съживяване на туристическия сектор, започвайки от това как най-добре да се използват средствата, идващи от Европейския план за възстановяване, които, както сочи проучването, ще трябва да бъдат разпределени за целенасочени усилия и инициативи като: модернизирани офисите на националните туристически бордове по света, преустройство на селските региони, подходящи за практикуването на "бавен туризъм", оказване на подкрепа с публични средства за онези, които създават приложения за резервиране на услуги и преживявания, както и за „съпровождане“ на посещенията в музеи и други туристически обекти.

Иновативни решения

Част от усилията за възстановяване са започнали още в разгара на кризата с Ковид-19. "Секторът се опитва да отговори на новите тенденции с иновативни решения, които се съобразяват с ограниченията и търсенето на безопасност и гъвкавост от страна на пътниците", коментира Андреа Поджи, ръководител на отдел „Иновации“ в Deloitte за Северна и Южна Европа. Много музеи усъвършенстваха виртуалните обиколки и се появиха платформи, вдъхновени от „staycation“ (ваканция вкъщи). Това е подходът, който пазарът изисква. 44% от интервюираните в рамките на проучването "Иновативно лято" на Deloitte заявяват, че от интерес е прилагането на "хибриден" модел, който умее да съчетава реалното с цифровото.

Персонализация и по личен вкус

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Друг аспект, който се отчита в проучванията, е нуждата от персонализация. Според доклад на Selligent, 83% от милениалите са готови да споделят специфични лична информация, за да получат по-добро и по-персонализирано туристическо преживяване. Това много често се изразява в търсенето на "зелено" туристическо решение и преживяване, съобразено с въздействието върху околната среда, в духа на т.нар. „бавен туризъм“ (slow tourism). Но къде могат да бъдат намерени ресурсите за задоволяване на подобно търсене? Според Deloitte обществената подкрепа е от съществено значение. "Фондът "Следващото поколение" е безпрецедентна възможност", добавя Андреа Поджи. Насоките, които трябва да се следват, са свързани с укрепване на чуждестранните представителства, подкрепа на физически лица и стремеж към „бавен туризъм“.

Как изглежда новата година? Какво ще се промени и какво ще остане същото? Никога досега не е било необходимо кристално кълбо, за да се предвиди динамиката, която ще направлява туристическия сектор. Представените тенденции са все пак стартова точка, от която да започнат предвижданията ни за хода на годината.

Седмичникът Travel Weekly опита да обрисова 2021 г., анализирайки важните за всеки сектор аспекти.

Предизвикателството за хотелите

След много трудната 2020 г. се очаква предизвикателствата за хотелиерския сектор да продължат и през 2021 г., въпреки опитите за оптимизиране на разходите, доколкото е възможно. "Разходите за много от големите хотелски марки са спаднали със 75% - казва Робърт Коул, старши анализатор в областта на настаняването и туризма от Phocuswright. И през 2021 г. секторът ще се опита да пести радикално." По време международната конференция за инвестиции в хотелиерския сектор на Нюйоркския университет, проведена онлайн, главният изпълнителен директор на Choice Hotels, Патрик Пейсис, добави, че временните промени в услугите, свързани с Ковид-19, остават налице и през 2021 г. Той споменава някои от новите практики, породени от пандемията, като например ежедневното почистване по заявка на туристите и по-ограничените опции, предлагани за закуска. Според Бьорн Хансон, консултант и професор в Центъра за управление в сферата на хотелиерството, туризма и спорта "Тиш" към Нюйоркския университет, 24-часовото обслужване по стаите ще бъде една от първите услуги, които ще бъдат премахнати, тъй като "по-малко от 2% от приходите от обслужване по стаите са генерирани между полунощ и 5 ч. сутринта."

Персонализирани обиколки и маршрути

По-малки групи. Частни обиколки. Широки и проветрени пространства. Това са аспекти от голяма важност в контекста на пандемията и които обещава да променят туристическия сектор и в бъдеще. Повечето туроператори, които се занимават с екскурзоводски услуги,



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

са уверени, че в крайна сметка ще се върнат към по-традиционните групови екскурзии. Но междувременно тенденцията да се предпочитат по-персонализирани пътувания, наложил се още преди пандемията, се разпространява бързо. Има много туристически оператори, които преразглеждат предлагането за 2021 и 2022 г. именно в тази посока, отчитайки, че пътуванията от по-малки групи ще бъдат най-разпространени на този етап.

Действия преди ваксините

Необходимо е да се действа предварително, без да се изчаква масовата ваксинацията. Препоръчва се например инвестирането в технологични решения за улесняване на пътуванията и повишаване на тяхната безопасност. Това е важно, за да се предотвратят забраните за пътувания, които биха били пагубни за сектора.

Изчакването на ваксините: най-голямото предизвикателство за туризма през 2021/22 г.

Стартирането на кампанията за ваксинация срещу Ковид-19 обещава да сложи край на един драматичен период за туристическия сектор: сега туристическата индустрия се намира в междинната точка – „преди“ и „след“ ваксинацията – период, който ще продължи още няколко месеца и през който е важно индустрията да продължи да съществува.

Както наскоро Световният съвет за пътувания и туризъм и Световната организация по туризъм към ООН припомниха, възстановяването на туризма и милионите хора, които зависят от него, не могат и не бива да чакат до приключването на масовата ваксинация, за да видят съживяване и положителни тенденции в сектора. Това е сериозна битка, която трябва да се води сега. Възстановяването трябва да започне чрез привличане на повече посетители и чрез опити за "задържане" и "контролиране" на кризата. Но как?

Ключът: партньорство и прозрачност

Докато чуждестранните туристи се завърнат, туристическите дестинации ще трябва да продължат да са иновативни и да си сътрудничат на местно и национално ниво, особено предвид свиването на бюджетите за маркетинг и реклама. Координацията с местните здравни власти и институции ще остане от основно значение.

През 2021 г. комуникацията ще играе ключова роля. Правилата в сектора следва да бъдат формулирани ясно и точно, а дестинациите трябва да представят убедително своите предимства, отчитайки, че решенията на туристите ще зависят в голяма степен от ситуацията с Ковид-19 и ваксинирането. Високо оценена ще бъде прозрачността, така че е по-добре да се избягва премълчаването на "лоши новини" от страх да не пострада туристическото търсене. Това, което трябва да научат играчите в сектора, е как да

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

управляват "лошите новини" и възникващите проблеми по-ефективно. Само по този начин могат да се изградят взаимоотношения с туристите, базирани на истинско доверие.

Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали

Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали са предоставени в Приложение 1 към настоящата стратегия

Специализирани борси и приложения

Основната специализация на Старопланинския туристически район в планински и културен туризъм, добрите дадености за спорта, приключенски и селски туризъм, както и профила на чуждестранните посетители по националности, предопределят промотиране на дестинацията на следните туристически събития:

Най-важните международни събития



ITB - Берлин, Германия

<https://www.itb-berlin.com/>

- Най-значимото събитие за туризъм в световен мащаб, провеждано от 1966 г.
- Предназначено както за професионалисти, така и за масова публика
- 10 000 изложители от 180 страни и региони през 2019 г.
- 160 000 посетители, от които 113 500 професионалисти
- 160 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 7 общини и 36 туристически фирми



INTOURMARKET - Москва, Русия

www.itmexpo.ru/en/

- Предназначено само за професионалисти, подкрепяно официално от Руската федерация
- 1430 изложители от над 140 страни и региони през 2019 г.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- 78 500 посетители
- 28 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 1 туристическа фирма

Mitt МИТТ - Москва, Русия

www.mitt.ru

- Предназначено само за професионалисти
- 1523 изложители от близо 230 страни и региони през 2019 г.
- 22 290 посетители
- 40 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 14 туристически фирми

Uitt УИТТ - Киев, Украйна

<https://www.uit-kiev.com/en-GB/>

- Предназначено само за професионалисти
- Най-голямото туристическо изложение в Украйна
- 366 изложители през 2019 г.
- 20 080 посетители
- 5800 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 10 туристически фирми



World Travel Market – Лондон, Великобритания

- Най-голямото събитие за професионалисти от туристическата индустрия. Насочено към бранша и към провеждане на делови срещи – без масова публика
- 5000 изложители от 182 страни и региони през 2018 г.
- 51 000 посетители

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- През 2018 г. на българския щанд са участвали 4 общини и 19 туристически фирми
- Основни продукти – морски и ски ваканции
- Допълнителен акцент: културен, балнео, СПА и уелнес, други форми на специализиран туризъм, като еко и селски туризъм



CMT - Щутгарт, Германия

<https://www.messe-stuttgart.de/cmt/>

- Най-голямото туристическо изложение за широка публика в Европа
- 2200 изложители от 100 страни и региони през 2019 г.
- 260 000 посетители
- 120 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 3 туристически фирми

 **HOLIDAY WORLD** HOLIDAY WORLD – Прага, Чехия

<https://holidayworld.cz/en/>

- Най-значимото туристическо изложение за Централна и Източна Европа
- В рамките на събитието се провежда и специализираното изложение за професионалисти - MBM TOURISM PRAGUE
- 694 изложители от 42 страни през 2019 г.
- 31 000 посетители
- 35 000 м² изложбена площ



EMITT – Истанбул, Турция

<https://emittistanbul.com/Exhibitor-list/booklogic>

- Събитието е отворено както за професионалисти, така и за масова публика. Предлагат се основно ски, балнео и СПА, както и градски туризъм.
- 1170 изложители от 94 страни и региони през 2018 г.
- 57 500 посетители

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- През 2019 г. на българския щанд са участвали 4 общини и 5 туристически фирми



TTR – Букурещ, Румъния

www.targuldeturism.ro/en/

- Най-голямото туристическо изложение в Румъния с международно участие
- Традиционно участват професионалисти в сферата на туризма, туристически агенции, туроператори, местни фирми и общини, туристически офиси. Събитието е отворено както за професионалисти, така и за масова публика.
- 306 изложители от 14 страни през 2019 г.
- 21 500 посетители
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 5 общини и 15 туристически фирми
- Основното търсене е насочено предимно към морски ваканции, съчетани с културно-познавателен, балнео и СПА, както и голф туризъм.



IFT – Белград, Сърбия

<https://beogradskisajamturizma.rs/en/>

- Събитието е отворено както за професионалисти, така и за масова публика. Най-значимото туристическо събитие в Сърбия
- Основно ориентирано към възможности за морски, градски, балнео и СПА туризъм, културен, еко и други специализирани видове туризъм
- 1200 изложители от 55 страни
- 70 000 посетители, 12 500 професионалисти
- 30 500 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 3 общини и 6 туристически фирми



Athens International Tourism Expo

- Едно от най-големите туристически изложения с международно участие в Гърция. Предлагащото е насочено предимно към почивки, вкл. луксозни, конгресен и делови туризъм, здравен, културен и кулинарен туризъм

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- 350 изложители
- 50 000 посетители през 2019 г.



ОТДЫХ – Москва, Русия

<http://www.tourismexpo.ru/leisure/>

- Второто по големина туристическо събитие в Русия
- 870 изложители от 41 страни
- 16 800 посетители
- 15 000 м² изложбена площ
- През 2018 г. на българския щанд са участвали 4 туристически фирми



Ferien Messe Wien – Виена, Австрия

<https://www.ferien-messe.at/>

- Най-голямото туристическо изложение в Австрия
- 800 изложители от над 80 страни
- 155 000 посетители през 2019 г.
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 5 туристически фирми

Тематични събития



Telegraph Adventure & Travel Show – Лондон, Великобритания

<https://www.neventum.com/tradeshows/telegraph-outdoor-adventure-travel-show>

- Събитие за професионалисти и масова публика, фокусирано върху ски туризма и приключенския туризъм
- 500 изложители
- 50 000 посетители

Touristik & Caravaning – Лайпциг, Германия



www.messe-stuttgart.de/tc/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

- Най-голямото събитие за къмпинг, караванинг, велосипедни турове и други видове туризъм на открито. Присъствие на изложението имат и дестинации за балнео, СПА и уелнес туризъм, както и круизни оператори
- 500 изложители от 20 страни
- 60 000 посетители
- През 2018 г. на българския щанд са участвали 1 община и 2 туристически фирми



F.re.e - Fair For Leisure And Travel – Мюнхен, Германия

<https://www.free-muenchen.de/en/>

- Едно от най-посещаваните туристически изложения за масова публика
- Панаирът представя възможности за почивки и пътувания, круизи, здраве и уелнес, караванинг и къмпингуване, водни спортове, колоездене и други активности на открито
- 141 000 посетители
- 1277 изложители



CARAVAN SALON и TourNatur – Дюселдорф, Германия

<https://www.caravan-salon.com/> <https://www.tournatur.com/>

- Комбинирано туристическо изложение за почитатели на приключенски и екотуризъм – къмпингуване, караванинг, пешеходни преходи, скално катерене, колоездене и други
- 340 изложители от 23 страни
- 107 000 посетители
- 71 000 м² изложбена площ



Bike Austria – Тулн, Австрия

<https://www.messe-tulln.at/messe-kalender/bike-austria-tulln/>

- Едно от най-големите изложения за любители на спортовете на две колела – изложителите презентират своите дестинации, възможностите за индивидуални пътувания, туристически пакети, организирани обучения за

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

управление на различни двуколесни ваканционни дестинации, мотоциклетни карти, най-красивите мотоциклетни обиколки и електронни велосипедни турове

- 430 изложители от 23 страни
- 50 000 посетители

Pferd&Jagd PFERD & JAGD – Хановер, Германия

https://pferdunjagd.com/pj_daten_fakten_en

- Най-големия туристически панаир за лов, риболов и конна езда
- 970 изложители от 24 страни
- 103 000 посетители
- 71 000 м² изложбена площ

Национални събития с туристическа насоченост

Следните национални събития с туристическа насоченост се идентифицират като приоритетни при планиране на рекламата на района:

Събитие	Място на провеждане	Дата	Информация за събитието
Международен фестивал на туристическия филм „На източния бряг на Европа“	гр. Велико Търново	април	„На източния бряг на Европа“ е фестивал за рекламни видеопродукции, представящи туристически дестинации от цял свят. Темите на представените продукции обхващат всички видове туризъм: събитийен, спортен, селски, религиозен, рекреационен и балнео туризъм, културно-исторически, риболовен и ловен, екстремен, планински и морски, екотуризъм и др. Мисията на фестивала на туристическия филм „На Източния Бряг на Европа“ е да промотира професионалната филмова туристическа продукция, да стимулира продуцирането на такава продукция и да популяризира водещите тенденции в полето на модерната аудио-визуална култура, в унисон с критериите и нуждите на бизнеса.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Международно
туристическо
изложение
„Културен
туризъм“

гр. Велико
Търново

април

МТИ „Културен туризъм“ – Велико Търново е първият специализиран форум за популяризиране на културния туризъм и неговото значение за България като туристическа дестинация. По време на борсата традиционно се представят фирми, информационни центрове, неправителствени организации и културни институти от България и чужбина. Министерството на туризма официално подкрепя форума като важен за популяризиране на културния туризъм.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Международна туристическа борса „ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО“	гр. София	22-23.04	ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО“ се провежда вече над 30 години и е водещото туристическо изложение за България. Обичайно се открива през м. февруари, преди пролетно-летния туристически сезон. Събитие от този род е отлична възможност за изложителите от страната и чужбина да представят своя продукт, новите си програми, да осъществят полезни бизнес контакти, сверят часовника си с конкуренцията и да се запознаят с новите тенденции и промени в развитието на туристическия бизнес. Чуждестранните участници откриват България с богатото разнообразие на предлагания туристически продукт и възможности за целогодишен туризъм – културен, СПА и уелнес програми, релаксиращ еко и хоби туризъм, почивки на море и планина. Разширява се и профилът на участниците, в изложението се представят самостоятелно исторически и археологически музеи, природни резервати, състави за автентичен фолклор и обичаи.
---	-----------	----------	---

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Фестивал на чипровския килим	гр. Чипровци	май	Община Чипровци организира фестивал на чипровския килим през месец май. Пред сградата на общинската администрация се разпъват шатри, в които се демонстрират различни етапи от направата на прочутите килимарски изделия – преденето на вълната, багрено то с природни материали и тъкането на килима на характерния вертикален чипровски стан. Своите тъкачески умения демонстрират опитни майсторки и млади момичета от кръжока по килимарство към местното училище. Целта на фестивала е да се популяризира килимарството и да се събуди интереса на младите хора към него.
Международен фестивал на хумора и сатирата	гр. Габрово	май	Включва мащабни събития в областта на сценичните, визуалните и уличните изкуства.
Монтана – Международен фолклорен фестивал	площад Жеравица, гр. Монтана	Юни	Международният фолклорен фестивал е посветен на празника на града - Свети Дух. В него вземат участие танцови ансамбли за обработен фолклор от Италия, Македония, Румъния, Сърбия и Турция. Концертите на фестивалната програма се провеждат на открит естрада на централния площад на гр. Монтана.



Еньовден в Етъра	Архитектурно-етнографски комплекс Етър, гр. Габрово	Юни	Традиционно в Етъра, празникът Еньовден се отбелязва с отдаване на почит на традициите, посредством организация на ателиета, демонстрации на занаяти и базар на билкови продукти.
Национален фолклорен събор „Леденика“	гр. Враца, м. „Леденика“	Юни	Националният фолклорен събор „Леденика“ има за цел да съхрани и популяризира традициите и културните ценности на различни етнически и етнографски групи в страната и да осигури приемственост за следващите поколения. Съборът предоставя възможност за изява на съставите и изпълнителите, създава на условия за културен обмен и подпомага развитието на народното и любителско творчество. Фестивалът има за цел популяризиране на Врачанския край като място на дълголетна история и богати културни традиции и превръщане на Фолклорен събор „ЛЕДЕНИКА“ в събитие, в полза на развитието на туризма в региона.
Узана поляна фест	Гр. Габрово	Юли	Екологичният фестивал Узана Поляна Фест се организира от Община Габрово като част от „зелените“ инициативи, посветени на отличието „Европейски зелен лист“, чийто носител за 2021 година е Габрово. Събитието се провежда през м.юли в местността Узана в близост до Габрово с широка достъпност, голямо разнообразие на предлаганите екоактивности, познавателни беседи и много възможности за включване на посетителите.



Международен фолклорен фестивал	гр. Велико Търново	Юли	Международен фолклорен фестивал Велико Търново е събитие, превърнало се в традиция за културния живот на старата столица. Истински дългоочакван празник за жители и гости на града в горещите летни дни. Във фестивала участват групи от цял свят – Португалия, Испания, Румъния, Мексико, Грузия и др. страни.
Оперен фестивал „Сцена на вековете“	гр. Велико Търново	Юли – Август	Фестивалът се провежда на открито на хълма Царевец. Зрителите могат да наблюдават балетни и оперни изпълнения. През годините са изпълнявани оперите „Цар Калоян“, „Турандот“, „Княз Игор“, балетните спектакли „Козият рог“, „Болеро“ и др.
Фестивал на фолклорната носия	с. Жеравна	Август	Фестивалът предоставя възможност за автентично изживяване и сливане с българските традиции. Всички присъстващи на фестивала са задължени да носят българска носия, мобилните телефони са забранени (използването им е позволено само на определени места), забранено е носенето на съвременни чанти и използването на съвременни прибори за хранене. В програмата на фестивала са включени изпълнения на ансамбли за народна музика, а майстори – занаятчии показват на място уменията си.



Международния панаир на занаятите – Етър	гр. Габрово, АЕК „Етър“	Септември	В панаира участват български и чуждестранни занаятчии. Едно от основните изисквания е предметите, с които участниците се представят на панаира, да са изработени с традиционни инструменти.
Нощ на Самоводската чаршия	гр. Велико Търново	Септември	Празникът съчетава минало и настояще в занаятите, традициите, музиката и съвременното изкуство.
Световен ден на туризма		27 септември	Ежегодно на 27 септември се чества Световния ден на туризма. Събитието е по инициатива на Световната организация по туризъм към ООН и всяка година има тема, на която е посветен празника.
Празник на еленския бут	Гр. Елена	Ноември	Празникът обединява в себе си най-доброто от местните традиции в областта на кулинарията, занаятите, фолклора. Възстановки, кулинарни кътове, запазена територия за децата, богата програма, която тече паралелно на двесцени, състезание „В търсене на изчезналия бут“ – това са малка част от изненадите, които с всяка изминала година привличат все повече и повече гости от страната и чужбина. Празникът протича в три дни.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Фестивал на модерното изкуство "Пъстър балкански свят"	Гр. Елена	май	Представяне на танцово, песенно, инструментално и словесно изкуство от различни култури
Международен фестивал на комедийния спектакъл	Гр. Габрово	май	По време на фестивала на габровска сцена се извяват театри от страната и чужбина. Провежда се и конкурс за нова българска комедия.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Български фестивал на сливата	с. Орешак, община Троян	септември	„Български фестивал на сливата“ е културно събитие, което традиционно се провежда в последната седмица на месец септември. Свързано е с основен поминък на Троянския край – отглеждането на сливовата култура, производство на троянската сливова ракия и други сливови продукти. Дава възможност за изява на любителското творчество и развитието на занаятите, представя атрактивни демонстрации и ритуали. Фестивалът дава възможност за развитие на една доказана и приета от местната общност традиция. Обединява традиционен поминък, занаяти, творчество - запазена марка на Троянския край. Предоставя възможност за провеждане на образователна линия в областта на сливопроизводството и опазване на природната среда и не на последно място създава атрактивна туристическа дестинация и засилва ролята на културата за обогатяване на живота на общността.
Старопланински събор Балканфолк	Гр. Велико Търново	май	Концерти на конкурсен принцип, съпътстващи събития (дефиле, конференции) и др. Участват художествени колективи и индивидуални изпълнители от всички жанрове – народни хорове, ансамбли, оркестри и танцови състави, колективи за стари градски, класически, туристически, патриотични и църковни песни



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Национален фолклорен фестивал „Насред Мегдана в Арбанаси“	с. Арбанаси	юни	Фестивалът има конкурсен характер. Представя фолклорните танцови и музикални традиции и култура на различните етнографски региони в България. Съпътстващи прояви-училище за народни танци, школи за народни художествени занаяти и демонстрации, улица на занаятите и др.
Летен сезон на българските оперни театри „Сцена на вековете“	Гр. Велико Търново	юли - септември	Представяне на постановки от различни български опери на открита сцена в Архитектурно-музеен резерват "Царевец"
Международен фестивал на историческите възстановки „Ежедневието на Средновековен Търновград“	Гр. Велико Търново	юли	Във фестивала участват реанактори от България и чуждестранни държави, които представят кухнята, занаятите, изкуствата и воинските умения от периода 12-14 век-времето на династията на Асеневци

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Летен фестивал за класическа камерна музика Arbanassi Summer Music	С. Арбанаси	август	Камерни концерти на международна формация музиканти,солисти на Фламандската кралска филхармония
Национален празник за автентичния фолклор „На мегдана“	Горна Оряховица	август	Целта на празника е да се съхраняват и популяризират българските народни традиции, обичаи и фолклорните песни.Участие могат да вземат певчески групи, танцови състави, групи за народни обичаи, разказвачи на народни предания и легенди, инструментални групи и индивидуални изпълнители.
Европейски дни на занаятите	град Елена	април	Популяризиране на разнообразието от занаяти и насърчаване на контактите на майсторите с партньори от различни сфери, поколения, сектори и територии.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Фестивал на житената питка	гр. Стражица	октомври	Фестивалът на житената питка е патентован. Той се провежда всяка година на световния ден на хляба и прехраната - 16 октомври. Мотото на фестивала е "Никой не е по-голям от хляба". Житената питка е един от символите на нашия град, роден за писателя и автор на приказката "Житената питка" - Ангел Каралийчев". В нашия регион има сериозни традиции в зърно- и хлебо- производството, което е още една причина за фестивала. Фестивалната програма включва: конкурси за възстановка на народен обичай, кулинарен конкурс и фолклорна музикална програма. Участници са народни читалища, пенсионерски клубове, просветни институции и др.
Дни на дърворезбата	Гр. Трявна	май	Първото издание на Дните на дърворезбата е през 2016 г. Българското председателство на Съвета на Европейския съюз разширява техните възможности. По време на Дните ще бъде създаден визуален разказ от творби на различни поколения и националности резбари, които работят за запазването и осмислянето на художествената традиция в контекста на съвременното. Ще се възроди една традиция за творческо съревнование от преди 200 години – облог между резбари. За участие в облога ще бъдат поканени майстори-резбари от България, Македония, Сърбия, Турция, Румъния и Швейцария.



Традиционен панаир на занаятите	Троянски манастир, Орешак, община Троян	август	От втората половина на XVIII в. около стените на Троянския манастир, на храмовия празник на манастира 15 август, майстори от цялата страна показвали своите произведения. Така се полагат основите на занаятчийския панаир, който впоследствие става един от най-големите панаири в северна България. Тази традиция продължава и до днес. Ежегодно на храмовия празник на Троянския манастир 15 август се провежда 4-дневен Традиционен панаир на занаятите. Освен предмети на народните художествени занаяти гостите на панаира, могат да си закупят практични керамични съдове за бита, да се забавляват на специално организирани атракциони и да се насладят на традиционна кухня в прохладните бирарии.
Международен конкурс за вокални и инструментални изпълнители „Звукът на времето“	Гр. Велико Търново	04.06 – 06.06	Конкурсът създава условия за морална и материална подкрепа на талантите. Негова цел е приспособяване на талантите към звездната сцена. Дава път на млади талантливи певци и инструменталисти и подпомага тяхното развитие. За нас е важно у всяко дете да бъдат изградени певчески и сценични навици, правилна дикция, артикулация, разширяване на диапазона, сценично поведение и т.н. Журираща комисия на Международен конкурс за вокално и инструментално изкуство „Звукът на времето“ – раздел вокални изпълнители и инструменталисти



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Национален фестивал „Семе българско“	Гр. Севлиево	април - май	Фестивалът „Семе българско“ събира български изложители и асоциации в областта на селското стопанство, екологията и био производство, разсадници, овощници, билкарии, цветари, местни производители, земеделски кооперации, билкопроизводители, лозаропроизводители, винопроизводители, мелници, хлебопроизводители и други.
Фестивал „Етносите, багрите и котленския килим“	Гр. Котел	юни	Занаяти, изложения, демонстрации, ритуали, кулинария, литература, изкуство, танци, музика, багри и килими съчета фестивалът на „Етносите, багрите и котленския килим“ в Котел. Във фестивала участват най-популярните ансамбъли и самодейни състави от цялата страна. Събитията са посветени на традициите в региона. Фестивалът популяризира и съхранява занаятите, стимулира интереса на младите. „Етноси, багри и котленски килими“ дава възможност за изява на много хора, с различни интереси в „извора“ на фолклора. Празникът показва как етносите в котленско живеят в мир, хармония и разбирателство.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



Античен фестивал „Нике – играта и победата“	с. Никюп, община Велико Търново	юни	За пореден път в уникалния археологически резерват Никополис ад Иструм се провежда единствената по рода си възстановка, посветена на Късната античност. Основната цел на организаторите е да се популяризира уникалният Археологически Резерват Никополис ад Иструм и да се демонстрира пред зрителите, един малко познат период от историята, по атрактивен и образователен начин.
Празник на тетевенската саламура	гр. Тетевен	юни	Този кулинарен празник е посветен на характерната тетевенска саламура - доматена рибена чорба от печена на скара речна риба, с речни raci и много подправки, задължително люта, солена и кисела. Перфектно мезе за тетевенската сливова ракия. На този кулинарен бисер, от 2016 г. Община Тетевен посвещава един от най-големите си празници. Всяка година, в последната събота на юни месец се провежда ПРАЗНИК НА ТЕТЕВЕНСКАТА САЛАМУРА, който събира много участници от почти всички населени места на общината.



Национален фолклорен събор „От Тимок до Вита“	село Черни Вит	август	Национален фолклорен събор „От Тимок до Вита“ - село Черни Вит Началото на събора „От Тимок до Вита“ е дадено през 1980г. от НЧ „Христо Смирненски 1925г.“, Кметство село Черни Вит и ОУ „Георги Бенковски“ село Черни Вит. Идеята е да се представят групи и състави от селото. През следващите години интересът към събора се засилва и участие започват да взимат състави от общината и Област Ловеч, а в последствие и от цялата страна. Съборът е ежегоден, традиционен, анонсиран не само от общинските, но и от националните медии. В края на месец август село Черни Вит става притегателен център за ценителите и любителите на българския фолклор.
Национален фолклорен фестивал "Празник на народния обичай и автентичната носия"	село Рибарица, местност „Костина"	юли	Фестивалът е ежегоден, традиционен, включващ всички направления във фолклора, анонсиран е не само от общинските, но и от националните медии, като тази година ще бъде неговото тринадесето издание. В края на месец юли село Рибарица става притегателен център за ценителите и любителите на българския фолклор. Целта на Провеждането на Фолклорния фестивал „Празник на народния обичай и автентичната носия“ е да се запазят народните традиции, да се пресъздаде местният бит и фолклор, да се представят народни носии от всички фолклорни области в страната. Празникът дава възможност на гостите и туристите на Рибарица по достъпен начин да се докоснат до бита, традициите и фолклора, на фона на прекрасна природа.



10. Механизъм за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията за района

Цел на механизмът за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията на района е да се осигури надеждна обратна информация за състоянието и изпълнението на стратегията с оглед формиране на правилни управленски решения, насърчаване на публичността и отчетността на предприеманите действия към всички заинтересовани страни и предприемане на корективни мерки, при необходимост, при липса на напредък по постигане на резултатите.

Мониторинг

Мониторинга се осъществява от Комитет за наблюдение. Комитетът следи за ефективността и качеството на прилагане на Стратегията, с оглед постигане на целите, определени в нея и дава насоки по стратегически и оперативни въпроси. Комитетът е колективен орган, състоящ се от председател и членове.

Председател на Комитета за наблюдение е председателят на съответната ОУТР.

В Комитета за наблюдение задължително се включват следните членове:

- Представители на общини, членове на съответната ОУТР
- Представители на общини, които не са членове на ОУТР, но се намират на територията на туристическия район
- туристически сдружения, членове на ОУТР.
- туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район и не членуват в ОУТР.
- Представители на Министерство на туризма
- Представители на една или повече областна администрация от територията на туристическия район.
- други представители при необходимост - регионални и местни органи на самоуправление, неправителствени организации и социално-икономическите партньори и др., свързани с изпълнение на стратегията.

Председателят на Комитета:

- организира и ръководи дейността на Комитета в съответствие с правилата за работа и решенията на Комитета;
- предлага дневен ред на заседанията;

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



- насрочва, свиква и ръководи заседанията на Комитета;
- осигурява предоставянето на необходимата информация и документи, свързани с дейността и решенията на Комитета, на съответните органи и лица;

При отсъствие на председателя, неговите функции се изпълняват от друг член на Комитета, определен писмено от председателя. Когато член на Комитета е определен да изпълнява функциите на председател, функциите му на член се изпълняват от неговия заместник.

Членовете на Комитета:

- участват в заседанията и вземането на решения от Комитета;
- внасят за разглеждане актуални въпроси и проблеми, свързани с Стратегията;
- следят за изпълнението на решенията на Комитета.

Заседанията на Комитета се свикват най-малко един път в годината. В случай на необходимост могат да бъдат насрочвани и извънредни заседания. Заседания на Комитета се свикват по инициатива на председателя. По искане на най-малко една трета от членовете на комитета могат да бъдат насрочвани извънредни заседания.

Заседанията на Комитета са редовни, ако присъстват повече от половината от членовете -включително и председателят му, или определено от него лице. Заседанията на комитета са открити. Решенията в Комитета се взимат с обикновено мнозинство от присъстващите членове. Гласуването е явно. По преценка на председателя Комитетът може да взима неприсъствени решения чрез писмена процедура.

Набиране на информация за напредъка

Необходима предпоставка е коректността на събраните данни, които следва да бъдат предварително подредени и сортирани, изчистени от грешки или неточности. В рамките на същинския мониторинг се осъществява набирането на необходимите данни и друга релевантна информация. Важно условие е да бъде постигнато високо качество и надеждност на събраните данни и информация – т.е. да са изпълнени във възможно най-висока степен изискванията за акуратност, валидност, релевантност, навременност и значимост. Данните следва да разкриват реалното състояние, да отговарят на целите на мониторинга. Също така те следва да са достъпни във времеви интервал на извършване на мониторинга и да бъдат достатъчно достоверни и надеждни.

Събираните данни са два вида – количествени и качествени. Количествените данни са данните, които могат да бъдат определени количествено и проверени, като същите се поддават на статистическа обработка. Количествените данни определят, докато



качествените данни описват. Качествените данни могат да бъдат подредени в категории, които не са в цифров вид. Качествените данни обясняват с думи и определения изучаваните събития или резултати.

Методи за набиране на количествени данни

- Анализ на статистически данни - данните се получават от отчетите на националната статистика, от други институции, поддържащи статистика за релевантни на туризма сфери – общинската администрация, бенефициенти, реализиращи проекти, и др.
- Анализ на документи - проучване на основните документи, материали и отчети/доклади, както и на публикации в пресата, публични анализи и други общодостъпни материали.
- Проучвания – за да бъде представителна за територията на общината извадката следва да бъде с необходимата степен на представителност. Резултатите от проучванията са източник на информация за мненията и нагласите на изследваната съвкупност.

Методи за набиране на качествени данни

- Интервю - извършва се чрез отворен тип въпроси. Цели се да се установи напредъкът, трудностите и промените по време на изпълнението на Стратегията, да се идентифицират причинно-следствените връзки, както и възможни корекции и подобрения.
- Фокус групи - провеждане на дискусии в структуриран вид на заинтересованите лица, водени от опитен модератор за насочване към предварително определени въпроси с цел изясняване по темата. Групите не следва да са големи (поради трудността от модериране) и по тази причина резултатите и изводите от този метод не могат да се считат за напълно представителни, но дават възможност за формулиране на хипотези по дадени аспекти на политиките и търсене на отговор на евентуални проблеми.
- Наблюдение чрез участие - представлява формирането на работна група за наблюдение на въздействието на определената политика, като целта е проучване на различните мнения на заинтересованите страни с тяхно участие, за получаване на една по-независима и разностранна оценка.

Количествените методи са с по-висока степен на обективност, отколкото качествените, поради по-точния им характер на измерване с числени стойности. Качествените методи не дават точни мерки и извършването на сравнение е трудно, но те имат специфична



обяснителна сила, която не може да бъде изведена от количествените данни – как е постигнат самият резултат и какво е неговото въздействие.

За целите на мониторинга ще бъдат използвани и двата вида методи. Така ще се постигне по-добро описание на реалната ситуация на база обективни данни, които отчитат и човешкия фактор.

Обработката на информацията и извличането на данни са последната стъпка преди същинския анализ на данните. Успешното реализиране на Стратегията изисква тя да бъде адекватно информационно осигурена. За тази цел се препоръчва създаването на база данни, със следната структура:

- Описва се йерархичната зависимост, заложената в Стратегията - цели, приоритети, мерки, дейности
- Определените вече индикатори при подготовката на стратегията
- Структуриране на информацията от текущия мониторинг

Така създадените бази данни ще осигуряват текуща и надеждна информация за:

- Финансови показатели, съответно възможност за сравнение на постигнати единични цени за сходни дейности
- Степен на постигане на заложените цели
- Създаване на справки за нуждите на управленски решения, информираност на ОУТР и местната общественост.

Анализ на получените данни

Анализът на данните е процесът на обработка на събраните количествени и качествени данни. В резултат на тази обработка се получава използвана информация за целите на мониторинга - практическото измерване и следене на представянето по заложените цели. Анализът определя изпълнението и се търси обяснение на евентуалните отклонения, забавяния или неизпълнение. Навременният и надежден анализ на данните е ключов за функционирането на системата за мониторинга. Аналитичните дейности са насочени към:

- Търсене на тенденции, сравнения, групиране или други взаимовръзки между данните
- Оценяване на действителното представяне спрямо планираните цели и/или спрямо базовите стойности на индикаторите



Въз основа на събраната и обработена информация се изготвят анализи на текущото изпълнение както на Стратегия като цяло, така и на отделни, специфични приоритети или мерки.

При представянето на резултатите от анализа е необходимо да се спазват приложимите изисквания по отношение на стила и визуализацията.

Заклучения на база на анализа

Формулираните заключения са последният етап от мониторинга по същество. Те следва да бъдат в обем не повече от няколко параграфа и ясно да демонстрират постигнатия напредък, включително липсата на напредък. Предоставят се обяснения и причини при отклонения от планираното, идентифицират се проблемни области.

Представяне на резултатите на ръководните органи

Резултатите от анализа се представят на ръководните органи във вид на докладна записка,

съдържаща изведените общи заключения на база на анализа. Аналитичните материали са задължително приложение към докладната записка.

Изготвяне на предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация

Тази стъпка е необходима единствено при цялостно или частично неизпълнение на поставените задачи и цели. Тук ръководните органи следва да вземат управленско решение и/или да извършат приоритизиране на предстоящите задачи. Решението следва да бъде обосновано и да има ясна причинно-следствена връзка с демонстрираните изводи от анализа. На база на решението се разработват предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация, които в последствие също са обект на управленско одобрение.

Представяне и обсъждане на резултатите и предложенията на заинтересованите страни

Резултатите от анализа, заключенията и предложенията следва да бъдат представени на заинтересованите страни – на интернет страницата на ОУТР, както и по електронен път на всички представители свързани с процеса. Заинтересованите страни следва да разполагат с не по-малко от 14 календарни дни за предоставяне на мнения и предложения и гарантиране на активното участие на всички, които имат интерес. Същите следва да бъдат отправени по официален път.

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

При провеждане на публични обществени обсъждания изказаните мнения са част от официалните предложения. Протокол от проведените обсъждания се публикува на интернет страницата на ОУТР.

Отразяване на получените коментари и предложения

За получените предложения се изготвя съгласувателна таблица, в която се описват направените предложения и коментари, становището по тях и изрично се посочва дали предложението се приема изцяло, частично или не се приема. Ако предложение е прието частично или не е прието, то следва да се посочи причината за това – несъответствие със стратегически или нормативен документ, липса на ресурси и др.

Официално приемане на необходимите документи и действия

Финалният етап е свързан с официалното приемане на необходимите документи или действия за постигане на целите на Стратегията. Нейното актуализиране е възможно само със санкцията на съответната ОУТР.

Приетите документи отразяват задължително поставените задачи, сроковете за тяхното реализиране, отговорници за изпълнението и необходимите ресурси. При нужда се създават и необходимите координационни и вътрешно-контролни механизми.

Оценка:

Оценката представлява моментна снимка на изпълнението на Стратегията въз основа на нейните резултати, въздействието ѝ и потребностите, които е предназначена да удовлетвори. Обект на оценка е систематичният напредък към заложените цели и резултати и начина на тяхното постигане.

Предмет на оценката на изпълнението на Стратегията е степента на постигане на целите и очакваните резултати. Оценката представлява систематично изследване, което представя до каква степен са свързани реализираните дейности и постигнатите резултати, при отчитане на факторите от заобикалящата среда.

Информацията от мониторинга (и по-специално – информацията от наблюдението върху индикаторите за изпълнение) може да помогне за идентифициране на тези области, в които е необходим по-дълбок анализ и усъвършенстване на изпълнението на стратегическия документ.

Оценка може да бъде извършена както от самата ОУТР, така и от външни изпълнители.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



С оглед постигане на възможно най-висока степен на обективност и безпристрастност, както и за обезпечаване на специфична експертиза, оценка на Стратегията следва да бъде извършвана от външни за ОУТР лица.

Междинна и последваща оценка

В зависимост от периода на провеждане на оценката, т.е. в коя фаза на процеса на изпълнение на Стратегията се реализира, тя се определя като междинна и последваща. Тези оценки представляват дейности, извършвани, съответно, по време на етапа на изпълнение на Стратегията и непосредствено след неговото приключване. При тези два вида оценки се оценяват резултатите и се откриват съществуващите отклонения от планираните цели; прекомерните разходи на средства и време и т.н. Целта на последващата оценка е не само да се открият допуснатите слабости, но и факторите, на които се дължи успехът при постигане на целите и резултатите.

Междинна оценка се предприема, когато в процеса на мониторинг се установи необходимостта от провеждането на задълбочена оценка или когато се налага реализирането на значителни промени/изменения спрямо първоначалния вариант на Стратегията.

Междинна оценка следва да бъде извършена в рамките на до 2023 г. Освен постигнатите резултати обект на оценка ще бъдат и управленската дейност и баланса между ресурсите на входа и непосредствените резултати. Оценката се извършва в следните основни направления:

- Последиците от реализация на Стратегията за заинтересованите страни
- Разпределението на резултатите между отделните ползватели и други заинтересовани страни
- Непредвидени и нежелани странични ефекти от осъществяването на Стратегията и какви са възможните мерки за тяхното неутрализиране
 - Рискове, които заплашват да осуетят успешната реализация на Стратегията
 - Възможностите за тяхното усъвършенстване се съчетават с избягване на рисковете за отрицателни последици
 - Институционална и организационна среда е необходима за осигуряване участието на заинтересованите страни в осъществяването на Стратегията
 - Изграден капацитет за осъществяване на Стратегията на всички равнища, какво е необходимо за неговото увеличаване, за да се гарантира устойчивост на постигнатите резултати и въздействия



Последваща оценка се извършва известно време след приключване на етапа на прилагането - понякога две или повече години след завършването на даден проект. При нея се разглеждат въздействието и устойчивостта, както и по-широки проблеми на реализираната политика. Резултатите от последващата оценка обикновено се използват за целите на отчетността, т. е. за да се отговори на въпроса какво е постигнато и на каква цена. Те могат да се използват и като ресурси на входа при разработване или изменение на последващи публични политики.

При последващата оценка се набляга на въздействието, ефикасността и ефективността, като същевременно се разглежда устойчивостта на постигнатото въздействие и се определят основните фактори за неговия успех или неуспех.

Основни стъпки в последващата оценка:

- Уточняване на заинтересованите страни
- Дефиниране на предмета на оценката
- Планиране на оценката
- Подбиране на метода на събиране на данни и метода на анализ
- Определяне на формата на констатациите от оценката
- Прилагане на констатациите от оценката.

При междинната и последващата оценка са оценява процесът - как и до каква степен се изпълнява Стратегията, анализ на съотношението „разходи/ползи“ и анализ на ефикасността на разходите. Това са анализи, при които се сравняват резултатите и постиженията с изразходваните ресурси за тяхното получаване. Чрез анализа на съотношението „разходи/ползи“ се определят целесъобразността на направените вложения и адекватността на получените ползи. Анализът на ефикасността на разходите оценява уместността на разходите за постигане на определена цел, за да се идентифицират най-изгодните възможности и начини за постигане на предвидените цели.

Оценката на резултатите показва до каква степен се постигат очакваните резултати, включително странични, непланирани и нежелани ефекти, за да се прецени ефективността. Извършва се и оценка на цялостното въздействие – сравняват се ефектите от реализираните мерки с това, което би се случило, ако тя не се прилагаше. Тази оценка



се използва, когато е известно, че върху резултатите от Стратегията влияят външни фактори, за да се разграничи приносът за постигане на нейните цели.

11. Институционална рамка

Съгласно чл.5 от ЗТ, държавната политика в областта на туризма се определя от Министерския съвет (МС). Министерският съвет по предложение на министъра на туризма одобрява Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма и стратегии за развитие на отделни видове туризъм. Държавната политика за устойчиво развитие на туризма се интегрира в секторните политики и се осъществява от министъра на туризма с участието на другите органи на изпълнителната власт в рамките на тяхната компетентност.

Министър на туризма

Държавната политика в областта на туризма се провежда от министъра на туризма. Министърът на туризма:

1. разработва и контролира изпълнението на Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма и на стратегии за развитие на отделни видове туризъм, както и краткосрочни програми и планове за прилагането им;
2. разработва и изпълнява национална маркетингова стратегия в съответствие със стратегиите по т. 1;
3. утвърждава и изпълнява годишната програма за национална туристическа реклама;
4. разработва и утвърждава концепция за туристическо райониране на страната;
5. предлага на Министерския съвет с решение да обявява национални курорти;
6. осъществява координацията и взаимодействия с организациите за управление на туристическите райони при реализацията на националната маркетингова стратегия и разработването на маркетинговите стратегии на туристическите райони;
7. организира извършването на маркетингови проучвания на основни и перспективни пазари за българския туристически продукт, както и проучвания в сферата на туристическата реклама и анализи на ефективността;
8. организира участието на Република България в международни туристически изложения, панаири и прояви, свързани с туризма;



9. организира опознавателни журналистически пътувания и посещения на чужди туроператори и туристически агенти в страната;
10. изработва и разпространява рекламни и информационни материали и сувенири;
11. набира, обработва и анализира статистически данни за развитието на търсенето и предлагането в държави - основни пазари за националния туристически продукт;
12. поддържа, актуализира и популяризира [Националния туристически интернет портал](#);
13. разработва и осъществява комуникационни кампании на вътрешния и чуждестранни пазари;
14. осигурява дейността на Националния туристически информационен център;
15. взаимодейства с компетентните държавни органи и с териториалните органи на изпълнителната власт, организира и координира съвместната дейност при провеждането на националната политика в туризма, финансовото осигуряване и изпълнение на стратегиите и програмите по т. 1, 2 и 3 и концепцията по т. 4;
16. взаимодейства с организациите за управление на туристическите райони и осъществява надзор върху изпълнението на дейностите им по чл. 18, ал. 1;
17. взаимодейства с туристическите сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), при осъществяване на дейността им в областта на туризма;
18. съдейства за реализацията на инициативи на туристически сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), когато те съответстват на целите и приоритетите на Министерството на туризма в областта на туризма за съответната година;
19. издава, съгласува и предлага на Министерския съвет проекти на нормативни актове в областта на туризма и контролира тяхното прилагане;
20. организира и координира контрола върху качеството на туристическия продукт;
21. подпомага дейността на компетентните органи за провеждане на държавната политика по отношение на обучението и повишаване квалификацията на кадрите в туризма;
22. подпомага дейността по привличане на инвестиции и съдейства за реализиране на проекти за устойчиво и балансирано развитие на туризма на национално, регионално и местно ниво, включително за изграждането и развитието на инфраструктурата, свързана с туризма;



23. представлява Република България пред международните органи и организации в областта на туризма и изпълнява и координира изпълнението на задълженията на Република България, произтичащи от членството и в тях;
24. разработва проекти и участва в разработването, оценяването, наблюдението и контрола върху изпълнението на програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
25. предлага създаването на туристически представителства на Република България в чужбина;
26. организира поддържането на Единната система за туристическа информация;
27. организира воденето, актуализирането и поддържането на [Националния туристически регистър](#) по чл. 166, ал. 1 и Националния регистър на туристическите забележителности, фестивали и събития по чл. 170а, ал. 1;
28. създава национална мрежа от туристически информационни центрове, функциониращи въз основа на единни стандарти;
29. разработва и съдейства за въвеждането на доброволни системи за сертифициране на качеството и устойчивото туристическо развитие;
30. ръководи Националния съвет по туризъм;
31. извършва регистрацията на туроператорите и туристическите агенти;
32. определя категорията на туристически обекти в посочените в този закон случаи;
33. сертифицира туристически обекти в посочените в този закон случаи;
34. осъществява държавната политика в областта на концесиите на морски плажове;
35. организира и осъществява дейността по предоставяне под наем на морските плажове, които не са възложени на концесия;
36. прилага принудителни административни мерки, налага глоби и имуществени санкции в случаите, предвидени в този закон и в Закона за устройството на Черноморското крайбрежие;
37. обявява списък на категориите информация от Единната система за туристическа информация, ако подлежи на класификация като служебна тайна.

Национален съвет по туризъм

За осъществяване на сътрудничеството и координацията в областта на туризма се създава Национален съвет по туризъм (НСТ) – консултативен орган към министъра на туризма.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

В НСТ участват:

1. заместник-министър на икономиката, заместник-министър на финансите, заместник-министър на регионалното развитие и благоустройството, заместник-министър на външните работи, заместник-министър на културата, заместник-министър на здравеопазването, заместник-министър на околната среда и водите, заместник-министър на земеделието, храните и горите, заместник-министър на транспорта, информационните технологии и съобщенията, заместник-министър на образованието и науката, заместник-министър на труда и социалната политика, заместник-министър на вътрешните работи, заместник-министър на отбраната и заместник-министър на младежта и спорта, определени от съответните министри;
 2. председателят на Комисията за защита на потребителите;
 3. изпълнителният директор на Българската агенция по безопасност на храните;
 4. изпълнителният директор на Националната агенция за приходите;
 5. по един представител на всяка организация за управление на туристическите райони;
 6. по един представител на всяко браншово туристическо сдружение, вписано в [Националния туристически регистър](#);
 7. по един представител на регионалните, на продуктовете и на професионалните туристически сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#);
 8. по един представител на морските, на планинските и на балнеолечебните национални курорти;
 9. един представител на сдруженията на превозвачите в областта на въздушния, сухопътния и водния транспорт;
 10. по един представител на национално представените сдружения на потребителите в Република България и на национално представителните работодателски организации в Република България;
 11. представител на Националното сдружение на общините в Република България;
 12. представител на националната организация за спортно-туристическа дейност.
- (3) Председател на НСТ е министърът на туризма или оправомощен от него заместник-министър или друго длъжностно лице.
- (4) Условието и редът за определяне на представителите на сдруженията, организациите и курортите по ал. 2, т. 6 - 10 се определят с правилника по ал. 6.
- (5) Организационно-техническото подпомагане на работата на НСТ се осъществява от администрацията на Министерството на туризма.

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

(6) Организацията на работа на НСТ се определя с правилник на министъра на туризма. Правилникът се публикува на [интернет страницата](#) на министерството.

(7) Поименният състав на НСТ се определя със заповед на министъра на туризма.

(8) Членовете на НСТ по ал. 2, т. 1 - 4 и 10 може да бъдат представлявани от друго лице с изрично писмено пълномощно за всяко конкретно заседание, когато те не могат да присъстват по обективни причини.

Националният съвет по туризъм:

1. подпомага министъра на туризма при формирането и провеждането на държавната политика в туризма;
2. подпомага координацията на националната политика в областта на туризма;
3. обсъжда концепции и програми за устойчиво развитие на туризма и изразява становища по тях;
4. прави предложения до министъра на туризма за създаване, изменение, допълнение или отмяна на нормативни актове, свързани с развитието на туризма;
5. разглежда въпроси, свързани с териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура и привличането на чуждестранни инвестиции в туризма;
6. обсъжда подготовката за туристическите сезони и анализира резултатите от тях;
7. обсъжда резултатите от дейността на органите, на които е възложено упражняването на контрол в туризма и свързаните с него дейности, и дава препоръки за подобряване работата на контролните органи;
8. разглежда въпроси и дава препоръки за подобряване защитата на потребителите на туристически услуги;
9. разглежда и други въпроси от значение за развитието на туризма.

(2) Националният съвет по туризъм изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с туристическото развитие - териториалното развитие, изграждането и поддържането на туристическата инфраструктура, поддържането и управлението на морските плажове, използването и опазването на туристическите ресурси, данъчното облагане на туристическите дейности, прилагането на визовия режим и други.

(3) Националният съвет по туризъм изразява становища и дава предложения по въпроси, свързани с маркетинга и рекламата на България като туристическа дестинация, включително относно:

1. годишната програма за национална туристическа реклама;

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



2. маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток и анализи и прогнози за туристическото развитие;
 3. дейности по брендиране и реклама на България като туристическа дестинация;
 4. Единната система за туристическа информация и [Националния туристически интернет портал](#);
 5. дейността на Националната мрежа на туристическите информационни центрове;
 6. реализацията на проекти по програми на Европейския съюз в областта на туристическия маркетинг;
 7. информационното обслужване и подпомагане участието на български фирми в панаири и прояви, свързани с туризма.
- (4) Националният съвет по туризъм може да формира експертни групи по конкретни въпроси от неговата компетентност с участието на представители на:
1. научни организации, институти и висши училища от областта на туризма;
 2. други институции и организации, заинтересовани от развитието на туризма.

Експертни комисии към министъра на туризма

Към министъра на туризма се създават:

1. Експертна комисия по регистрация на туроператори и туристически агенти (ЕКРТТА);
 2. Експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ЕККТО);
 3. Експертна комисия по сертификация на туристически обекти (ЕКСТО);
 4. Експертна комисия за регистрация на ски училища (ЕКPCY);
 5. Експертна комисия за определяне степента на сложност на ски пистите (ЕКОСССП).
- (2) Председател на комисиите по ал. 1 е оправомощен от министъра на туризма заместник-министър или друго длъжностно лице.
- (3) В състава на ЕКРТТА се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма и представители на браншовите туристически сдружения на туроператорите и/или туристическите агенти.
- (4) В състава на ЕККТО се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма и представители на браншовите сдружения (хотелиерство и/или ресторантьорство).



- (5) В състава на ЕКСТО се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма, Министерството на здравеопазването, както и представители на продуктови и/или професионални туристически сдружения в сферата на балнеолечебни, СПА, уелнес и таласотерапевтични услуги.
- (6) В състава на ЕКРСУ се включват с равен брой гласове представители на Министерството на туризма, на Министерството на младежта и спорта, на Българската федерация по ски, както и представители на професионални и/или продуктови туристически сдружения в сферата на снежните спортове.
- (7) В състава на ЕКОСССП се включват представители на Министерството на туризма, на Министерството на младежта и спорта, на Министерството на околната среда и водите, на Българската федерация по ски, както и представители на професионални и/или продуктови туристически сдружения в сферата на снежните спортове.
- (8) Условиата и редът за определяне на броя и представителите на сдруженията и юридическите лица с нестопанска цел по ал. 3 - 7 се определят с правилниците по ал. 10.
- (9) Поименният състав на комисиите по ал. 1 се определя със заповед на министъра на туризма след постъпване на предложения от съответните ръководители на ведомствата, туристическите сдружения и юридическите лица с нестопанска цел по ал. 3 - 7.
- (10) Министърът на туризма издава правилници за организацията и дейността на комисиите по ал. 1.

Управление на областно ниво

Областният управител провежда държавната политика в областта на туризма на територията на областта, като:

1. разработва областната стратегия и участва в разработването на програми за развитието на туризма на територията на областта и координира тяхното изпълнение; стратегията и програмите се съставят на основата на националните приоритети за развитие на туризма, маркетинговата стратегия на туристическия район и съобразно местните и регионалните туристически ресурси и потребности;
2. съдейства на министъра на туризма при реализацията на дейностите по чл. 6 в областта;
3. сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на областта в изпълнение на националната политика в областта на туризма;
4. осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Управление на местно ниво

Общински съвет

Общинският съвет определя политиката за развитие на туризма на територията на общината, като включва в програмата за реализация на общинския план за развитие самостоятелен раздел, съдържащ общинска програма за развитие на туризма.

Общинската програма за развитие на туризма е в съответствие с приоритетите на областната стратегия за развитие на туризма и стратегиите по чл. 5, ал. 2. Общинската програма за развитие на туризма предвижда конкретни проекти, включващи мероприятия за:

1. изграждане и поддържане на инфраструктурата, обслужваща туризма на територията на общината, включително местните пътища до туристически обекти;
2. изграждане и функциониране на общински туристически информационни центрове и организация на информационното обслужване на туристите;
3. изграждане и поддържане на туристически обекти, които са общинска собственост или за които правото за ползване и управление е предоставено на общината;
4. организиране на събития и мероприятия с местно и национално значение, които допринасят за развитието на туризма;
5. провеждане на проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината;
6. реклама на туристическия продукт на общината, включително участие на туристически борси и изложения;
7. взаимодействие и членство на общината в туристически сдружения и в съответната организация за управление на туристическия район;
8. подобряване качеството на услугите, предлагани в общинските туристически обекти;
9. благоустрояване, изграждане и поддържане на инфраструктурата - общинска собственост, в националните курорти, когато на територията на общината има такива.

(3) В случаите, когато на територията на общината е разположен национален курорт по чл. 56а, общинският съвет е длъжен да планира разходи за подобряване на предлаганите туристически дейности, общински обекти, услуги и продукти в националния курорт.

Кмет на община

Кметът на общината:

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



1. разработва програмата по туризъм и отчета за нейното изпълнение и след одобрението им от консултативния съвет и ги внася за приемане от общинския съвет;
 2. създава и ръководи консултативния съвет по чл. 13, ал. 1;
 3. създава Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕКТО);
 4. определя категорията на туристически обекти по предложение на ОЕКТО в предвидените в този закон случаи;
 5. създава и поддържа общински регистър на категоризираните по т. 4 туристически обекти на територията на общината - част от [Националния туристически регистър](#);
 6. предлага на общинския съвет да определи размера на туристическия данък след писмено становище на консултативния съвет по чл. 13, ал. 1;
 7. ежесечно изпраща информацията от регистъра по т. 5 на електронен носител или по електронен път на министъра на туризма;
 8. събира статистическа информация и създава и поддържа информационна база данни за туризма на територията на общината съгласно наредбата по чл. 165, ал. 2;
 9. разработва и изпълнява програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
 10. сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на общината в изпълнение на националната политика в областта на туризма;
 11. изготвя годишен отчет за разходването на събрания на територията на общината туристически данък и го публикува на интернет страницата на съответната община;
 12. осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи.
- (1) Кметът на община, на чиято територия има изградени и функциониращи места за настаняване, създава консултативен съвет по въпросите на туризма.
 - (2) Председател на консултативния съвет по въпросите на туризма е кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице.
 - (3) В състава на консултативния съвет по въпросите на туризма участват с равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в [Националния туристически регистър](#), и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна.



(4) Редът и начинът на определяне на представители на музеите, физическите и юридически лица по ал. 3 в консултативния съвет по въпросите на туризма се посочват в правилника по ал. 7.

(5) Кметът на общината със заповед определя броя и поименния състав на членовете на консултативния съвет по въпросите на туризма при спазване изискванията на ал. 3.

Консултативният съвет по въпросите на туризма:

1. обсъжда и одобрява проекта на общинската програма за развитие на туризма, както и проекта на отчет за изпълнение на програмата за предходната година;

2. прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, относно:

а) размера на туристическия данък и неговото разходване;

б) членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район;

3. проучва и прави предложения пред общинския съвет чрез кмета на общината за:

а) приоритетното изграждане и поддържане на туристическата инфраструктура и опазване и поддържане на туристическите забележителности на територията на общината, както и за привличането на инвестиции в сферата на туризма;

б) подобряване състоянието на транспортното обслужване;

в) опазване, поддържане и развитие на зелените площи на територията на общината, свързани с туризма;

г) осигуряване на трайна заетост на кадрите в туризма и за повишаване на квалификацията им;

4. проучва, обсъжда и прави предложения пред общинския съвет чрез кмета на общината за предприемане на необходимите мерки за устойчиво развитие на националния курорт, когато на територията на общината има такъв, относно:

а) подобряване състоянието на туристическата инфраструктура;

б) осигуряване на обществения ред и спокойствието на туристите;

в) архитектурния облик на националния курорт;

г) организиране на транспортна схема през туристическия сезон;

д) други въпроси от значение за развитието на националните курорти като туристически дестинации.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

(7) Кметът на общината със заповед утвърждава правилник за организацията и дейността на консултативния съвет по въпросите на туризма.

Към кмета на общината се създава общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти по чл. 128. В състава на ОЕKKTO се включват с равен брой гласове представители на местната администрация и представители на местните и/или регионалните туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър. Условието и редът за определяне на представителите по ал. 3 се уреждат с правилника по ал. 6. Кметът на общината със заповед определя числеността и поименния състав на ОЕKKTO по предложение на съответните ръководители на сдруженията по ал. 3. По преценка на кмета на общината в състава на ОЕKKTO може да бъдат включени и други експерти. Кметът на общината със заповед утвърждава правилник за организацията и дейността на ОЕKKTO.

Общински консултативен съвет

Кметът на община, на чиято територия има изградени и функциониращи места за настаняване, създава консултативен съвет по въпросите на туризма. Председател на консултативния съвет по въпросите на туризма е кметът на общината или оправомощено от него длъжностно лице.

В състава на консултативния съвет по въпросите на туризма участват с равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна.

Консултативният съвет по въпросите на туризма обсъжда и одобрява програма за развитие на туризма на територията на общината и отчета за нейното изпълнение; прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, включително за размера на туристическия данък и неговото разходване, и за членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район.

Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти

Към кмета на общината се създава общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕKKTO). В състава на ОЕKKTO се включват с равен брой гласове представители на местната администрация, от една страна, и на местните, регионалните

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

и браншовите туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, от друга страна.

Управление на ниво туристически район

Туристическият район се управлява от организация за управление на туристическия район (ОУТР). Организацията за управление на туристическите райони са доброволни организации, които чрез взаимопомощ и сътрудничество в интерес на членовете си и в обществен интерес извършват дейности, свързани с формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама на определена територия - туристически район. В ОУТР могат да членуват туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, представители на общини и на областни управители, научни организации, институти и училища в областта на туризма, сдружения на потребителите и други организации, институции и търговски дружества, чието седалище или място за извършване на дейността е на територията на туристическия район, национални, общински и регионални музеи, национални и природни паркове, намиращи се на територията на района.

Организациите за управление на туристическите райони са юридически лица, които се учредяват и регистрират по реда на този закон. Организацията за управление на туристическите райони не разпределят печалба.

Организациите за управление на туристическите райони се създават за следните дейности:

1. разработване и прилагане на маркетингова стратегия на туристическия район в съответствие с националната маркетингова стратегия;
2. изработване на лого и слоган на туристическия район;
3. организиране провеждането на маркетингови изследвания и проучвания на туристическия поток в туристическия район и на анализи и прогнози за туристическото развитие;
4. осъществяване на дейности по изграждане на бранд, връзки с обществеността и реклама на туристическия район;
5. организиране и подпомагане дейността на туристическите информационни центрове в района;
6. разработване и прилагане на стратегия за развитие на туризма, продуктови стратегии и годишни планове за развитие на туризма на територията на туристическия район в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма;

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

7. подпомагане дейността на областните управители и кметовете на общини при реализацията на стратегии и програми за развитие на туризма чрез становища и предложения;
8. подпомагане кметовете на общини при изпълнението на задълженията им по този закон;
9. реализиране на проекти по програми на Европейския съюз;
10. създаване и поддържане на база данни за туризма в района - част от Единната система за туристическа информация;
11. осъществяване обмен на информация, стандарти и добри практики;
12. провеждане на дейности по обучение и повишаване качеството на туристическите услуги;
13. подпомагане разработването, въвеждането и прилагането на доброволни системи за оценяване качеството на туристическите услуги и устойчивото развитие на туристическия район.

Организациите за управление на туристическите райони осъществяват своята дейност в съответствие с националната политика в областта на туризма, провеждана от Министерството на туризма. Областните управители и кметовете на общини оказват съдействие на съответната ОУТР при изпълнение на функциите и.

Организациите за управление на туристическите райони могат да извършват и друга стопанска дейност, която подпомага, допълва или съпътства основния им предмет на дейност.

Организациите за управление на туристическите райони могат да бъдат бенефициенти по Кохезионния фонд и Структурните фондове на Европейския съюз и по програми на национално и европейско равнище. Организациите за управление на туристическите райони се подпомагат от държавата. Организациите за управление на туристическите райони извършват дейността си под контрола на държавата. Функциите на контролен орган се осъществяват от министъра на туризма.

Организациите за управление на туристическите райони се учредяват без определен срок. На територията на един туристически район може да съществува само една организация за управлението му. Организацията за управление на туристическия район задължително включва в своето наименование "туристически район". Право на наименование "туристически район" имат само организациите, които са създадени в съответствие с този закон.

Организация за управление на туристически район се учредява най-малко от:

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

1. две туристически сдружения, вписани в Националния туристически регистър, чието седалище е на територията на туристическия район;
2. четири общини от територията на туристическия район, като една от тях е седалище на района.

Чл. 32. Органи на ОУТР са:

1. общото събрание;
2. управителният съвет;
3. контролният съвет;
4. изпълнителният директор.

Приходите по бюджета на ОУТР се формират от:

1. членски внос;
2. приходи от стопанска дейност и предоставяне на платени услуги;
3. средства от участие в европейски, международни и други донорски програми;
4. дарения от физически и юридически лица;
5. други източници.

Организациите за управление на туристически райони може да се подпомагат финансово от бюджета на Министерството на туризма при условия и по ред, определени от министъра на туризма. Областните администрации, които членуват в ОУТР, не заплащат членски внос.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

12. Бюджет

Индикативната финансова рамка за реализиране на настоящата Маркетингова стратегия за развитието на туризма на района 2021-2024 е съобразена с общата финансова рамка за реализацията на приоритетите на Министерството на туризма, касаещи сектора на туризма в района. Ориентировъчният размер на необходимите финансови ресурси е около 2 200 000 лева. Като основен източник на финансиране са планирани фондовете на ЕС, държавен бюджет, местно публично финансиране (общински бюджет) с дял и частно финансиране (фондове, фирми и др.).

Деятност	2021	2022	2023	2024
Рекламни материали и мониторинг на поведението				
Поддържане, обновяване и модернизиране на туристическия уебсайт на района	5,000.00	5,000.00	5,000.00	5,000.00
Рекламна продуктова фотография на основните обекти в района (вкл. логистични разходи за фотографа)	15,000.00	3,000.00	2,000.00	
Изработка и заснемане на рекламни клипове с продължителност до 30 секунди за разпространение по телевизии и в интернет	80,000.00	40,000.00	30,000.00	
Изготвяне и отпечатване на рекламни материали (имиджови и тематични брошури), вкл. подаръци (рекламни сувенири) за участие в туристически борси, изложения и b2b срещи	20,000.00	15,000.00	10,000.00	
Мониторинг на поведението - маркетингово проучване сред посетители на района (българи и чужденци), както и мониторинг на поведението в интернет чрез googleAds и AdSense и др.		30,000.00	30,000.00	30,000.00

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Реклама				
Премиум интернет реклама в сайтове и платформи, свързани с планиране на туристически пътувания и сайтове с висок трафик	20,000.00	55,000.00	60,000.00	60,000.00
Таргетирана и контекстуална реклама (при зададени социо-демографски и други параметри на таргет групата) в търсачки и социални мрежи – видео, банери и др.	30,000.00	60,000.00	65,000.00	75,000.00
Реклама чрез интернет инфлуенсъри – спонсориран пост/ статия, снимки и др./ относно дестинацията в социалните мрежи	20,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
Реклама чрез клип, представящ дестинацията (до 30 сек.)	25,000.00	70,000.00	75,000.00	80,000.00
Радио реклама (до 30 сек.)	15,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
Реклама чрез билбордове и постери	30,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Публикуване на рекламни карета в преса	20,000.00	20,000.00	25,000.00	20,000.00
Събития				
Популяризиране на фестивали и събития, провеждани в района	20,000.00	30,000.00	35,000.00	35,000.00
Участие в национални туристически борси, изложения и панаири	25,000.00	35,000.00	40,000.00	40,000.00
Участие в международни туристически борси, изложения и панаири	30,000.00	60,000.00	60,000.00	60,000.00
PR комуникация и инсентив събития				
Платени прес съобщения, статии, видеа и цялостен PR	15,000.00	20,000.00	25,000.00	25,000.00
Опознавателни пътувания за инфлуенсъри, блогъри, влогъри, медии	15,000.00	30,000.00	35,000.00	35,000.00
Спедиентски турове и информативни турове за представители на българските и чуждестранни туроператори	20,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

	405,000.00	593,000.00	617,000.00	585,000.00
ОБЩО	2,200,000.00			

13. План за действие

Хоризонтални стратегически цели за туристическия район	Стратегически цели (приоритети)	Дейности	Срок на изпълнение	Очакван резултат	Отговорни институции		Прогнозна стойност	Източници на финансиране
					Водеща	Партньори		
Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в района	Развитие и позициониране на Старопланински туристически район като дестинация със собствена марка за планински, екологичен, винен и творчески туризъм на	Създаване на маршрути за планински пешеходен и рекреативен туризъм в Стара планина	ежегодно	Създаване на маршрути за планински пешеходен и рекреативен туризъм в Стара планина	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

основата на традиции в лозарството и винарството, атрактивната и запазена природа, историята, творчеството на личността, културата на обществото, архитектурната среда, отношението към здравето, чувството за регионална идентичност и принадлежност								
		Развитие на приключенски и екотуризм в ПП „Врачански Балкан“, ПП „Българка“	Ежегодно	Развитие на приключенски и екотуризм в ПП „Врачански Балкан“, ПП „Българка“	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Развитие на исторически, фестивален и творчески туризъм на основата на събития и занаятчийство във Враца, В. Търново, Ловеч, Габрово, Котел, Чипровци, Жеравна, Трявна, Елена и Троян	ежегодно	Развитие на исторически, фестивален и творчески туризъм на основата на събития и ежегодно занаятчийство във Враца, В. Търново, Ловеч, Габрово, Котел, Чипровци, Жеравна, Трявна, Елена и Троян	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на селски туризъм в района на Трявна, Елена, Троян, Тетевен, Котел и други	Ежегодно	Развитие на селски туризъм в района на Трявна, Елена, Троян, Тетевен, Котел и други	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на манастирите в района на Берковица, Тетевен, Троян, Габрово, Дряново и В. Търново	ежегодно	Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на манастирите в района на Берковица, Тетевен, Троян, Габрово, Дряново и В. Търново	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на планински ски туризъм за вътрешния пазар в		Развитие на планински ски туризъм за	МТ/ОУТР	Общини, туристически	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		района на Ком-Берковица, Беклемето и Узана		вътрешния пазар в района на Ком-Берковица, Беклемето и Узана		сдружения/ заинтересовани страни		орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
	Разработване на диверсифициран туристически продукт	Развитие на планински туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	ежегодно	Развитие на планински туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	ежегодно	Развитие на културен туризъм с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на здравен туризъм (разбиран като събирателно	ежегодно	Развитие на здравен туризъм (разбиран като	МТ/ОУТР	Общини, туристически	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията		събирателно понятие за балнеологичен туризъм, спа, балнео и wellbeing туризъм и медицински туризъм) с акцент върху рекреацията (в смисъл на физическо и душевно възстановяване) и туристическото преживяване в дестинацията		сдружения/ заинтересовани страни		орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите - въжени градини, тролеи, велопътеки.		Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред туристите - въжени градини, тролеи, велопътеки.	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на селския туризъм и по-конкретно на етнографията, традициите и местната кухня		Развитие на селския туризъм и по-конкретно на етнографията, традициите и местната кухня	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Създаване и популяризиране на бранд на Старопланински туристически район	ежегодно	Развитие и популяризиране на бранд на Старопланински туристически район	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
Успешно позициониране на района на световния туристически пазар	Провеждане на активна рекламна политика на дестинацията за засилване на интереса към района.		ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Интернет реклама в България и на целеви пазари в чужбина – премиум интернет реклама, таргетирана и контекстуална реклама, реклама чрез интернет инфлуенсъри	ежегодно	Брой проведени рекламни кампании в сайтове и платформи, свързани с планиране на туристически пътувания и сайтове с висок трафик - видео, банери и др., спонсориран пост/статии, снимки и др.	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

				относно дестинацията в социалните мрежи				
		Телевизионна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез клип, представящ дестинацията	ежегодно	Брой излъчени клипове, представящ дестинацията	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/тур. сдружения/ЕС
		Радио реклама в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно	Брой излъчени рекламни съобщения или анонси, промо сигнали и музикални анонси и др.	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/тур. сдружения/ЕС
		Външна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез билбордове и постери	ежегодно	Брой поставени билбордове и постери	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/тур. сдружения/ЕС
		Публикуване на рекламни карета в преса в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно	Брой публикувани рекламни карета в преса в България и на целеви чуждестранни пазари	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/тур. сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Регулярно публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании за синхронизиране на действията на държавата с бизнеса	ежегодно	Публикуване на информация за действащи и предстоящи рекламно-информационни кампании за синхронизиране на действията на държавата с бизнеса				
		Редизайн, актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи	ежегодно	Актуализация на съдържанието и поддръжка на официалния туристически портал и профилите в социалните мрежи				
		Дигитално интерактивно представяне на мрежата от обозначени (вкл. международни) екомаршрути (пешеходни, вело, конни и други)	ежегодно	Дигитално интерактивно представяне на мрежата от обозначени (вкл. международни) екомаршрути (пешеходни, вело, конни и други)	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. Сдружения/ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

	Укрепване на институционалната рамка	Подобряване на функционирането на ТИЦ	ежегодно	Подобряване на функционирането на ТИЦ	ОУТР, туристически сдружения, ТИЦ			
		Увеличаване на капацитета и ресурсната обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг	ежегодно	Обезпеченост на ОУТР като основен субект на регионалния туристически маркетинг	МТ	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. Сдружения/ЕС
		Укрепване на институционалната рамка, увеличаване на участието и подобряване на взаимодействието между заинтересованите страни за развитието на туризма в района.		Укрепване на институционалната рамка и подобряване на взаимодействието				
		Организиране и провеждане на информационни срещи (конференции) на ТИЦ за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места	ежегодно	Провеждане на информационни срещи за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и	ОУТР, туристически сдружения, ТИЦ			

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		и обекти и подобряване на тяхното качество		обекти и подобряване на тяхното качество				
	Провеждане на проучвания от маркетинга на дестинацията	Редовно провеждане на маркетингови проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители	ежегодно	Проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители	ОУТР, туристически и сдружения			
		Регулярно осигуряване, обработване и анализиране на статистическа информация за характеристиките, поведението и разходите на туристопотоците, за състоянието на суперструктурата и на МСП в туризма		Проучвания за предпочитанията и удовлетвореността на българските и чуждестранните посетители				
Подобряване качеството на предлаганите услуги	Цел 1. Подобряване на качеството на	Подобряване на транспортната инфраструктура	Ежегодно	Удовлетвореност на туристите от качеството на транспортната инфраструктура	МТ/ОУТР	МРРБ, МТИТС	-	Държавен/общински бюджет/АПИ

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

	туристическите продукти	Осигуряване и поддържане на удобни и с достатъчен капацитет паркинги за организирани и индивидуални туристи	Ежегодно	Подобрена транспортна и друга инфраструктура на туристическите места	МТ/ОУТР	МРРБ, МТИТС, Общини	-	Държавен/общински бюджет/ЕС
		Ефективно управление на отпадъците в туристическите места	Ежегодно	Подобрено управление на отпадъците	МТ/ОУТР	МОСВ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори	-	МОСВ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори
		Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им територия (вкл. язовири, езера, реки)	Ежегодно	Подобрена чистота на водните басейни и прилежащите крайбрежни територии	МТ/ОУТР	МРРБ, МОСВ, Общини,	-	МРРБ/МОСВ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторантьори/оператори
		Поддържане на туристическите пътища/екопътеките в района	Ежегодно	Подобрено състояние на туристическите пътища/екопътеки в страната	МТ/ОУТР	МОСВ, Общини, туристически сдружения	-	МТ/Общини /хотелиери/ресторантьори/оператори/ тур. сдружения

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Подобряване на инфраструктурата за предлагане на приключенски туризъм и екстремни спортове (скално или планинско катерене, скачане с бърджии, рафтинг и други), при спазване на режимите на защитените територии	Ежегодно	Подобрена инфраструктура за практикуване на екстремни спортове	МТ/ОУТР	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения		МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения
		Взаимодействия с авиокомпаниите за откриване и поддържане на допълнителни въздушни връзки за летището в Горна Оряховица	Ежегодно	Развити въздушни връзки с нови дестинации	МТ/ОУТР	МРРБ, ГВА, Общини	-	МРРБ, МТИТС, Общини/ГВА
	Цел Подобряване на условията за сигурност и безопасност на туристите в България	Подобряване на мерките за сигурност на туристите в туристическите места на района	ежегодно	Подобрена сигурност на туристите в туристическите места в района	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини
		Организация и поддържане на висока степен на	ежегодно	Безопасност на движението в рамките	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		безопасност на движението в рамките на туристическите места в района		на туристическите места в района				
		Поддържане на висока степен на безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района	ежегодно	Осигурена безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района	МТ	МИ, ДАМТН, КЗП	-	МИ, ДАМТН, КЗП/ хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения
	Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор	Осигуряване на връзка между бизнеса и образователната система	Постоянно	Осигуряване на връзка между изнеса и образователната система	МОН/НАПО О	Хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения	-	МОН/НАПОО/ Хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения
		Обучение и повишаване на квалификацията на кадрите	Постоянно	Повишаване на квалификацията на кадрите	Заинтересовани страни	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТСП/ програми на ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		Подбиране и подготвяне на повече квалифициран персонал, от планински водачи и екскурзоводи	Постоянно	Повишаване на квалификацията на кадрите	Заинтересовани страни	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТСП/програми на ЕС
Подобряване на взаимоотношенията	Развитие на партньорства	Провеждане на дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво	ежегодно	Проведени дискусии, кръгли маси или друга форма на обсъждане на проблемите в туризма на областно ниво	Областни управи, ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС
		Установяване на трайни контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-голям	ежегодно	Установени контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-	ОУТР	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации,	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		брой български и чуждестранни туристи		голям брой български и чуждестранни туристи		съсловни организации		
		Организиране на срещи за насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите	ежегодно	Насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите	ОУТР, туристически и сдружения, ТИЦ	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС
		Оказване на подкрепа на ОУТР за насърчаване на участието на местния бизнес и организации на бизнеса в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район	ежегодно	Насърчаване на участието на местния бизнес	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/заинтересовани страни
		Насърчаване на участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането	ежегодно	Участието на регионалната и местната власт в стратегическото	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

		на дейностите за развитието на туристическия район		планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район		заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации		заинтересован и страни
		Оказване на подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ	ежегодно	Подкрепа на ОУТР за развитие на партньорства с образователните институции по райони с цел осигуряване на стажове на ученици и студенти в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ и повишаване на квалификацията на заетите в туристическите предприятия, ОУТР и ТИЦ	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/заинтересован и страни
Повишаване на конкурентоспособността на	Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в	Участие в специализирани борси и изложения	ежегодно	Участие на МСП в специализирани борси и изложения	ОУТР	Общини, МСП/Хотелиери, ресторантьори и други	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

туристическия район	международни събития и изложения					заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации		заинтересован и страни
		Приобщаване на МСП в сектора към усилията, в това число като предлагане на продукти, разработване на креативни предложения и споделяне на финансови разходи за подобряване на регионалния маркетинг	Ежегодно	Разработване на креативни предложения за подобряване на регионалния маркетинг	МТ/ ОУТР	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересован и страни
		Организация на срещи за обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори	ежегодно	Обмен на опит и добри практики с международни организации и партньори	МТ/ МВНР	Търговски служби на посолства. Работодателски организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересован и страни

www.eufunds.bg

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

14. Приложения:

- Приложение 1: Комуникационен план на туристическия район
- Приложение 2: Предложния за лого и слоган
- Приложение 3: Резултати от проведените социологически прочувания
- Приложение 4: Прогноза за туристическото развитие

----- www.eufunds.bg -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.