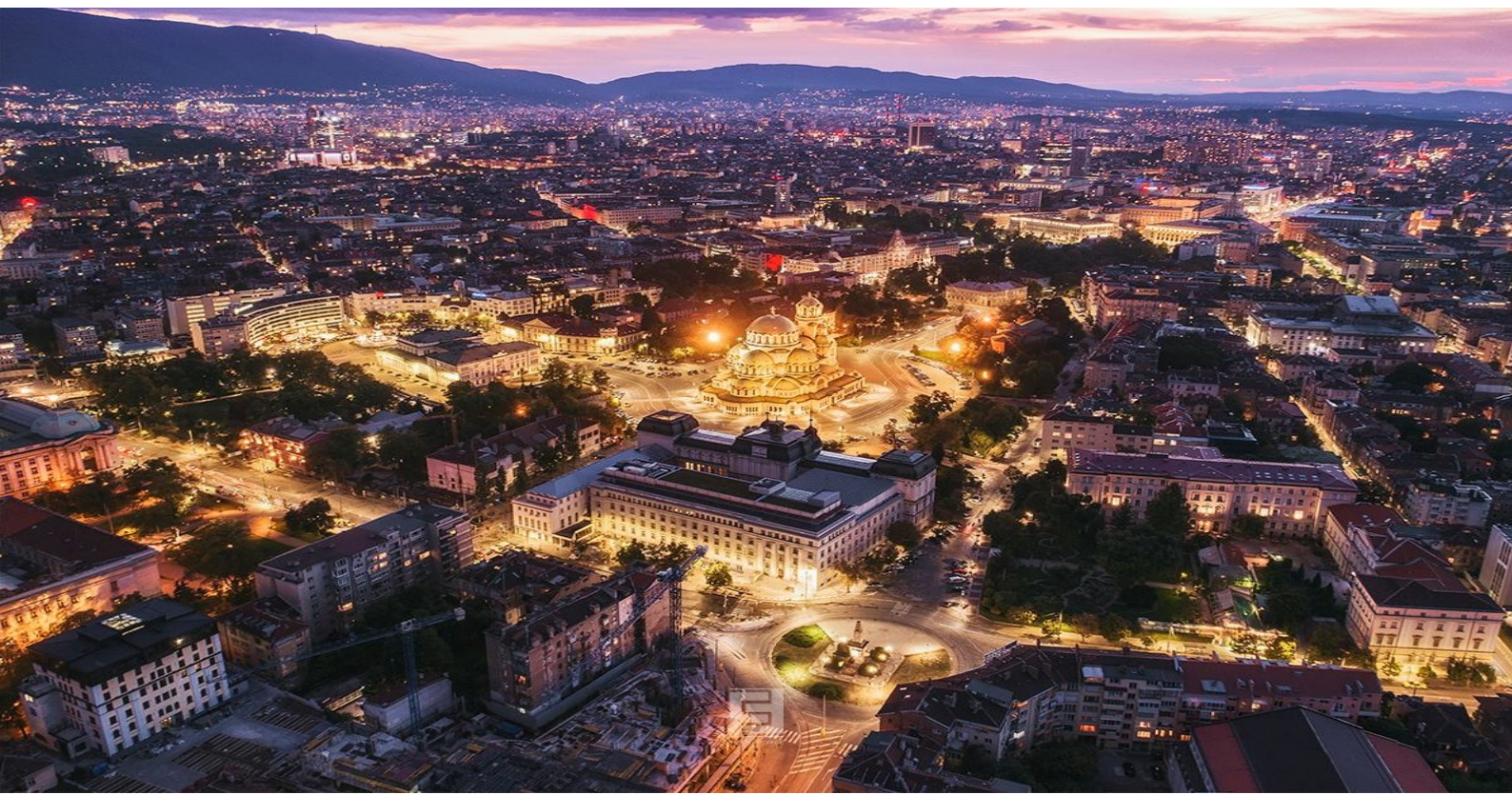




ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ НА СОФИЙСКИ 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	5
Обхват	5
Преглед на стратегически документи	6
Преглед на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии в областта на туризма в Софийски туристически район.....	12
Добри чуждестранни практики на съществуващи маркетингови и комуникационни стратегии.....	32
Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура.....	56
Пътна инфраструктура	56
Ж.п. инфраструктура	57
Въздушен транспорт	57
Изводи	58
Достъпност до основни туристически обекти.....	59
Основни туристически обекти:	60
Традиционни ястия	118
Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО	119
За състоянието на ОУТР „София“	121
Ресурси на района и специфики	122
SWOT анализ на ТР „София“	133
PESTEL анализ - анализ на външната среда	135
2. Визия.....	187
3. Цели	188
4. Целеви пазари и групи потребители.....	191
Източници на информация.....	191
Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района	192
Целеви пазари.....	192
5. Уникално предложение за продажба и желано пазарно позициониране	200
Виждане за предимствата и недостатъците на района	200
Асоциации със символи на района.....	203
Идеи за уникално предложение за продажба	207
Изграждане на марка на района.....	208
Поведение и предпочитания на туристите	208
Профил на туристите.....	209
Поведение и предпочитания на туристите	211
Интерес към района	213
Предпочитания на чуждестранните туристи по националности.....	213

----- 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 Организацията 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.



Предложения за уникално предложение за продажба.....	215
Желано пазарно позициониране.....	215
Ключови послания на района	215
6. Общи насоки за брендиране на всеки туристически район и предложения за лого и слоган.....	216
Предложния за лого и слоган	218
7. Концепция за брендиране на местните стоки и услуги, предлагани от МСП във всеки туристически район	221
8. Стратегии и тактики за постигане на целите и достигане до потребителите (маркетинг микс)	223
Маркетинг микс:	223
1. Продуктова политика.....	223
2. Ценова политика	233
3. Дистрибуционна политика	235
4. Комуникационна политика	236
Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район.....	241
Предложения за участие в специализирани борси, изложения и други събития	241
Препоръки към регионалния маркетинг в туризма	242
Пътувания и туризъм: тенденции за 2021 – 2022 г.	243
Конкретни подходи и предвидените комуникационни канали	248
9. Механизъм за мониторинг и оценка на изпълнението на стратегията за района ...	266
Мониторинг.....	266
Набиране на информация за напредъка.....	267
Методи за набиране на количествени данни.....	268
Методи за набиране на качествени данни	268
Анализ на получените данни	269
Заключения на база на анализа	269
Изготвяне на предложения за предприемане на корективни действия или действия по актуализация	270
Представяне и обсъждане на резултатите и предложенията на заинтересованите страни	270
Отразяване на получените коментари и предложения	270
Официално приемане на необходимите документи и действия	270
Оценка:	271
Междинна и последваща оценка	271
10. Институционална рамка	273
Министър на туризма	273
Национален съвет по туризъм	276
Експертни комисии към министъра на туризма	278



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Управление на областно ниво	279
Управление на местно ниво	280
11. Бюджет.....	286
12. План за действие.....	288
13. Приложения:	305
• Приложение 1: Комуникационен план на туристическия район	305

----- 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 Организацията 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. Ситуационен анализ

Обхват

Софийският туристически район е разположен в Западна България. Според туристическото райониране на страната районът граничи със Старопланински туристически район (на север и изток), с ТР Долината на Розите (на изток), Тракийски туристически район (югоизток) и ТР Рила-Пирин на юг. Западна граница на района е държавната граница със Сърбия и Северна Македония.

В административно отношение СТР обхваща части от 4 области и включва 23 общини:

- Област София-град: Столична община;
- Софийска област: Божурище, Ботевград, Годеч, Горна Малина, Драгоман, Елин Пелин, Етрополе, Ихтиман, Костинброд, Правец, Своге, Сливница;
- Пернишка област: Брезник, Земен, Ковачевци, Перник, Радомир, Трън;
- Кюстендилска област: Бобов дол, Кюстендил, Невестино; Трекляно,

В така очертаните граници общата площ на СТР е 10 211,3 кв.км, което представлява 9,2% от територията на България. СТР се причислява към средните по големина туристически райони.

В Концепцията за туристическо райониране на България за Софийски туристически район е предложена приоритетна специализация в делови и културен туризъм, а разширената специализация включва делови (MICE), културен, планински, здравен, религиозен, приключенски и еко туризъм.

Концепцията за туристическо райониране на България залага два подрайона в Софийски туристически район:

- Софийски подрайон, с център София
- Подрайон Краище, с център Кюстендил.

Обособените подрайони отразяват наличието на по-силно изразени функционални връзки в отделните части на районите и биха могли да се прилагат като средство за по-директна координация и взаимодействие със заинтересованите.

За управление на района е учредена Организация за управление на Софийски туристически район. В нея членуват повече от половината общини (12 от 23), попадащи в географския обхват на района, 3 областни администрации и 6 туристически сдружения, по-голямата част от които браншови и професионални. Съгласно законодателството,

----- 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 Организацията 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.



организацията следва да концентрира своята дейност върху туристическия маркетинг и някои аспекти от развитието на туристическия продукт и управлението на дестинацията.

Преглед на стратегически документи

В обхвата на Софийски туристически район попадат административно териториални единици, разположени в 1 района за планиране от ниво 2: Югозападен район за планиране. В рамките на туристически район попадат 23 общини, разположени в 4 области. В настоящия преглед са обхванати 54 документа: стратегически, планови и програмни документи за развитие на съответната територия и специализирани документи, разработени в областта на туризма, достъпни в Приложение №...

Регионалният план за развитие на Югозападен район (РПР на ЮЗР) за периода 2014-2020 г. задава главната стратегическа цел „Главна стратегическа цел: Устойчив икономически растеж чрез конкурентоспособност, инвестиционна атрактивност, подобрена жизнена среда и укрепен човешки ресурс при съхранено природно и културно наследство“. В най-висок равнища на целите са отразени определящите за развитие на туризма на територията на района природното и културно наследство. Целенасочено действия по отношение на туристическия сектор се регистрира под формата на специфична цел „Оползотворяване на местния туристически потенциал“ в рамките на конкурентоспособността и диверсификацията на регионалната икономика.

Регионалният план за развитие на ЮЗР развива заложените в 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. цели. Осъществен е преглед на съответствието на целите с националната стратегическа рамка и съотносимите към туризма европейски политики. Основните съответствия се изразяват в развитието на различни форми на туризъм, подобряване на достъпа и модернизация на туристическа инфраструктура, популяризиране на културно наследство, маркетинг.

Общата специализация на Софийски туристически район включва делови и културен туризъм. Чрез формулирани в РПР на ЮЗР мерки и дейности се отчита съответствие с общата специализация по отношение на втория компонент (културен туризъм). Деловият туризъм не е отразен. Подвидовете туризъм, които са включени в документа, са зимния, селския познавателен, екотуризма, спа и балнеоложкия туризъм, които се вписват в разширената специализация на района.

В рамките на Софийски туристически район попадат 4 области: Област Кюстендил, Софийска област, София – град, Перник. Областните стратегии за развитие (ОСР) на посочените области съответстват с целите, определени в Стратегията Европа 2020, Националната програма за развитие „България 2020“, Националната стратегия 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

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. Изричен преглед на свързаните стратегически документи от по-високо ниво или анализ на съответствието в извършен във всички областните документи за развитие. ОСР на Софийска област и София-град включват и сравняване на състоянието на общините в съответната територията и приемственост с документи в рамките на предходен планов период - 2007-2013 г.

Изведените основни съответствия с целите, мерките и дейностите включват: валоризиране на обектите на културно-историческото наследство, развитие на разнообразни форми на туризъм, инфраструктурна обезпеченост на туристическите обекти, подобряване на осведомеността за туристически обекти и дестинации, маркетинг на регионални продукти. Туристическият сектор в обхванат най-задълбочено в ОСР на областите Кюстендил, София – град и Перник. При Софийска област се отчита включването му като специфична цел без дефинирани мерки и дейности за изпълнение. При Област Перник секторът се включва в две стратегически цели и два приоритета, без да е изведен самостоятелно в елементите на целеполагането. При областните документи на областите Кюстендил и София-град туризмът е посочен като специфична цел в рамките на социалното и икономическото развитие.

Отчита се съответствие с общата специализация на туристическия район. Област Кюстендил и София – град залагат културния и природния туризъм като основни. ОСР на Област Перник включва само културния, а ОСР на Софийска област не определя вид туризъм, към развитие на който да се насочи областта. На областно ниво деловият туризъм не е предвиден. Подвидовете туризъм, които могат да се посочат на базата на предвидени мерки и дейности, са балнеоложки, зимен, спортен, ловен и риболовен, селски, културно-исторически туризъм и др.

От териториалния обхват на Област Кюстендил 4 общини (Бобов дол, Кюстендил, Невестино, Трекляно) се включват в Софийски туристически район. Прегледът на наличните документи на общинско ниво показва, че са предвидени обвързаност с целите и приоритетите на документите от по-високо ниво на планиране. Общинските планове за развитие (ОПР) на четирите общини предвиждат анализ на обвързаността с документите от по-висок ранг и приносите за изпълнението им на местно ниво. Всички разглеждани общини от областта извършват преглед на приемствеността с предходни общински планове за развитие и надграждането на получените резултати от изпълнението им за плановия период 2007 - 2013 г.

Основните проявления на вертикалната координация на целите се изразява в насочеността на предвидените намеси на местните власти чрез: облагородяване на туристическата и съпътстващата инфраструктура, насърчаване развитието 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.



туристически обекти, подобряване на информираността, маркетинга и рекламата на местните туристически продукти, повишаване капацитета на местните кадри в областта на туризма и туристическото обслужване. В ОПР на общините Бобов дол, Кюстендил, Невестино и Трекляно туризмът е включен на ниво визия за развитие. Операционализиран е в приоритети в рамките на насърчаването на местната икономика. Специализирани документи с основна насоченост към туризма са разработени от общините Бобов дол и Кюстендил.

От видовете туризъм, част от разширената специализация на туристическия район, отразен в общинските документи е само културният. Общините Бобов дол, Кюстендил, Невестино и Трекляно планиран мерки и дейности насочени към културен и планински туризъм като водещи видове. Застъпени са подвидовете балнеоложки и СПА туризъм, селски, зимен, културно-исторически, творчески, религиозен туризъм.

В Софийски туристически район от териториалния обхват на Софийска област се включват общините Божурище, Ботевград, Годеч, Горна Малина, Драгоман, Елин Пелин, Етрополе, Ихтиман, Костинброд, Правец, Своге, Сливница. Прегледът на общинските планове за развитие и документите в областта на туризма показва обвързаност с националната рамка за планиране в сектора. Не се отчитат отклонения от зададените посоки за развитие. Всички общински планове на дванадесетте общини извършват преглед на съответствието на националните и европейски документи, отнасящи се до туризма. В ОПР на общините Годеч, Елин Пелин, Етрополе и Ихтиман е поместен и преглед на приемствеността с общински планове и стратегии за периода 2007-2013 г.

Основните приоритетни области и мерки, в които се отчитат съответствия с националната стратегическа рамка в сектора, са насочени към подобряване на туристическата инфраструктура, функционирането на туристическите обекти, качеството на предлаганите туристически услуги и обучение на персонал, зает в сектора, изграждане на материално-техническа база, създаване на туристически атракции, развитие на иновативни и интегрирани туристически продукти и услуги, създаване на имидж на туристически дестинации, подобряване на административния капацитет за обслужване на туризма и др. Секторът е включен във визиите за развитие на общините Ботевград, Годеч, Елин Пелин, Правец и Сливница. Развит е като приоритет/специфична цел в рамките на икономическото развитие, предприемаческата и инвестиционната дейност, оползотворяване на местния потенциал. ОПР на Община Драгоман отделя самостоятелно място на туризма. При Община Своге секторът е отразен на оперативното ниво като мярка. Отделни документи за управление на туризма са съставени от общините Божурище, Ботевград, Драгоман, Етрополе, Правец, Своге и Сливница.

Отчита се вписване в общата специализация на туристическия район. Предвиден е основно културен туризъм. Деловият туризъм е слабо отразен от общинските документи. Включен е само от Община Правец. Срещаните в документите подвидове туризъм са

----- 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

спортен, рекреативен, културно-исторически, религиозен, спортен, образователен, селски, фестивален, част от които отговарят на разширената специализация на район „София“.

В рамките на област София-град попада само Столична община. Общинският план за развитие за периода 2014-2020 г. на общината отразява целите и приоритетите за развитие от националната стратегическа рамка. Осъществен е подробен анализ на съответствието с документите от по-висок ранг. Извършена е оценка на изпълнението на ОПР на Столична община в периода 2007-2013 г., като са направени изводи и препоръки за следващия програмен период. Туризмът е включен като приоритет в рамките на насърчаването на нисковъглеродна икономика. Разработени са отделни документи за развитието на туристическия сектор на територията на общината.

Основните констатирани съответствия с националните стратегически документи са свързани с приоритети и мерки, насочени към разкриване, консервация и експониране на археологическото богатство, разработване и устройване на културни маршрути, продуктова гама на туристическото предлагане, брендиране на софийския туристически продукт, усъвършенстване на маркетинговите комуникации, подобряване на инфраструктура и достъпността на средата, институционално развитие сътрудничество и партньорство със заинтересованите страни и др. Отчита се пълно съответствие с общата специализация на Софийски туристически район. Включени са основните видове делови и културен туризъм. Подвидовете туризъм, заложили в общинските документи, са културно-исторически, конферентен, спортен, здравен, СПА и уелнес туризъм. Отчита се вписване в разширената специализация на района.

В рамките на района попадат 6 общини от Област Перник: Брезник, Земен, Ковачевци, Перник, Радомир, Трън. В общинските планове за развитие на посочените общини не се отчитат противоречия с водещите национални документи, РПР на ЮЗР и с ОСР на Област Перник. Посочен е анализ на съответствието от всички общини, като отразяват онръзването с целите на Национална стратегия за регионално развитие на Република България – 2012-2022 г., Национална концепция за пространствено развитие на Република България – 2013-2025 г., Национална програма за развитие на Република България 2020, Регионалният план за развитие на Югозападния район в периода 2014-2020 г. и Стратегия за развитие на област Перник в периода 2014-2020 г. Всички общински планове за развитие поместват анализ за обвързаността с целите на документите от по-висок порядък.

Приоритетите и мерките, в които се отчита вертикална координация с документите от по-висок ранг, са насочени към облагородяване на туристическа инфраструктура, повишаване качеството на предлаганите туристически услуги, развитие на съществуващите и създаване на нови продукти, подобряване на инфраструктура, маркетинг и реклама на туристически продукти и др. Секторът е включен във визиите 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.



развитие на общините Ковачевци, Радомир и Трън. В йерархията на целите е разположен най-често на междинно ниво като специфична цел/приоритет при насърчаването на икономическото развитие и конкурентоспособността на съответната територия. Отделен документ, специализиран в областта на туризма, разработват общините Брезник и Трън.

По отношение на общата специализация на туристическия район общините от област Перник отразяват главно културния туризъм. Деловият е слабо застъпен. Вторият основен вид туризъм, който се наблюдава, е планинският. Включени са подвидовете културно-исторически, екотуризъм, селски, религиозен, приключенски, ловен, риболовен и фестивален. По този начин се вписват в разширената специализация на района.

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, плановете и програмите документи на административно-териториалните единици, включени в състава на Софийски туристически район. Регионалният план за развитие на ЮЗП, областните стратегии и общинските плановете 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.
- Изричен преглед и/или анализ на обвързаността с националните и европейски документи, както и на законодателната рамка осъществяват по-голяма част от общините и областите в рамките на района (23 общини и 2 области). Координацията на целите е проследена в различна степен на задълбоченост. Отчита се въздействието и постигнатите резултати от предходни стратегии, програми или плановете, действащи в периода 2007-2013 г. от 9 общини и 2 области.
- При съставянето на цели, приоритети и мерки туристическият сектор е включен на междинно ниво в йерархията на плановете елементи под формата на приоритет/специфична цел в рамките на икономическото развитие, оползотворяване на местния потенциал, предприемачеството, конкурентоспособността на съответната територия и подобряване на качеството на живот. Частични отклонения се наблюдават при Областната стратегия за развитие на Софийска област за периода 2014-2020 г., при която секторът е включен на междинно ниво като специфична цел, но не е операционализирано изпълнението ѝ. На най-високо ниво в целите е заложен при



визиите за развитие на 12 общини (Бобов дол, Кюстендил, Невестино, Трекляно, Ботевград, Годеч, Елин Пелин, Правец, Сливница, Ковачевци, Радомир и Трън).

- Основните направления на цели, приоритети и мерки, при които се отчита съгласуваност между документите от различен ранг се изразяват в приоритети и мерки, отнасящи се до Опазване на културно-историческо и природно наследство, развитие на разнообразни форми на туризъм, рехабилитация и модернизация на инфраструктурна, достъп и комуникационна обезпеченост, подобряване на осведомеността за туристически обекти и дестинации, маркетинг на регионални продукти, насърчаване развитието на туристически обекти, подобряване на информираността, маркетинга и рекламата на местните туристически продукти, повишаване капацитета на местните кадри в областта на туризма и туристическото обслужване, институционално развитие за сътрудничество и партньорство със заинтересованите страни 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 туристически обекти.
- Специализирани документи, които развиват заложените цели и приоритети в областта на туризма са разработени от 12 общини (Бобов дол, Кюстендил, Божурище, Ботевград, Драгоман, Етрополе, Правец, Своге, Сливница, Столична, Брезник и Трън). Най-често те са във вид на програми за развитие на туризма или стратегии за устойчиво развитие на сектора. В тях се операционализират 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 Софийски туристически район използват релевантни и съотносими понятия при планирането в сектора на туризма. Удовлетворено е изискването от методическите указания на Министерство на регионалното развитие и благоустройството за изготвяне на планови и програмни териториални документи.
- Съгласно Концепцията за туристическо райониране на България общата специализация на Софийски туристически район включва делови и културен туризъм. На всички териториални нива (район за планиране, области и общини) в заложен културният туризъм като водещ. Вторият компонент – деловият туризъм – в слабо включен в съществуващите документи: РПР на ЮЗР, областните стратегии, общинските планове за развитие и специализираните документи в областта на туризма. Отразен е единствено при мерките и дейностите на Столична община и Община Правец. Софийска област не определя вид туризъм, към развитие на който да се насочи областта. Планинският туризъм често се включва като втори основен вид от общините в рамките на района.

----- 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 Организацията 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.



- По отношение на разширената специализация на туристическия район се наблюдава по-голяма степен на съответствие с предвидените подвидове туризъм на областно и общинско ниво. Предвидени са културно-исторически, религиозен, образователен, селски, фестивален, спортен, рекреативен, конферентен, СПА и уелнес, балнеоложки, екотуризъм, приключенски, ловен, риболовен туризъм част от които отговарят на разширената специализация на район „София“.
- В 29 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, Националния статистически институт (НСИ), отчети по проекти към съответната финансираща организация, Информационната система за управление и наблюдение на средствата от ЕС в България (ИСУН).

Потенциални предложения за цели, основани на прегледа на съществуващите документи, направените изводи и с оглед общите специфики, показани от отделните териториални единици, могат да се определят:

1. Развитие на формите на деловия туризъм – спрямо общата специализация на туристическия район повечето общински и всички областни документи не адресират деловия туризъм. В гореизложените изводи е посочено, че планинският се проявява като втори водещ вид. Предвид това, препоръчително е задълбочаването на този вид и неговите подвидове и дейности (конферентния, бизнес, събитиен, тиймбилдинг дейности и т.н.) Те не възпрепятстват реализацията на планинския туризъм, а могат да го надградят и да създадат добавена полза за сектора.
2. Подобряване на туристическата свързаност между Столична община и периферните общини в рамките на туристическия район – териториалната близост позволява създаването на комбинирани туристически маршрути и съвместни туристически продукти. Допълваща дейност към подобна мярка е разширяването на формалното (програми и проекти) и неформално (обмен на опит, експертиза, практики) трансграничното сътрудничество.

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

Прегледът на съществуващите документи на общинско ниво показва, че РПР на ЮЗР за периода 2014-2020 г., 2 от общо 4 области и 17 от общо 23 общини, включени в Софийски туристически район включват мерки или дейности, насочени към туристически маркетинг и 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.



Община Земен

- В своя *Общински план за развитие (2014-2020)* Община Земен е заложила като приоритет развитието на модерен туризъм. За реализацията му са заложили две мерки: развитие на туризма и развитие на маркетинговата политика.
- В сектора са заложили няколко конкретни дейности за развитие на селския туризъм: изграждане на туристически информационен център и изложбена зала „Владимир Димитров – Майстора“ в село Дивля, информационни центрове и изложбени зали на сурвакарските обичаи в селата Елов дол и Габров дол. Освен тях се предвижда и подобряване на туристическата инфраструктура: екопътеки, места за настаняване, зони за отдих, туристически маршрути и изграждане на „Дом на ловеца и рибаря“. Планирано е и създаване на интегриран туристически продукт „Дестинация Земен“.
- За развитието на маркетинговата политика е предвидено създаване на информационен бюлетин, рекламни материали, представяне на общината в туристически сайтове, рекламни кампании и събития. Планът предвижда и създаване на единна система за визуализация на туристическите обекти. Залага се и изработването на маркетингова стратегия, която да включва направата на брошури, сувенири и филми, свързани със събития от историята и културата на града.

Община Бобов дол

- Туризмът е акцент във визията, заложила в *Общинския план за развитие на Община Бобов дол (2014-2020)*. Като благоприятна възможност се дефинира алтернативният туризъм. Една от заложените специфични цели е подпомагането на устойчивия туризъм чрез подобряване на туристическата инфраструктура, развитие на обектите, подобряване на маркетинга и рекламата и опазване на културното наследство.
- Общината има *Стратегия за развитие на туризма (2014-2020)*, в която са дефинирани основните видове туризъм: ваканционен, културно-исторически, религиозен, екологичен, селски. За развитието на сектора допринасят местният песенен и танцов фолклор, както и книжовните и литературни ценности, съхранени в местното читалище. Като възможности са отбелязани засилването на интереса към алтернативния и еко-туризма, както и туристически продукти, предлагащи идеи за „развлечение чрез изживяване“.
- Визията за развитие на туризма в общината е формулирана по следния начин:

----- www.eufunds.bg -----



- „Община Бобов дол – туристическа дестинация със съхранена природа, историческа и културна автентичност, предлагаща разнообразни възможности за активна почивка, занимания и преживявания на открито за хора с широк кръг от интереси и потребности.“
- Специфичните цели, заложи в Стратегията, са развитие на алтернативен и екотуризъм и включване в регионални и трансгранични туристически продукти. Мерките, предприети за реализирането на първата цел, са по-скоро общи: разработване на маркетингова стратегия, рекламни материали, подобряване на инфраструктурата и други. По отношение на засилването на трансграничното сътрудничество се посочва сътрудничество с Македония и Сърбия, обучение на служители, популяризиране на възможностите за сътрудничество сред населението и потенциалните инвеститори и други.

Община Божурище

- В *Плана за общинско развитие (2014-2020)* се посочва, че потенциалът за туризъм е благоприятен от авиацията и самолетостроенето, творчеството на художника Димитър Казаков, етнографските и фолклорните традиции. Има възможности за спортен и развлекателен туризъм (коневъдство, спортни бази), както и селски туризъм. Като възможност се отбелязва развитието на уикенд туризма. Предвижда се изграждане на аквапарк и велоалеи. Част от мерките за развитие на туризма са свързани с подобряване условията за културен туризъм чрез културни събития, изграждане на открита сцена, обособяване на експозиции на тема авиация и самолетостроене и други.
- Божурище има разработена *План-програма за развитие на туризма (2013-2020)*, в която общината се разглежда като част от ЛоКус (локална културна система) „Велика София“ и Метрополия София. Посочва се, че като цяло общината няма характеристиките на туристическа дестинация и липсва туристическата инфраструктура. Основната стратегическа цел е формулирана по следния начин:
 - „Божурище – подкрепящ, устойчив и интегриран културно-исторически център на Столицата.“
- Като приоритетни области за развитие в *План-програмата* се посочват културно-историческият, образователният, селският, спортно-развлекателният, етнографският и фестивалният туризъм.
- Предвидени са редица конкретни дейности за запазване и популяризиране творчеството на Димитър Казаков, авиацията и самолетостроенето като организиране на събития, медийно отразяване, експозиции и други.

----- www.eufunds.bg -----



Община Ботевград

- В *Плана за общинско развитие на Община Ботевград (2014-2020)* се посочва слабата усвоеност на туристическите ресурси и потенциали. Изграденото до момента е само в сферата на планинския туризъм. Посочва се недостатъчното популяризиране на възможностите за алтернативен туризъм като екологичен, спортен, културно-познавателен, ловен и други.
- Ботевград е една от малкото общини, които имат разработена Стратегия за устойчиво развитие на туризма за периода 2019-2025 г. В нея като приоритетни области се определят следните видове туризъм: селски, приключенски и екстремен туризъм (VELO и конен), спортен, еко и планински пешеходен. Като съпътстващи видове туризъм се посочват: културен, фестивален, доброволчески, ловен и риболовен.
- В Стратегията са разработени предложения за няколко иновативни туристически продукти:
 - Приключенски парк „Липница“
 - Разработване на цялостна (SMART) велосипедна система
 - Проекти за дигитални номади (споделени работни пространства и споделено живеене)
 - Развитие на планинско колоездене и комбиниран комплекс за провеждане на BMX състезания
 - Изграждане на приключенски и екстремни зони (зони за катерене и въжена градина)
- Туристите са групирани в 5 категории: бизнес пътувания, пътувания за почивка, ученически посещения, посещения в манастирите и посещения на Ботевград за участие в спортни събития. Като най-съществен пазар за туристическите продукти на Община Ботевград са определени жителите на гр. София. Втората група са живеещите в близките областни центрове - Враца, Монтана и Плевен, а третата – учащите се от цялата страна.
- Планирано е разработване и въвеждане на доброволна сертификация и запазена марка за качество „Ботевград“ като част от туристическия бранд Ботевград. Сертификат запазена марка „Ботевград“ ще могат да получат: туристически обекти, маршрути и местни продукти. В стратегията са предложени критериите за сертифициране, както и графичния символ на марката.
- В Стратегията е залегнало райониране на общината на три туристически ядра – „Ботевград“, „Врачеш“ и „Трудовец и Скравена“. За всяко от тях са посочени конкретни зони, забележителности и възможности за туризъм.

----- www.eufunds.bg -----



- Визията за развитие на туризма е формулирана по следния начин:
 - „Ботевград – значима и интригуваща дестинация на преживяванията, дестинация за туристи с мисия за отговорно пътуване и интегриране на общностите в общото европейско природно и културно-информационно пространство.
- Общината има разработен слоган, включен още в *Програмата за развитие на туризма (2016-2020)*: „Ботевград – приключение на кръстопът“.
- Част от целите включват разработването на иновативен регионален туристически продукт, чрез развитие на приоритетните видове туризъм и създаване и управление на туристически бранд „Ботевград“. Планира се и създаване на регионален туристически продукт между общините Ботевград, Правец, Етро поле и Горна Малина.

Община Брезник

- В *Общинския план за развитие (2014-2020)* се посочва, че туризмът следва да се разглежда като една от „визитните картички“ на общината. В Брезник има условия за развитие на познавателен, ловен и риболовен и културен туризъм. Ценен ресурс за развитие на екологичен, познавателен и орнитоложки туризъм е наличието на защитени територии и богато биоразнообразие. Това обаче не е заложено като приоритет поради риска от антропогенно претоварване на посочените територии и негативно въздействие върху естествените природни компоненти. Като неизползван се определя потенциалът за развитие на културен, познавателен, еко и селски туризъм. Развитие на туризма е заложено и като средство за развитие на месната икономика.
- В *Програмата за развитие на туризма (2019-2021)* са заложени три цели: утвърждаване привлекателността на общината и превръщането ѝ в туристически център; повишаване привлекателността на туристическия продукт; и повишаване броя на туристите. Като част от приоритетните дейности в програмата се предвижда реклама в страната и чужбина (туристически сайтове, рекламни материали, информационен бюлетин и провеждане на мероприятия).

Община Годеч

- В *Плана за развитие на общината (2014-2020)* се отчита, че за да се развие туризма в общината, е необходимо да се разработят туристически пакети, обединяващи различни туристически продукти, в които освен природните дадености, да се включат различни атракции, свързани с културния туризъм - обичаи, демонстрация на селския бит и др. Като важен фактор за това се посочва

----- www.eufunds.bg -----



провеждането на активна маркетингова и рекламна кампания, особено в сътрудничество със съседните общини.

- Туризмът е включен и във формулираната визия на общината:
 - *„Община Годеч – привлекателно място за живот, труд и отдих, с развита икономика, модерни и разнообразни форми на туризъм, екологично селско стопанство и културен център.“*
- Балансираното и устойчиво развитие на туризма е заложено и като специфична цел на Общинския план. Въпреки че в общината липсват традиции за развитие на туризма, се посочва, че има предпоставки за неговото развитие и особено по отношение на еко, селски и културен туризъм.
- Община Годеч е задава като приоритет развитието на устойчив туризъм и активно партньорство за разработване региона на Западна Стара планина като атрактивна туристическа дестинация. Част от дейностите включват маркетинг и реклама на интегриран туристически продуктов пакет, вкл. изработване на рекламно-информационни материали, WEB страница, PR кампания и провеждане на експедиентски тур за журналисти, туроператори и организации в туризма. Предвижда се разработване, маркетинг и реклама на интегриран екотуристически продуктов пакет, вкл. за детски и младежки туризъм под формата на зелени училища. Планира се разработване на интегриран туристически продуктов пакет и активен маркетинг за налагане региона на Западна Стара планина като атрактивна туристическа дестинация на националния и международния пазар.

Община Горна Малина

- В *Общинския план за развитие (2014-2020)* се посочва, че Горна Малина има потенциал за развитие на селски туризъм. Като най-значим туристически обект в общината е определен Хидропарк „Вятърните мелници“, който предлага различни развлечения, в т.ч. риболов, подходящи за семеен отдих. Общината е реализирала и други проекти в областта на екологичния, селски, културен и спортен туризъм: „Спортен комплекс Горна Малина“, Екопътека „Арабаконак – Стара мандра- връх Звездец“, Екопътека „яз. Белопопци – манастир „Свети Илия“. Други възможности са развитието на конен туризъм (четири конни бази), както и културно-познавателен туризъм в къщата-музей на Елин Пелин в село Байлово. На територията на Горна Малина е разположено и държавното дивечовъдно стопанство „Витиня“, което създава условия за ловен туризъм.

----- www.eufunds.bg -----



- Във визията на Общината за развитие има заложен няколко икономически стълба: туризъм /краткотраен, уикенд, вилен/, селско стопанство и екологични производства.
- Община Горна Малина има разработена дългосрочна Стратегия за устойчиво развитие на туризма за периода 2017-2030 г. В нея като бъдеща възможност се залага създаването на марка „Община Горна малина – зелена община“.
- В Стратегията се залага увеличаване дела и качеството на специализираните видове туризъм, водещи до целогодишна и по-интензивна натовареност – културен, еко и селски туризъм, приключенски, ловен и др. Част от конкретните заложен дейности включват организирането на събития, изработването на културни календари, обособяването на музейни експозиции и други.

Община Драгоман

- Общината е заложила като приоритет развитието на алтернативния туризъм – селски, екологичен, културен, поклоннически/религиозен, риболовен, приключенски и комбиниран туризъм. Отчита се необходимостта от опазване на биоразнообразието за целите на постигане на „екологичен имидж“ на общината.
- В *Плана за общинско развитие (2014-2020)* като силни страни се посочват благоприятните природни и културни ресурси: природна среда, релеф, климат, минерална вода, биоразнообразие, гори, пейзажи, защитени местности, културно-историческо наследство с регионално и местно значение. Значими забележителности са Карстовият комплекс „Драгоманско блато“ и културно-историческото наследство – “Малката Света гора”.
- Като недостатък се отчита липсата на маркетинг и реклама за популяризиране на района като дестинация за алтернативен туризъм.

Община Елин Пелин

- Според *Плана за общинско развитие (2014-2020)* добре развити са ловният (стопанства „Витиня“ и „Арамлиеца“) и голф туризмът. Като необходимост се посочва диверсифицирането на туристическия продукт, развитието на атрактивен културно-исторически, еко и спортно-развлекателен туризъм. Развитието и маркетинга на туризма са заложен като цели в Плана, но без да се посочват конкретни мерки за тяхното осъществяване.

Община Етрополе

- На територията на Етрополе има предпоставки за развитие на селски, екологичен, културен, исторически, ловен, конен, планински и ски туризъм. Общината има

----- www.eufunds.bg -----



възможност и за развитие на приключенски туризъм. На нейната територия се организира туристически събор „Златна есен“, по времето на който се провеждат спортно – туристически състезания за ориентиране, теглене на въже, опъване на палатки, палене на огън, майсторско управление на велосипед, колоездене, оказване на първа долекарска помощ, конкурс за най-хубава рисунка и конкурс за художествена самодейност. Всяка година в края на януари се провежда поход до връх „Свети Атанас“, както и други походи през годината („Вранята вода“, „Чертиград“ и „По стъпките на Бенковски“), които са се превърнали в традиция. Съществуват условия и за развитие на алпинизъм и спелеология в района на местностите Куклите и Благовец.

- В Общинския план за развитие (2014-2020) са изброени дейностите, които общината е предприела за рекламата на туристическия продукт. Част от тях са ежегодното издаване на каталог “Бизнес и Туризъм” за рекламирането на туристическите обекти и забележителности, както и други рекламни материали, участие в туристически борси (в София, Велико Търново, Русе, Пампорово, Нови Сад и Букурещ), публикуване на информация във вестници и списания (“Еврорегион”, “Черга” и “Туризъм и отдих”); заснемане на филми за туристически обекти; и провеждане на мероприятия и празници („Свети Атанас“, Празника на „Етрополските зетьове“, Национален туристически събор „Златна есен“, фотоконкурс за най – хубава снимка от Етрополе).
- В *Програмата за развитие на туризма (2017-2020)* общината е заложила ежегодни дейности, сред които: рекламno-информационни (реклама в сайтове, публикации в специализирани издания, издаване на печатни материали, участие в изложения) и организиране на мероприятия.
- Визията на общината за развитие на туризма е дестинацията да бъде:
 - – известна туристическа дестинация свързана с уникални и споделени изживявания;
 - – познаваема дестинация на туристическия пазар;
 - – конкурентноспособна туристическа дестинация;
 - – желан и устойчив партньор в туристическата индустрия;

Община Ихтиман

- В *Общинския план за развитие (2014-2020)* се посочва, че туризмът на територията на общината е изключително слабо развит. Потенциал за неговото развитие са местностите „Шиндар“, „Рашкови колиби“, „Двете реки“, „Влаеви

----- 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 конкурентноспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентноспособност“, съфинансирана от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.



ниви“, „Църквището“, „Аризанови ливади“. Фактор за развитие на ловен и риболовен туризъм са двата язовира „Тополница“ и „Бакър дере“.

- Туризмът е залегнал като приоритет в плана, но не са предвидени никакви конкретни рекламни или маркетингови дейности.

Община Ковачевци

- Като области с най-голям потенциал за развитие се посочват селския и екотуризма. Друг туристически ресурс е язовир „Пчелина“, който създава възможност за развитие на воден туризъм - лодки, водни колела, скутери, яхти, корабчета. На територията на общината има Национален екологичен детски комплекс, в който ежегодно се провежда „Фестивал на радостта“ за децата от социални домове.
- Туризмът е включен и във визията на общината, формулирана по следния начин:
 - *„Добре развита и популярна туристическа дестинация за алтернативен туризъм, предоставяща високо качество на живот на своите жители и възможности за предприемаческа инициатива.“*
- Общинският план предвижда мерки за развитие на съществуващите и създаване на нови продукти на приключенския туризъм, в т.ч. развитие на водните спортове със състезателен и екстреман характер. Предвижда се и популяризиране на лова и риболова чрез организиране на спортни турнири. В Междинната оценка на плана за развитие се вижда, че зададените мерки за нови туристически атракции на приключенския туризъм и турнири по лов и риболов не са реализирани.

Община Костинброд

- Според Плана за развитие на общината (2014-2020) Костинброд не разполага със съществени природо-географски предпоставки за развитие на туризъм. Все пак има някои ресурси, които следва да се отчетат – запазената природа, пещерите, близостта до София, Резиденция Скретска, ранновизантийското укрепено селище Кратискара, Църквата „Св.Петка“ и Шияковския манастир “Св. Архангел Михаил”. Като възможност за развитие на туризма се посочва комбинирането на туристически пакети със съседни общини.
- В Програмата за развитие на туризма (2020-2024) туристическият поток към общината е групиран по следния начин: пътувания за почивка, посещение на събитийни прояви, посещение на църкви и манастири, посещение на Белидие хан за участие в учебни практики, любители на колоездене и конна езда. Най-същественният пазар за туристически продукти е град София. Като приоритетни се посочват следните видове туризъм:

----- www.eufunds.bg -----



- - планински пешеходен и екотуризъм (маршрутно-познавателен, младежки, ботанически и орнитоложки туризъм);
 - - приключенски и екстремни туризъм (в т.ч. велосипеден и конен, детски приключенски лагери, екстремни – скално катерене, летене, спелеоложки);
 - - културен, фестивален и езотеричен туризъм (в т.ч. културно-исторически, кулинарен и религиозен).
 - - селски туризъм, аграрен и етнотуризъм;
 - - риболовен и хоби туризъм.
- Програмата отчита, че рекламирането на туристически продукти в общината е много слабо.
 - Предлага се районирането на общината на три туристически зони – Костинброд, Драговищица и Голяновци.
 - Предлага се създаването на бранд „Костинброд – градът на Константин Велики“ за продукти, дизайн, знаци, символи или комбинации от тях.
 - Като уникално може да бъде определено предложението за развитие на езотеричен туризъм. Неговата отличителна черта е неконвенционалността и мотивацията на участниците, тяхното емоционално и интелектуално тежнение към невидимото, скритото и мистериозното.

Община Кюстендил

- В *Плана за общинско развитие (2014-2020)* са изброени редица предпоставки за развитие на туризма. На територията на Кюстендил се намират минерални извори – от Римско време градът е известен като курорт Улпия Пауталия. В близост се намира планината Осогово, която създава възможности за налагане на общината като зимен център от регионално значение. Като ниши за обогатяване на туристическия продукт се посочват религиозния и селския туризъм около празниците, свързани с плодородието на „овощната градина на България“. Част от визията на общината е свързана с туризма и формулирана по следния начин: „*Предпочитана дестинация за здравен и културен туризъм*“. Част от мерките за развитие, заложили в Плана, са възстановяването на SPA туризма и създаване на условия за селски, маршрутно-познавателен и ски туризъм.
- В *Стратегията за развитие на туризма в Община Кюстендил (2010-2015)* е заложила визията Кюстендил да възвърне славата си на балнеоложки и СПА център и да се утвърди като дестинация за културно-исторически туризъм. За реализирането на тези цели са заложили мерки като маркетинг и реклама в

----- www.eufunds.bg -----



района, разпространение на рекламни материали, изложения и други. Планирано е да се създаде регионален „марков“ туристически продукт, осигуряващ положителен имидж и разпознаваемост на общината на туристическия пазар. Една от целите включва и разработване на интегриран туристически продукт чрез развитието на алтернативните форми на туризъм – природопознавателен, еко, селски. Като целеви пазари в Стратегията се залага да бъдат съхранени онези посетители, които вече са извоювани с времето и да се търсят нови.

- В *Плана за развитие на туризма (2010-2015)* са заложили няколко конкретни маркетингови дейности:
- заснемането на филм за Кюстендил като балнеоложка туристическа дестинация;
 - създаване на „Програма Хисарлъка“, която да включва цялостно облагородяване на района и повишаване на неговото значение като туристически обект;
 - представяне на автентични български занаяти, типични за Кюстендил в подходящо помещение в града;
 - предоставяне на специални площи за разпространение на афиши, плакати, флайери и графити;
 - създаване на ефективна единна система за контрол върху разпространение на афиши, плакати, флайери и графити - системата включва мерки за предотвратяване на нерегламентираната рекламна и друга дейност на територията на град Кюстендил;
 - разработване на туристическо лого на Кюстендил;
 - участие в международни и национални борси и изложби;
 - Програма „Легендите за Кюстендилския регион“ - събиране, обработване, представяне и разгласяване на легендите за Кюстендилския регион пред различните субекти в туризма
- Община Кюстендил има разработена съвместна *Маркетингова стратегия за развитие на туризма в общините Кюстендил, Крива паланка и Щип*. Визията включва цялостен образ на трансграничния регион като качествена туристическа дестинация с устойчиво развитие и предлагане на продукти на алтернативен, спа и културно-познавателен туризъм. Постигането на заложили цели включва и разработване на обща концепция за същността и спецификата на предлагания туристически продукт в трансграничния регион, както и маркетинг и реклама, въвеждане на комуникационна програма за популяризиране на туристическия продукт и на дестинацията като цяло. Предвижда се да се използва по ефективен



начин близостта до значимите курортни локации в Боровец, Банско и Егейското крайбрежие като източник на туристопоток;

Община Невестино

- Според *Плана за развитие на общината (2014-2020)* Невестино разполага с потенциал за развитие на интегриран културно-исторически, селски, еко туризъм, лов и риболов, което се обуславя от редица благоприятни предпоставки – географско положение, природни ресурси и богато културно-историческо наследство.
- Минералните извори на територията на общината следва да се използват като ресурс за бутилиране, балнеология и спа-туризъм в Невестино.
- Туризмът фигурира и във визията на общината:
 - *„Община Невестино - добър за живот и работа граничен район с икономически растеж, развити горско, селско стопанство и туризъм, основани на ефективно използване на ресурсите, възможности за трудова реализация и задържане на младите хора.“*

Община Перник

- Община Перник има предпоставки за развитие на различни форми на туризъм. На първо място, това са трите защитени територии в общината – природен парк „Витоша“, ботаническият резерват „Острица“ и пещерата „Духлата“. През последните години общината се утвърждава като дестинация за фестивален туризъм (Международният фестивал на маскарадните игри, Рок фестивала „Китариада“, парада на ретро автомобили), което се отчита като добра основа за бъдещо развитие.
- Към момента в *Актуализирания план за развитие на общината за 2014-2020 г.* като мярка се предвижда разработването на интегриран туристически продукт. Предвижда се и рекламno-информационна кампания за привличане на туристи в специализирани развлекателни ниши, като фестивален туризъм, спортен туризъм (вкл. екстремни спортове), музеен туризъм, селски туризъм и т.н.

Община Правец

- В *Плана за общинско развитие (2014-2020)* туристическите ресурси на общината са поделени на два вида: с природен и с антропогенен характер. Природните са фактор за развитие на еко, познавателен и ловен туризъм. Антропогенните ресурси са предпоставка за развитие на културно-познавателен и религиозен туризъм. Туризмът е включен и във визията за развитие на общината.

----- www.eufunds.bg -----



- В *Стратегията за развитие на туризма в Общината (2014-2020)* като възможност се посочва промяна на визията за развитието на туризма в Правец от туризъм на услугите към туризъм на изживяванията. Предвижда се и създаване на „Бранд Правец“. Посочва се възможността за развитие на нишови видове туризъм като допълнение на основните: сватбен и доброволчески.
- Някои от елементите на визията за устойчивото развитие на Правец като туристическа дестинация за 2020 са свързани с имиджа на общината:
 - Правец да бъде една от 10–те предпочитани дестинации в България за позитивни, уникални и висококачествени културни изживявания, и дестинация притежаваща уникална за света експозиция.
 - Правец като екологично чисто място за природосъобразен туризъм с привлекателни и диверсифицирани туристически продукти.
 - Голф игрище – РИУ Правец - регионален лидер и магнит за специализирания голф туризъм;
- Като приоритетни видове туризъм се посочват културен, бизнес/конгресен, спортен, голф и уикенд туризъм. Като мярка за диверсификация на туристическия продукт се предлага създаване на:
 - брандирани туристически продукти за творческия туризъм свързани с нематериалното културно наследство и съвременната култура под обща тема “Правешко творчество” (събитията за занаяти, музикални надпявания, танцови надигравания, кулинарни събития художествени пленери).
 - брандирани обиколки на Правец "Алтернативна Карта на община Правец" в туристически продукти.
 - брандирани туристически продукти около Моцартовите празници.
 - система от спортни туристически продукти, ко-брандирани със съответния бранд на всяко състезание
 - брандирани туристически продукти за доброволчески туризъм по сферата на въздействие на доброволческия труд
- По отношение на утвърждаването и успешното позициониране на Община Правец като предпочитан бранд се предвижда създаване на основните елементи на бранда: логотип, слоган, основна и вторична цветова гама, основна и вторична гама на графични форми, шаблони за брошури, плакати, банери и веб дизайн и реклама, както и провеждане на рекламни кампании на българския пазар (вкл. жители на Правец) и чужбина.

Община Радомир

----- 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 Организацията 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.



- Общината разполага с многообразни ресурси – паметници на културата, археологията, природни резервати, забележителности, музеи, храмове. В Плана за развитие те се описват като предпоставки за създаване на специализиран туристически продукт, който да отговаря на търсенето и съвременните изисквания на потребителите.
- Според Програмата за развитие на туризма 2013 – 2015 г. в Община Радомир главната цел, която се поставя е развитието на масовия туризъм в Общината на база на природните и културно-историческите дадености.
- В приоритетите на следваната политика на Общината в следващия период е залегнало културно-историческото наследство като предпоставка за развитие на културен туризъм. Съществуват предпоставки за създаване на интересни градски маршрути с познавателна стойност на богатата история и култура на Общината са архитектурните и историческите забележителности.
- В плана като възможности са посочени развитието на еко, селски, орнитоложки и природо-познавателен туризъм. В Общинската програма за развитие на туризма са заложили деветнадесет туристически маршрути с възможност за еко, селски, познавателен туризъм и други видове.
- Други възможности са: арт туризъм (ваканционният клуб „Имението при дъба“ притежава единствения по рода си „Парк Галери“, където могат да бъдат видени работи на съвременни български скулптори), ски туризъм (Витоша, Осоговска планина и Боровец), риболовен и ловен туризъм, събитийен туризъм (Сурвакарски фестивал „Магията на Сурва“, Национален конкурс „Мария Смилова“, Регионален конкурс за традиционна великденска трапеза, Национален детски фолклорен фестивал с международно участие „Слънце иде“ с. Дрен).
- Туризмът се посочва и във визията на общината – *„Община Радомир – привлекателна за бизнес и алтернативен туризъм европейска община, с високотехнологична индустрия, функционираща модерна инфраструктура и добър жизнен стандарт.“* Той е залегнал и като приоритет, както и под формата на специфични цели – развитие с акцент върху алтернативния туризъм и социализация и маркетизиране на културно-историческите активи.

Община Своге

- Развитието на устойчив туризъм е залегнало като мярка за гарантиране социално-икономическото развитие на общината. Като възможности в общинския план се посочват екотуризмът, спелеотуризмът, алпийско катерене, лов и риболов.
- Общината има Програма за развитие на туризма за периода 2017-2020 г. Като дългосрочна цел в него се залага превръщането на общината в дестинация 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.



алтернативни и нишови форми на туризъм: екстремн/приключенски, къмпинг, еко и селски туризъм. Под екстремн туризъм се има предвид пещернячество, рафтинг, алпинизъм, вело и мото туризъм. Целевите групи са определени общо – туристи от София, страната и чужбина. Като възможност се посочва създаването на запазена марка за алтернативен туризъм - „Своге – Царството на приключенския и екстремн туризъм“. Цел на програмата е да се разработи комуникационна стратегия и комуникационен план за развитие на бранда.

- В Програмата е заложено развитие на нишови форми на туризъм: културен, поклоннически, здравен и природен.
- Част от организационните етапи в Програмата включват подготовка на електронно съдържание, избор на графични концепции, производство на рекламни/мултимедийни материали на възможностите за туризъм, съобразени с посоката на развитие (брандирането) на общинския туристически продукт (визуална връзка между отпечатаните рекламни материали и визията на уеб платформата/мобилното приложение);
- Община Своге е разработила и Стратегия за развитие на туризма в периода 2018-2025 г. Като приоритет са залегнали създаването на нови атракции за приключенски туризъм и развитие на културния туризъм. Като основна комуникационна стратегия общината е заложила на реклама в националните и местните медии, реклама чрез блогъри/инфлуенсъри, използване на онлайн платформи, както и поддържане на туристически блог. Своге има разработен и общински уеб портал, както и канал в социалните мрежи. Предвидено е изработване и разпространение на печатни информационни материали, представящи културно-историческото наследство на общината, както и рекламни брошури за културно-исторически паметници и пътеводители.

Община Сливница

- Като потенциал за развитие на туризма в общинския план са посочени културно–историческите забележителности ("Три уши", "Пуклина" и "Мека црев"), запазената природа и природни забележителности, както и близостта до София. На територията на общината ежегодно се провежда поход на 20 октомври - "По алеята на безсмъртието – Сливница 1885 г.". Като слаба страна в плана се посочва, че общината няма развит туризъм, както и концепция за неговото развитие. Поради това развитието на туризма е заложено като приоритет, за реализирането на който е заложено и разработването на стратегия за туризъм.

----- www.eufunds.bg -----



Община Трекляно

- Развитието на туризма е заложено във визията на общината: *„Община Трекляно – развиващ се граничен район, привлекателен за инвестиции в селско, горско стопанство и туризъм, основани на ефективно използване на ресурсите, възможности за трудова реализация и съхранено природно и културно богатство.“* Развитието на интегриран туризъм, базиран на природно-ландшафтните и културни дадености и ресурси е заложено като мярка за подпомагане на местния туристически продукт. В плана като възможност се посочва развитието на интегриран културно-исторически, селски, еко туризъм, лов и риболов.

Община Трън

- В Общинския план за развитие се посочва, че общината залага на реализирането на проекти, които да благоприятстват популярността на Трън като туристическа дестинация. Като условия за туризъм се посочва богатия събитийен календар на общината, както и историческото наследство, създаващо условия за културно-познавателен и поклоннически туризъм. Предвижда се и изграждане на планинско колоездачно трасе и велоалея като условие за развитие на спортен туризъм.

Столична община

- Една от целите, залегнали в *Общинския план за развитие на София*, е насърчаването и развитието на устойчив туризъм. Част от заложените мерки са брендирането на софийския туристически продукт, както и разработването на продуктова гама на туристическо предлагане – за културен, конферентен и спортен туризъм. Като приоритет е заложено развитието на устойчив туризъм чрез пълноценно използване на минералните води, лечебния микроклимат, атрактивните ландшафти и културното наследство.
- В Областната стратегия за развитие (2014-2020) се посочва, че районът разполага с природни и културни ресурси за развитие на туризма. Важна е ролята на гр. София като начален и краен пункт за чуждестранните туристи, ползващи въздушен транспорт за зимните курорти (Витоша, “Боровец”, Банско). На свой ред икономическите функции на столичния град са важен фактор за развитие на бизнес туризма. За оползотворяването на туристическия потенциал в Стратегията се отчита необходимостта от партньорства за създаването, маркетинга и реализацията на пакет от туристически продукти за алтернативен туризъм (културен, конферентен, фестивален, СПА). Въпреки

----- www.eufunds.bg -----



наличието на минерални води, според Стратегията техният потенциал не се използва напълно за здраве, рекреация и туризъм. Поради това Стратегията залага като цел използване на капацитета на минералните извори и лечебния микроклимат за развитие на лечебен и СПА туризъм и възстановяване статута на Баня на международен курорт. Като цел е заложено и възстановяването на Софийската света гора и приобщаване на културното наследство на града и областта към системата на туризма за използването му като стимулатор на икономическия растеж.

- Общината има приета Стратегия за развитие на София като туристическа дестинация за периода 2017-2030 г. В нея са определени водещите туристически продукти:
 - Културно-познавателен туризъм
 - Събитиен и делови туризъм
 - Младежки и развлекателен туризъм

Дефинирани са и туристически продукти, които следва да се развиват в перспектива:

- СПА, здравен туризъм
- Религиозен туризъм
- Спортен и екотуризъм
- Стратегията прави разграничение на чуждестранните целевите пазари като ги поделва в няколко групи:
 - Основни и традиционни - Гърция, Германия, Великобритания, Италия, Франция, Русия, Испания и Турция;
 - Перспективни – страните от Централна Европа;
 - Далечни – Китай, Япония и Индия;
 - българи и конкретно софийнци.
- Стратегията дефинира ясно характеристиките на туристическия поток. По цел посещенията биват най-често гостуване на приятели и роднини, следвано от делови пътувания и посещения на културно-исторически забележителности. Значителен дял имат също посещенията с цел почивка и развлечение, а с най-малка тежест са културните и спортните прояви, както и транзитното преминаване през София. Сред чужденците на първо място се нарежда културно-историческия туризъм, следван от деловите посещения. Като бъдещи цели е заложено преориентирането към по-високо платежоспособни сегменти на целевите пазари.



- Стратегията залага при формирането на туристическия продукт да бъдат отчетени някои тенденции в туристическото търсене: краткосрочни пътувания, преориентация към „икономика на преживяванията“, предлагане на туристически дейности „на място“ и утвърждаване на информационните и комуникационните технологии.
- Сред специфичните цели и мерки е заложено създаване на целогодишен/комплексен туристически продукт – формиране на краткосрочни пътувания, затвърждаване на конгресния и конферентния туризъм, програми за семеен туризъм, програми за продължителен престой на възрастни туристи. Като мярка се планира и създаването на три регионални клъстера – „Планински и ски туризъм“, „Балнеология и СПА“ и „Културен и религиозен туризъм“.
- Втората цел е предлагане на атрактивни и качествени туристически продукти. Сред мерките за реализирането ѝ са превръщането на София в разпознаваем лидер на новите технологии в областта на ИКТ, творчески индустрии и туризъм. Заложена е и подкрепа за ключови събития в града с потенциал за брендиране, както и създаване на атрактивни продукти за алтернативен туризъм.
- Общината е приоритизирала маркетинговите си комуникации по следния начин:
 - Абсолютен приоритет – поддържане на интернет сайта на София
 - Много важни дейности – електронен маркетинг, информация за туристи в КИЦ и ТИЦ
 - Важни дейности – информационни материали чрез центрове в страната и чужбина, участие в туристически борси в чужбина и други
 - С ограничено значение – комуникационни прояви, експедиентски и журналистически турове, туристически борси в страната, реклама в радио, телевизия, печатни издания и външна реклама.

Обобщени изводи

Развитието на туризма е застъпено като приоритет в общинските планове за развитие на почти всички общини от Софийски туристически район. На някои места, включително и в столицата, се посочва, че към момента потенциалът не се използва в пълна степен. Голяма част от документите посочват основните видове туризъм и туристически атракции и дават общи насоки за бъдещото му развитие. В по-малка част от общините се наблюдават конкретни маркетингови подходи за достигане на пазари и привличане на целеви групи, структурирани брандове и слогани. В стратегическите документи на голяма част от общините не е дефинирана ясна брандинг стратегия за дестинацията и визия за нейното позициониране. Изключение в това отношение е община София, която е

----- 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 Организацията 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.



разработила туристически продукти, има ясни целеви пазари и маркетингови приоритети. Три от общините (Ботевград, Костинброд и Правец) планират създаването на местен бранд. В някои от общините се акцентира върху близостта на столицата и възможността за създаване на общи туристически продукти и привличане на туристи от столицата.

Районът предлага голямо разнообразие по отношение на видовете туризъм, което го превръща в потенциално привлекателен за всички възрастови групи. Не се наблюдава сезонност, а по-скоро има условия за развитие на целогодишен туризъм. Въпреки че доминират българските туристи районът залага на привличане на чуждестранни туристи на базата на културно-познавателен, конгресен туризъм, както и транзитен поток към планинските курорти. Като водещи се открояват следните видове туризъм: културно-исторически, религиозен, събитийен/фестивален, делови/конгресен, СПА, зимен ски туризъм, селски, ловен и риболовен туризъм.

В някои общини има условия за по-алтернативен туризъм като приключенски/екстремн, спортен (VELO, конна езда, голф), доброволчески и езотеричен туризъм.

С основен фокус върху маркетинговата политика са два документа Концепция за развитие на регионален туристически продукт на туристически район „СОФИЯ – СВОГЕ - ИХТИМАН“ – 2012 г. и Маркетингова стратегия за трансгранично сътрудничество между общините Ковачевци, Земен и Трекляно в Република България и Босилеград в Република Сърбия (2009-2013 г.). Първият документ, макар и от 2012 г., предвижда позициониране на района като туристическа дестинация в по-висок клас на световния туристически пазар като качество и добавена стойност, подобряване на инфраструктурата, въвеждане на международни стандарти и най-добри европейски практики и иновации по отношение на продукти, технологии и човешкия фактор в туристическия сектор в България и съхраняване, опазване и подобряване качествата на туристическите ресурси, в това число природни, културни и антропогенни. Документът предвижда мерки и дейности с насоченост към туризма на националното ниво и с по-ограничен обхват на регионално.

Маркетинговата стратегия за трансгранично сътрудничество между общините Ковачевци, Земен и Трекляно в Република България и Босилеград в Република Сърбия (2009-2013 г.) също е разработена в предходен програмен период. В нея е заложена като основна цел определяне на район „Краище“ и осигуряване на устойчиво му развитие. Дейностите се изразяват в разработване на план за поредица от работни срещи между общинските администрации, местния бизнес и неправителствените организации, анализи и рамки за бизнес планове за потенциални инвестиционни проекти в секторите селско и горско стопанство и туризъм и провеждане на инвестиционен форум, идентифициране на потенциалните атракции и разработване на туристически продукти. Акцент е поставен на възможностите за обединяване на възможностите за различни видове туризъм, като се разработи комплексен проект за развитие на устойчив туризъм в съседните общини на район „Краище“.

----- 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 Организацията 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.



Относими към обхвата на туристическия район по отношение на трансграничното сътрудничество са Програма за трансгранично сътрудничество България – Сърбия 2014-2020 г. и Програма за трансгранично сътрудничество Interreg – ИПП България - Северна Македония за 2014 - 2020 г. по линия на Инструмента за предприсъединителна помощ. При първата програма един от тематичните приоритети е свързан с насърчаването на туризъм, основан на културно и природно наследство. Като подцели са дефинирани създаването на устойчив туризъм, 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 Софийски туристически район са София, Перник и Кюстендил.

Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg – ИПП България - Северна Македония за 2014 - 2020 г. е допустима само за област Кюстендил от обхвата на туристическия район. Предвидени са три приоритета, една от които е с насоченост към туристическия сектор. Дейностите в програма са насочени към увеличаване на привлекателността на туризма чрез възстановяване на обекти от културно наследство и поддържане на традиционни ландшафти, сътрудничество и работа в мрежа за устойчиво развитие на туризма и условията за развитие на бизнеса, конкурентна местна икономика, основана на базата на регионални средства и със силни връзки с международните пазари чрез засилване на капацитета на образователната система ориентиран към нуждите на пазара.

Чрез прегледът 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: Софийска света гора, Разбойшки манастир, Крепост „Кракра“, параклис „Св. Йоан Летни“, Земенски манастир „Св. Йоан Богослов“, Художествена галерия „Владимир Димитров – Майстора“, Църква „Св. Петка“, Ротонда Св. Георги, Храм-паметник „Свети Александър Невски“, комплекс „Антична Сердика“, Боянска църква, парк-музей Врана
- Продукти и марки: „Запазена марка Ботевград“, Дестинация - София
- Дейности и атракции: туристическа атракция ретроавтобус „Чавдар“, Музей на шоколада, Аквапарк „Струма“, конни бази Кремиковци и Симеоново, Музей на илюзиите, Legion Run Bulgaria
- Фестивали: Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва“, Дни на черешата – Кюстендил, София Филм Фест, Киномания – София, SOFIA SUMMER FEST, Софийски международен панаир на книгата, КвАРТал Фестивал

----- www.eufunds.bg -----



- Природни обекти: Драгоманско блато, яз. „Бистрица“, Вазова екопътека- Гара Бов, биосферен парк „Боженица-Лакавица“, Трънска екопътека, Боянски водопад, природен парк „Витоша“, Ждрелото на р. Ерма, Панчаревско езеро

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 региони, „видими“ на картата и разпознаваеми не само за българите, но и за чужденците. Приложените критерии за избор на региони/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

----- 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 Организацията 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.



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.

----- www.eufunds.bg -----



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

----- 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 Организацията 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.



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

----- 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 Организацията 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.



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
----------------------------------	--

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.



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 продукти 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 осигуряват 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:

----- 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 Организацията 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.



- 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.

----- 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 Организацията 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.



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 Айтолоакарянния, 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.

----- 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 Организацията 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.



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 España.

Програмата осигурява бесплатно популяризиране на избраните дестинации и продукти, включени в брошурата "50 преживявания". Рекламната възможност е осигурена и от уебсайта на Tour España, 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

www.eufunds.bg



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 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 Романя.

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 Романя, 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.

----- 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.



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.

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. Постава 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 Романя 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.

----- www.eufunds.bg -----



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 "ATOOUT 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 Вогезите – 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

----- 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 Организацията 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.



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 Вогези,
- 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 Вогезите
- 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

----- www.eufunds.bg -----



- 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. Предлаганите 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“.

----- 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.



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,

----- 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.



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 входове 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
- бюро 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 намалена подвижност и ползватели на инвалидни колички:
- Паркинг за хора с увреждания

----- 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 Организацията 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.



- 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 изображения
 - 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.

----- 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.



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.

----- 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 Организацията 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.



Тази програма предоставя на туристическите агенти достъп до обучения, инструменти и ресурси, благодарение на които те могат да се превърнат в истински специалисти що се отнася 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.

----- 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.



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/CRk9dNmu8hI>

Програмата повишава осведомеността и предоставя на туристическите агенти качествен инструмент за популяризиране и маркетизиране 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

Софийски туристически район е облагодетелстван от изключително добра транспортна достъпност. През територията на района преминават 3 от паневропейските транспортни коридори:

Европейски транспортен коридор № IV (Дрезден - Прага - Братислава - Гьор -

Будапеща - Арад - Крайова - София - Пловдив – Истанбул, с разклонение София - Солун)

Европейски транспортен коридор No VIII (Дурас - Тирана - Кафтан/Кафасан - Скопие - Деве Баир - Гюешево - София - Пловдив – Бургас).

Европейски транспортен коридор No X (Залцбург - Любляна - Загреб - Белград - Ниш - Скопие - Велес - Солун, с разклонение Ниш - София - Димитровград - Истанбул по IV коридор;

Пътна инфраструктура

Автомобилният транспорт в района е осигурен с магистралите Хемус (връзка със Северна България), Тракия (връзка с Южна България), Струма (връзка с Югозападна България) и вътрешната за района АМ Люлин. В строеж е и АМ Европа, която ще свърже София с границата със Сърбия при Калотина.

----- 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.



Допълнително е развита републиканската пътна мрежа, като с най-голямо значение за района са Е79 (Видин-София), Е80 (I-8) София- Калотина и Е871 (I-6) Гюешево - Кюстендил - Перник - София;

Ж.п. инфраструктура

Основните жп линии, обслужващи територията на района, са участъците от главните жп линии „Драгоман-София-Пловдив“ (ЕТК № 10 и 4), Подбалканската жп линия „София-Карлово-Бургас“, ж.п. линиите „София-Г.Оряховица-Варна“ и „София-Кюстендил-Гюешево“ (ЕТК № 8) и „Видин-София-Кулата“ (ЕТК № 4). Посочените като части на ЕТК жп линии осъществяват интеграцията на района с железопътната мрежа на страната и на Югоизточна Европа.

Най-голяма е дължината на изградената жп мрежа в област Софийска – 300 км, а най-малка в област Перник (116 км) и област Кюстендил (121 км). На територията на област София (столица) са изградени 186 км. жп линии.

Районът, чрез столицата София, разполага и с най-голямата жп-гара в страната.

Въздушен транспорт¹

София разполага с най-голямото международно летище в страната, което за последните години бележи ръст на пътничкопотока.

През 2018 г. Летище София е обслужило по международни и вътрешни редовни и чартърни полети 6 928 736 пътници, което е с близо 7% повече спрямо предходната година. Общият брой на пристигналите пътници възлиза на 3 434 831 души, което представлява увеличение с 7,44% спрямо 2017 г.

В структурата на пристиганията доминират тези с международни редовни полети, които съставляват 93% от всички пристигания, докато пътниците, пристигнали с международни чартърни полети и с вътрешни редовни и чартърни полети имат значително по-малък дял, съответно 3% и 4%.

През 2018 г. са осъществявани редовни полети от и до 66 дестинации, като с най-голям пътничкопоток са дестинациите във Великобритания, Германия, Италия, Франция, Испания. Тези държави са и пазарите, генериращи най-голям брой чуждестранни туристи към София.

¹ Източник: Туризмът в цифри, 2019; ОП Туризмъ



Нарастването на броя на пристигащите засяга всички сегменти и през последните три години следва постоянна положителна тенденция. Най-значително е то при пътниците при международните чартърни полети - над 53%, докато при другите сегменти нарастването е с по-умерени темпове - 6,29% при международните редовни полети и близо 15% при вътрешните полети.

Изводи

Районът се обслужва от всички видове транспорт (без морски), което улеснява изключително достъпа до дестинацията и разширява възможностите за посещение.

Въпреки че не е централно разположен спрямо територията на страната, районът разполага с много добри шосейни и жп-връзки с повечето ѝ части, като достъпът от най-отдалечената - Варна, се допълва от възможностите на въздушния транспорт.

Граничното разположение на района и относителната близост на София до три съседни държави - по шосе София отстои на около 60 км от границата със Сърбия на запад, на 110 км от границата с Македония на югозапад и на 200 км от границата с Гърция на юг., са предпоставка за развитие на международен туризъм.

Достъпът до основните туристически дестинации и обекти в рамките на района може да се оцени като много добър, особено в сравнителен план с други райони в страната.

Почти всички основни туристически дестинации в района са осигурени с достъп по магистрала и/или първокласен път, като недостатъците са свързани по-скоро с разпределението на пътната мрежа:

- поради планинския характер на релефа пътната мрежа в определени части на района е с ниска гъстота и предимно нисък клас (Краище, Стара Планина);

- пътната мрежа е изградена концентрично (с център София), като на места липсват достатъчно добри преки връзки между отделните части (напр. Кюстендил-Брезник, Етрополе- Елин Пелин/Ихтиман);

Основен проблем е състоянието на пътната инфраструктура, с участъци в лошо състояние, особено що се отнася до общинската инфраструктура. Състоянието на пътната мрежа затрудняват интегрирането на отделни региони (Краище), ограничават мобилността на работната сила и достъпа до различни видове туристически обекти и услуги.

За района на София, въпреки значителните подобрения, проблем остава състоянието на част от пътищата, трафикът и най-вече ограничените възможности за паркиране.



Достъпност до основни туристически обекти

Основната туристическа дестинация - София, се обслужва от добра транспортна инфраструктура за всички видове транспорт. Основните автомагистрала в страната - Тракия, Хемус и Струма, както и редица първокласни международни пътища, осигуряват шосейната достъпност от всички посоки. Столицата е основен възел за националната жп-мрежа и се ползва от голям брой вътрешни и международни линии. Изключително голямо значение и за развитието на туризма играе летище София, което осигурява връзката по въздух с основните международни пазари. По отношение на вътрешноградския транспорт следва да се отбележи развитието на метро-мрежата, както и продължаващото изграждане на околновръстния път.

В рамките на София и на Столична община попадат Боянската църква, обект на ЮНЕСКО, както и балнеолечебните курорти Банкя (с национално значение) и Панчарево (с местно значение), които пряко се обслужват от транспортната инфраструктура на столицата.

Град Кюстендил е балнеолечебен курорт с национално значение, основна и традиционна туристическа дестинация за района. Градът е достъпен основно по международния първокласен път E871 (I-6) Гюешево - Кюстендил - Перник - София, който осигурява връзката както със София, така и със съседна Македония. Кюстендил се обслужва и от жп-транспорт по линията „София-Кюстендил-Гюешево“. По-ограничен е достъпът навътре в близкотоотстоящата планина Осогово, като той се осъществява по четвъртокласни пътища.

Природен парк "Витоша" е климатичен планински курорт с местно значение, а планината Витоша като цяло е най-значимият и разпознаваем природен обект в района. Поради непосредствената близост до столицата, планината е относително добре осигурена с шосеен транспорт до основните селища в подножието ѝ (в рамките и на Столична община, и на община Перник), както и навътре в самата планина. Основен недостатък е капацитетът и състоянието на въжения транспорт, което е основен ограничител за интензивното и същевременно екологосъобразно ползване на планината.

Ботевград, Правец и Етрополе са друга част от района със сериозна концентрация на туристически обекти, в т.ч. климатичните планински курорти с местно значение Етрополе и м.Зелин (Ботевград). Общините са в близост до София, като най-отдалечената точка - Етрополе, отстои на 60 км от столицата. Достъпът се осъществява изцяло или в преобладаващата си част по АМ "Хемус".

В Перник, Радомир и околностите са разположени някои значими културни и природни забележителности, в т.ч. Пернишката крепост и балнеолечебните курорти с местно значение Рударци (община Перник) и Байкалско (община Радомир). С Перник се свързва и най-разпознаваемото културно събитие за района - Празникът на маскарадните игри

----- 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.



"Сурва". Транспортната достъпност е улеснена от близостта до София (Перник - 34 км, Радомир - 48 км) и използването на АМ Струма, респективно първокласен път Е871 (I-6), както и на жп-линията „София-Кюстендил-Гюешево“.

Регионът на Брезник (балнеолечебен курорт от местно значение) и Трън е от малкото в Софийски туристически район с по-сериозна концентрация на туристически обекти, до когото не достига магистрала или първокласен път. Въпреки неголямото отстояние от София (съответно 45 км и 71 км) поради липсата на висококласна пътна мрежа и планинския характер на терена, достъпността до и най-вече в рамките на този регион не улеснява туристическите посещения.

По първокласен път Е80 се осъществява достъпът до Драгоман (44 км от София) и Сливница (32 км) и съответно до Драгоманското блато и останалите забележителности в двете общини.

Немалка част от ПП „Врачански Балкан“ попада в рамките на СТР, в т.ч. Лакатнишки скали и част от Искърското дефиле. Достъпът до тези обекти, както и до гр.Своге се осъществява по второкласна пътна мрежа.

Гр. Земен се свързва със Земенският манастир, значим обект на културно-историческото наследство, и със живописния Земенски пролом. Градът отстои на 80 км от София и на 40 км от Кюстендил, като достъпът и от двете посоки се извършва по международния първокласен път Е871 (I-6) и по третокласна пътна мрежа. е разположен

Основни туристически обекти:

Националният исторически музей – София

Националният исторически музей се намира в подножието на Витоша в дом №1 на правителствената резиденция в кв. Бояна. Един от най-богатите и интересни музеи в Югоизточна Европа. В него се съхраняват над 650 000 паметници на българското културно-историческо наследство от праисторията до днес. Експонатите са подредени в 5 големи зали и няколко по-малки за временни експозиции. Сред най-известните колекции е Панагюрското златно съкровище от IV в. пр. Хр., свързвано с тракийския цар Севт.

Сградата на Буюк джамия

Срещу парадния вход на Президентството се намира Националният археологически институт с музей при Българската академия на науките. Музеят се помещава в преустроената за целта сграда на Буюк (Голямата) джамия – една от най-старите запазени и до днес постройка в столицата, датираща от края на XV в.

Национален археологически институт и музей – София

----- 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 Организацията 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.



Разположен в сърцето на София, Националният археологически музей се помещава в Буюк джамия – една от най-старите запазени и до днес сгради на града, датираща от XV в. Музеят представя експонати с изключителна художествена и научна стойност, открити на територията на българската държава - от най-ранните артефакти в Европа, свързани с първите следи от човешка дейност от 1,6 млн. г. пр. Хр. до XVII в. (краят на Средновековието). Впечатляваща е фигурата-съд, изобразяваща Богинята Майка, намерена край с. Мурсалево и датирана в ранния неолит, почти 6000 г. пр. Хр. А гробните находки и съкровища от времето на траките, изложени в Трезора на музея, спират дъха. Сред тях са Вълчитрънското златно съкровище, бронзовата глава-портрет на Одриския владетел Севт III, златната маска на тракийски владетел и редица други шедьоври на античното ювелирно изкуство. Посетителите ще видят и още акценти от тракийската, елинската, римската, византийската, българската и османската култури, развивали се по българските земи, сред които и експонати от средновековната Българска държава и столиците Плиска и Преслав. Сред тях са златни и сребърни накити, уникален каменен афиш – покана към жителите на древна Сердика за гладиаторски игри, глава от бронзова портретна статуя на римския император Гордиан III, единственото копие на един от най-известните паметници, свързани с формирането на българската държава – скалният релеф Мадарски конник (под закрилата на ЮНЕСКО) и много други. Тук съхраняваме и най-старата българска икона – керамичната икона на Св. Теодор от IX в. Музеят е единно цяло с Националния археологически институт, най-голямата научно-изследователска институция за археология в Югоизточна Европа и център на всички теренни археологически проучвания на територията на България.

Сградата на Софийския университет „Св. Климент Охридски“

Софийският университет „Св. Климент Охридски“ е първото висше училище в България. Първият проект е изработен от френския арх. Жан Бреасон (1906 г.), но ефория „Евлоги и Христо Георгиеви“ възлага на арх. Йордан Миланов през 1921 г. да преработи старите планове и да ръководи строежа. Сградата е официално открита през 1934 г. Пред представителния вход са поставени бронзовите фигури на дарителите на средствата Евлоги и Христо Георгиеви, дело на скулптора Кирил Шиваров. В художественото оформление са привлечени също Михайло Парасчук, Любомир Далчев, Любомир Димитров. Стъклописите са изработени в Мюнхен по проект на художниците Иван Пенков, Франц Майер, Дечко Узунов, Харалампи Тачев и др. Двете крила – Северното и Южното, са пристроени по-късно и сградата на университета е окончателно завършена през 80-те години на XX в.

Паметник на Евлоги и Христо Георгиеви

Софийският университет „Св. Климент Охридски“ е първото висше училище в България. Пред представителния вход са поставени бронзовите фигури на дарителите на средствата Евлоги и Христо Георгиеви, дело на скулптора Кирил Шиваров.

----- 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 Организацията 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.



Сградата на Софийската минерална баня

Софийската минерална баня, днес Регионален исторически музей - София, е строена в периода 1906 –1913 г. по проект на арх. Ф. Грюнангер и П. Момчилов. Сградата е в т.нар. национален романтичен стил. За външната украса е ползвана майолика в духа на европейския сецесион, по проект на художника Харалампи Тачев и изпълнение на Стефан Димитров. Днес, след извършени реставрационни дейности, Софийската минерална баня е с нови функции – на Регионален исторически музей - София.

Площад "Независимост"

Площад „Независимост“, наричан неофициално Ларго, се намира в центъра на град София. Някои от най-важните държавни сгради на страната са разположени край площада, поради което е използван за официални протоколни церемонии и за други публични изяви, включително за граждански протести. Считан е за централния площад на столицата – както заради значението на тези сгради, така и поради централното му и възлово транспортно разположение в града. Размерите му са приблизително дължина 200 метра и широчина 50 м. Около площада са разположени следните обекти: Министерски съвет, Партиен дом, Президентство, Министерство на образованието и науката, хотел "Балкан", статуя на Света София, църква "Св. Петка". В центъра му понастоящем е изкопан дълъг отвор за разглеждане на Археологическия комплекс "Сердика" с останките на древната крепост, разположени на равнището на църквата в подлеза.

Статуята на София

Статуята е поръчана по повод на Милениума и е дело на скулптора Георги Чапкънов. Поставена е на едното най-знаковите места в столицата през 2000 г. и с нея ансамбълът от сгради в центъра придобива естествен завършек. Представлява млада жена с корона от крепостна стена, която държи в дясната си ръка лавров венец, а на лявата ѝ е кацнала сова – символ на мъдростта. Възприемана и като символ покровител на града, и като пазител на държавата, тя излъчва величие, мир и красота. Около нея са входовете за метростанциите „Сердика“ 1 и „Сердика“ 2, църквата „Св. Петка Самарджийска“ (XIV в.), църквата „Св. Неделя“ (1460 г.) - катедрален храм на Софийската митрополия, Софийската синагога (1909 г.), джамията „Баня Баши“ (XVI в.) и католическата катедрала „Св. Йосиф“ (2006 г.).

Резерват „Антична Сердика и Средновековен Средец“

Древна Сердика - Константинов квартал

Към началото на IV в. в Сердика се наблюдават значителни промени в уличната мрежа: улиците, вкл. и главните, са редуцирани заради нуждата от повече жилищно пространство. Изградени са множество публични бани с по- малък капацитет. Най- яркият

----- 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 Организацията 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.



пример за тази тенденция е изграждането на балнеума, днес известен като ротондата „Св. Георги“. В югоизточната четвърт на Сердика са оформени резиденциални комплекси със сложна архитектурна композиция, самостоятелни бански отделения и зали с мозаична украса. Вероятно именно тези сгради са използвани за нуждите на императорите при техните многобройни посещения в града.

Ротондата „Св. Георги Победоносец“

Ротондата „Св. Георги Победоносец“ е най-древната запазена римска постройка в града. Тя е част от античен комплекс от сгради, изграден по времето на император Константин I Велики /306-337/ в началото на IV в. Приема се, че в раннохристиянската епоха е служела за баптистерий. Превръщането ѝ в църква става през VI в. при управлението на Юстиниан Велики /527-565/. Тогава е изписана за първи път. При реставрацията на интериора се разкриват няколко пласта стенописи от различни периоди. На един от тях е запазено изображението на ангел от IX в. с неговия изключително одухотворен човешки образ, което го прави уникален.

Античен културно-комуникационен комплекс "Сердика"

Античен културно-комуникационен комплекс "Сердика" се намира в идеалния център на град София и обхваща площ от 16 000 кв.м. Разделен е на две зони с различно предназначение. Зона „Ларго“ е разположена под нивото на пл. "Независимост" и е предназначена за провеждане на различни културни и социални събития. В подкуполното пространство се намират изложбена и семинарна зала, както и инфо-точка със свободен достъп за гражданите и гостите на града. В зона Археологически останки под бул. "Кн. Мария Луиза" могат да бъдат видени уличната мрежа, култови и жилищни постройки, водопровод и канализация, вътрешни дворове и други елементи на римския град Сердика. В тази зона се намира и археологическата експозиция "Антична Сердика", където на разположение на посетителите има мултимедийни елементи, информационни табели и експозиционни витрини с предмети, открити при археологическите проучвания на комплекса. Там функционира и информационно-образователен център, където квалифицирани педагози провеждат ателиета и образователни програми за деца от 5 до 12 г.

Древна Сердика - римски терми и храмове

Управлението на императорите от династията на Северите (197–235 г.) е период на разцвет за Сердика. Възобновено е автономното монетосечене на града. Реверсните изображения на монетите се отличават с голямо многообразие от местни забележителности (храмове, чешми и др.) и символи. В края на II – началото на III в. започва интензивно строителство. Улиците и агората са украсени с портици с колонада в римокоринтски стил. Важни за просперитета на града са минералният извор и лечебните бани и постройки. От запазените статуарни изображения, надписи и монети се вижда

----- 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.



първостепенната роля на лечебните божества – Аполон и Асклепий. Открити са фрагменти от монументална статуя на Асклепий, както и една прекрасна позлатена бронзова глава от статуя на Аполон Лечител – римско копие на ранен гръцки оригинал от школата на Скопас. Античният минерален каптаж източно от Баня Баши джамия е в неразривна връзка с организацията на лечебна дейност в града. По това време са издигнати и огромните терми южно от агората, под дн. църква „Св. Неделя“. От тази сграда са проучени частично хипокаустни инсталации и един басейн със значителен размер. В Сердика са почитани и други божества. Чрез археологически проучвания са разкрити храм на Херакъл (под Булбанк) и части от храм на Зевс Хюписистос, северно от крепостната стена. Фрагменти от култови статуи и надписи свидетелстват за почитането и на Атина, Артемида, Кибела и Митра. При разкопките на храма на Херакъл са открити голямо количество натрошени части от култови статуи на различни божества. Този разрушителен акт е следствие от християнското надмощие и се свързва с премахването на езическите символи в края на IV в.

Древна Сердика – Източната порта

Управлението на император Траян (98–117 г.) се свързва с издигането на Сердика в ранг на *municipium* – град с определени автономни права. С тази промяна е свързано и задължението за администриране на значителна градска територия – една от най-големите в провинция Тракия. Израз на този политически акт е и употребата на родовото име на императора като епитет в титулатурата на града – *Ulpia Serdica*. Управлението на новия муниципийум е било организирано по гръцки образец чрез градски съвет – буле и народно събрание – демос. От откритите надписи са известни и други институции, като например герузията, свързана с практикуването на култа към императора. В тясна връзка с новия градски статут е и първото урбанистично решение на Сердика. Трасирани са двете главни улици – кардо максимум (с посока север–юг) и декуманус максимум (с посока изток–запад). Заплахата от варварски нашествия в течение на IV–V в. наложила подсилване на укрепителната система на Сердика. Градското ядро, в рамките на ранната стена, било изцяло укрепено наново. Съществуващата стена била обхваната отвън от нова, плътна долепена, изградена от тухли върху цокъл от големи квадри. По фронта тя била снабдена с триъгълни, издадени навън кули, а източната и западната порта били подсилени с петъгълни кули. Оформлението на двете порти може да се види в подлеза при Президентството и западно от ул. „Г. Вашингтон“. На около 20 м. пред тази стена била издигната втора, по-ниска стена – протейхизма. Изграждането на тази солидна укрепителна система по модела на Теодосиевите стени в Константинопол се отнася към втората половина на V в.

Древна Сердика - северозападната крепостна стена

Стената е изградена в смесен градеж от полуобработени и необработени речни камъни, изравнявани от редове тухли. В VI-ти век при император Юстиниан I, крепостта била

----- 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.



допълнително подсилена с допълнителен външен пояс. Смята се че градските стени достигали височина от 12 м, което правило Сердика един много добре защитен градски център.

Древна Сердика - Западната порта на Сердика

Западната порта е археологически комплекс "in situ", включващ части от укрепителната система на антична Сердика, заедно с елементи на градската тъкан - улици, сгради, канали. Археологическият парк е оформено пространство с културни функции - провеждат се концерти, театрални представления, събития.

Първата крепостна стена на Сердика е издигната във втората половина на II в. Тя е широка 2,20 м. В края на III, началото на IV в. е предприето преправяне на стената и пред нея е прокопан ров - на 14 м западно от Западната порта с дълбочина около 2 м. и широчина до 5 м, функционира през IV в. Не е изключено по периферията и по дъното на рова да е имало вертикално забити колове. Срещу портата е имало мост за преминаване през рова. През втората половина на V в и през VI-ти в. е имало една падаща врата и една двукрила, която се е затваряла с масивна хоризонтална греда. Вероятно в края на VI-ти в. и началото на VII в. падащата врата вече не е функционирала. Имало е двукрила порта. След средата на V в. е добавена нова стена към първата с ширина 1,80 м. По нейната дължина са изградени триъгълни кули. Ровът престава да съществува, но на 20 м. пред крепостната стена е издигната още една отбранителна линия - протейхизма - с ширина около 1,50 м.

Амфитеатърът на Сердика

Сред най-импозантните постройки в Сердика около края на III в. е сградата на амфитеатъра, разкрита през последните години. Той е издигнат източно от крепостната стена върху основите на по-стария театър, южно от пътя, излизащ от източната порта. Оформен е с голяма арена и седалки само от южната страна по естествения склон.

Църквата „Св. Седмочисленици“

Църква „Св. Седмочисленици“. Върху основите на съборната църква на някога съществувалия в София манастир „Св. Иван Рилски“, през 1528 г., при управлението на султан Сюлейман I Великолепни е издигната монументална джамия, наречена „Имарет“. Популярното ѝ название „Черната джамия“ идва от облицованото с черен мрамор минаре. В общественото съзнание е свързана и с използването ѝ като политически затвор след 1878 г. По инициатива на министър-председателя Петко Каравелов джамията е преустроена в църква през 1901-1903 г. по проект на архитектите Й. Миланов и П. Момчилов. Изписването на храма завършва през 1966 г.

Катедрален храм Света Неделя

----- 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.



„Света Неделя“ е православна църква в София, посветена на света великомъченица Неделя, катедрала на софийския митрополит. До църквата се намира площад със същото име.

Църква Свети Николай Чудотворец - Руската църква

Петте купола на църквата са позлатени, тя е с два входа - южният е откъм булеварда, а северният - откъм градинката. Всеки от входовете е украсен с образи на Свети Николай. Иконостасът на руската църква е единствен по рода си в България – той е изцяло керамичен и е копие на този от Владимирския събор в Киев. Свято-Николаевският храм е паметник на архитектурата и е под защитата на ЮНЕСКО.

Църква Света София

"Света София" и "Св Георги" са двете най-стари църкви в София, датиращи от римската епоха. Църквата представлява кръстополна базилика с нартекс, три кораба и тристенна апсида.

"Света София" е построена от император Юстиниан през VI век. Под нея са открити гробници от I-IV век пр. Хр. Знае се, че църквата в днешния си вид е четвъртата подред църква, издигана на това място. Историята на София е тясно свързана с храма „Света София“, който подобно на Света София в Цариград е посветен на "Премъдростта Божия" - едно от имената на младия Исус Христос. Тя е един от символите на града - дала е името му, също така се намира и на неговия герб.

Археологическо ниво на базиликата Св.София

Под нивото на действащия храм „Света София“ днес има уникален музей, в който са експонирани гробни съоръжения от източния некропол на античния град Сердика и останките от три по-ранни църкви. Археологическото ниво на базиликата „Св. София“ е филиал на Регионалния исторически музей – София.

Църква "Света Параскева"

Посветена е на Света Параскева, живяла като отшелница и лечителка през XI в. в Тракия. През 1238 г., при управлението на цар Иван Асен II, мощите ѝ са пренесени в столицата Търново, а след идването на османците в Яш (Румъния). Тя е една от най-почитаните български светици. Храмът е осветен през 1930 г. и е дело на арх. Антон Торнов. Създава впечатление за гигантска луковица и е сред най-големите архитектурни съкровища на столицата. Църквата не е била изписана отвътре, но има забележителен иконостас, също и чудесна акустика.

Храм "Св. Мчца Параскева" е строен в продължение на 12 години и е завършен през 1930 година. Решението за неговия строеж се взема доста по-рано - през 1909 г. Участието на България в Първата световна война обаче измества тези планове във времето.

----- 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 Организацията 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.



Архитектурата е по проект на арх. Антон Торньов. Църквата носи името на света великомъченица Параскева.

Католическа църква „Св. Йосиф“

През 1878 г. започва строеж на малка църква със средства, дарени от австрийския император Франц Йосиф II. През 1944 г. тя е разрушена при бомбардировки през Втората световна война. Събраните средства за възстановяване на храма изчезват при комунистическата власт. При посещението на папа Йоан Павел II в България през 2002 г. се освещава полагането на първия камък за строежа на новата катедрала. Проектът е на архитектите К. Пеев и С. Янев. Катедралата е осветена през 2006 г., оборудвана е с орган и е най-голямата в България. Пред катедралата се намира статуята на блажения папа Йоан XXIII, която е осветена от папа Йоан Павел II.

Джамия „Баня Баши“

Името на джамията, което означава „при банята“, подсказва принадлежността ѝ към някогашния турски комплекс, в който влиза и красивата мраморна постройка на минералната баня. Построена е по проект на най-изтъкнатия архитект в историята на Османската империя Мимар Синан, със средствата на богатия съдия Молла Сейфуллах в памет на починалата му съпруга през 1566-1567 г. Стените ѝ са иззидани от дялан камък, като между каменните редове са поставени червени тухли. Централният купол е покрит с оловни пластини.

Софийска синагога

Това е третата по-големина синагога в Европа. Завършена през 1909 г., по проект на придворния архитект Фридрих Грюнангер. Сградата е шедьовър на архитектурата, демонстрация на уникален синтез от мавритански и византийски стилови черти. Особено пищен е интериорът, чието декоративно решение се дължи на Харалампи Тачев.

Народен театър „Иван Вазов“

Народен театър „Иван Вазов“. Построен е през 1906 г. на мястото на дъсчената постройка на театър „Основа“ по проект на виенските архитекти Ф. Фелнер и Х. Хелмер в неокласически стил. Той е най-големият театър в България и един от архитектурните символи на София. На сцената му са играли всички най-значими представители на българското театрално изкуство. Преживяла не един пожар и разрушения, сградата е възстановена в първоначалния си вид през 1976 г. Впечатляваща е фасадата от шест колони, поддържащи триъгълен фронтон, върху който е изобразен бог Аполон в обкръжението на музите на изкуствата. Театърът носи името на класика – поет и писател Иван Вазов.

Къща музей „П. К. Яворов“

----- 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.



Музеят, посветен на Пейо К. Яворов, е официално открит през 1963 г. Битовата експозиция с гостната стая и работния кабинет на поета представят автентичната атмосфера от началото на ХХ в., в която Пейо Яворов и съпругата му Лора Каравелова живеят от ноември 1912 до ноември 1913 г. Тук е възстановена и стаята с оригиналните вещи от последната квартира на поета на ул. „Солунска“, където той слага край на живота си на 29 октомври 1914 г. Архивният фонд съдържа ценни ръкописи, оригинални фотографии, личната библиотека на поета, първите издания на негови произведения, оръжейната му колекция, живописни платна, графики, скулптури.

Къща музей „Н. Й. Вапцаров“

Музей „Никола Вапцаров“ е създаден през 1952 г. в последния софийски дом на поета. В архивния фонд се пази ръкописното му наследство: тетрадки с негови стихове, „Първи бележник“ с незавършената поема „Илинден“ и „Дохождат дни...“, първата и единствена негова стихосбирка „Моторни песни“. Музеят съхранява документи, снимки и вещи от най-ранните години на поета, учението в Морското машинно училище във Варна до последната му тетрадка „Сампа“ със записите на 7 стихотворения от Софийски централен затвор, сред които „Прощално“ и „Предсмъртно“.

Къща музей „Пенчо и Петко Славейкови“

Къща музей „Петко и Пенчо Славейкови“ е открита за посетители през 1951г. Музеят притежава богат архив на народния будител Петко Р. Славейков, ценни и редки издания от личната му библиотека, вещи, събрани течения на вестниците, които редактира и издава. Възстановен е работния кабинет на поета Пенчо Славейков – писалището, авторски ръкописи, богатата му библиотека, оригинални първи издания с поправки на поета. Чрез ръкописи, писма и лични вещи е съхранена духовната връзка с неговата спътница в живота Мара Белчева.

Градска градина

Открит е официално на 4 април 1878. Още в първите месеци след Освобождението се преустройва алейната мрежа, изгражда се ниска дървена ограда, кафене къшк за музиканти. Засажда се нова растителност и Градската градина е наречена Градина „Александър II“. Мавзолеят на Георги Димитров също се е намирал на нейна територия, но е премахнат през 1999 година.

Национална опера и балет – София

От създаването си до днес Националната опера и балет изпълнява основната си функция на културно средище за съхраняване и доразвиване традициите на националното музикално-сценично изкуство. Това театърът съумява да осъществи като подклажда жизнената връзка с най-верния си поддръжник - своята публика! Националният балет

----- 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 Организацията 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.



гостува с голям успех в чужбина с цели спектакли и концертни програми. Високо е оценено и участието му в редица международни фестивали

Сградата на Народната библиотека „Св. св. Кирил и Методий“

Библиотеката „Св. св. Кирил и Методий“ е основана през 1878 г. като Публична библиотека, а през 1879 г. е преименувана на Народна библиотека. Строежът на сградата започва през 1941 г., но бомбардировките над София през 40-те години разрушават всичко. Изграждането е възобновено през 1953 г. Проектът е на арх. Иван Васильов и арх. Димитър Цолов в стила на неокласицизма, с монументален израз и строги форми.

Сградата на Централните градски хали

Централните градски хали - сградата е построена по проект на арх. Наум Торбов на площ от 3200 кв. м на бул. „Княгиня Мария Луиза“. Строежът продължава от 1909 до 1911 г. Металната конструкция е повлияна от модерната за времето павилионна архитектура от Парижкото изложение през 1900 г. Над входа на халите е монтиран гербът на София, а на покрива се издига часовникова кула. В приземния етаж са експонирани старини от древна Сердика.

Сградата на Централния универсален магазин (ЦУМ)

Сградата на Централния универсален магазин, по-популярен със съкращението ЦУМ, е проектирана от арх. Коста Николов през 1956 г. По времето на социализма ЦУМ е най-модерният и престижен търговски център в България. Днес в сградата се разполагат бизнес офиси, магазини и заведенията.

Гробницата на княз Александър I Батенберг

Недалеч от Софийския университет, на бул. „Васил Левски“ се намира гробницата-паметник на княз Александър I Батенберг – първият български монарх на Третата българска държава, погребан в нея през 1898 г. Построена по проект на швейцарския архитект Хайнрих Майер от 1894 г., разположена в малък парк, тя е декорирана отвътре от Харалампи Тачев.

Паметник "Цар Освободител"

Построен е на площада пред сградата на Народното събрание през 1901-1907 (автор - скулптор Арнолдо Цоки) като израз на признателност на българския народ към руските освободители от турско иго. Върху пиедестал от полиран гранит е поставена внушителна конна статуя на руския император Александър II, под която има релефни композиции в два пояса със сцени от Руско-турската освободителна война (1877—1878), сключването на мира и др.

Руски паметник

----- 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 Организацията 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.



Руският паметник в София е първият паметник, построен в столицата на освободеното от османско владичество Княжество България. Намира се на пътя, по който Осман Нури паша бяга от София към Перник на 22 декември 1877 г. Паметникът е издигнат на 29 юни 1882 г. със средства, събрани от руския народ. Не е известен проектантът, но предположенията са за архитект Вокар (проектирал паметници в Добрич, Плевен, Разград, Свищов и др.) или академик В. Йосифов Шервурд.

Скулптура на Петко и Пенчо Славейкови

Скулптурата на Петко и Пенчо Славейкови е символ на книжния пазар в София. През 1998 г. са поставени стаутите на Пенчо и Петко Славейкови. Автор е българския скулптор Георги Чапкънов.

Докторският паметник

Докторският паметник е изграден в едноименната градина в чест на руските медици, загинали в Руско-турската война (1877–1878 г.). Проектът е на чешкия архитект А. Томашек. Издигнат е с руски средства през 1882-1884 г. Релефните кръстове са дело на италианския каменоделец Луиджи Фарабоско.

Паметникът на Св. Климент Охридски

Паметникът на Св. Климент Охридски, последовател на делото на Св. св. Кирил и Методий и патрон на Софийския университет, е издигнат през 1978 г. в градинката срещу Софийския университет. Той е дело на скулптора Любомир Далчев.

Музей по палеонтология и исторична геология – София

Музеят по палеонтология и исторична геология съществува от 1965г и се помещава в сградата на Софийския университет "Св. Климент Охридски". Слабо познат е сред туристите, заради необичайното си разположение, но е доста интересен заради хилядите вкаменелости, които съхранява и най-вече заради скелетът в естествен размер на динозавър от рода Дейнотериум. Голяма част от костите използвани за реставрацията на праисторическото животно са автентични.

Паметникът на Св. св. Кирил и Методий

Паметникът на Св. св. Кирил и Методий пред Националната библиотека е творба на скулптора Владимир Гиновски от 1975 г. На 24 май, Деня на българската просвета и култура и на славянската писменост, тук се провеждат вълнуващи тържества.

Паметникът на Незнайния войн

Паметникът на Незнайния войн е разположен до църквата „Св. София“ и е изграден по проект на арх. Никола Николов и скулптора Любомир Димитров през 1981 г. Лъвът пред



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

паметника е изваян от скулптора Андрей Николов през 1933 г. и символизира българската държава и нейните смели войни.

Паметникът на Васил Левски

Паметникът на Васил Левски е първият паметник, посветен на Апостола на свободата, изграден в България след Освобождението. Проектант е главният архитект на София, чехът Адолф Вацлав Колар. Орелефът с образа на Васил Левски е дело на виенския скулптор Рудолф Вейр. Металната пластика се изработва във Виена в прочутата фабрика на Рудолф Филип Ваagner. Паметникът е открит тържествено на 22 октомври 1895 г.

Паметникът на Съветската армия

Паметникът на Съветската армия е изграден през 1954 г. Двете мащабни скулптурни композиции, поставени на високи гранитни пиедестали, са решени в духа на Социалистическия реализъм.

Паметник на Иван Вазов

Паметникът на Иван Вазов се намира на ул. "Раковски", пред храм "Св. София".

Музей на илюзиите

Музеят на илюзиите се намира в град София. Изложбата е разположена на 400 м², в които илюзиите се срещат с научните изобретения и изкуството: физиката и оптиката са представени заедно с мистериозни произведения на изкуството и класически загадки. Образователното преживяване в музея е обогатено с интерактивно забавление — рисуване със светлина, създаване на сенки и поглед на света наопаки. Всяка година в колекцията се добавят по няколко нови експоната.

Зоогическа градина – София

Зоогическата градина в София е най-старата и най-голямата на Балканския полуостров. В нея се отглеждат огромен брой екзотични животни, както и много характерни за България животни. На площ от 360 декара в зоопарка живеят 281 различни вида като общият им брой е повече от 1900. Разделен е на сектори, които включват: сектор „Тревопасни“, сектор „Примати“, сектор „Хищници“, сектор „Терариум“ и сектор „Аквариум“.

Борисова градина

Борисовата градина е кръстена на Борис III. При нейното създаване тя е разположена в покрайнини на столицата, които с разрастването на града влизат в неговия разширен център, а самата градина е разширена до Ловния парк. Благоустроена е предимно частта край центъра на столицата, а след бул. „Яворов“ става лесопарк.

Днес в градината се намират Националният стадион „Васил Левски“ и стадион „Българска армия“, както и най-големият плаж в София – откритият плувен басейн „Мария-Луиза“.

----- 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 Организацията 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.



Сред по-важните обекти в Борисовата градина са:

- Ариана (езеро)
- Национален стадион „Васил Левски“
- Българска армия (стадион)
- Езеро с лилиите
- Братска могила на загинали антифашисти
- паметници на други видни българи
- Астрономическа обсерватория на Софийския университет
- Плувен комплекс „Мария-Луиза“
- Телевизионна кула „София“
- тенис кортове

Езеро Ариана

Езерото Ариана е едно от емблематичните за София места. То е любимо място за разходка и почивка, както на софиянци, така и на гостите на столицата. Днес езерото е възстановено, заедно с околните алеи и предлага богат избор от възможности за забавление и релакс. Строежът на езерото е започнал малко след Освобождението, но е окончателно приключил през 1904 г. Тогава е изграден и свързващият мост между алеята и островчето. За кратко време езерото се превръща в най-веселото място в столицата. През 60-те и 70-те години Ариана постепенно се превръща в един от символите на София и едно от най-популярните места в града. През лятото и през зимата тук се стичали хиляди хора, особено през почивните дни.

Южен Парк

Южният парк е структурообразуващ елемент за града и зелената му система и е предвидена като основен зелен клин към Витоша. Идейният проект е разработен и одобрен през 1972 г. (проектантски екип с ръководител арх. М. Карлова), когато започва и неговото строителство. Южният парк е планиран в пейзажен стил (английски парк). Планировката е подсказана от разнообразния релеф и богатството на теренни форми. Структурно в парка са обособени 4 сектора. Главният подход, изграден върху равнинната част от терена, е оформен като декоративна настилка с богати цветници с геометрични форми. В детския сектор са разположени няколко площадки, водни съоръжения и малки заведения за хранене. По стръмния скат под Правителствена болница са изградени няколко тематични изгледни площадки, които предлагат тих отдиш и съзерцание. В Южния парк се срещат 65 вида птици, 29 от тях защитени, а 2 записани в Червената книга на България. През парка преминава Перловската река, която се влива в р. Искър. В Южния парк са организирани няколко детски къта, открита е и концертна сцена.

----- www.eufunds.bg -----



Западен Парк

Това е вторият по големина парк в София. Той е заключен между кварталите "Западен парк", "Люлин", "Факултета", "Красна поляна", "Захарна фабрика" и "Гевгелийски", а главният вход е от страната на бул. "Сливница". Интересно за този парк е, че ЖП линията в посока Перник минава през него.

Храм-паметник "Свети Александър Невски"

"Свети Александър Невски" е православен храм-паметник, катедрален храм на българския патриарх и има статута на паметник на културата с национално значение. „Свети Александър Невски“ е втората по големина православна катедрала на Балканите. Намира се в центъра на град София и е считан за символ на града. Построен е в чест на император Александър II, наричан още „Цар Освободител“, чиято армия през 1878г. освобождава България от османско владичество. Храмът представлява внушителна петкорабна кръстополна базилика в неовизантийски стил с множество куполи, полукуполи и малки цилиндрични сводове и ясно изразен централен купол. Куполите на храма са позлатени. Храмът е висок близо 53 м, дълъг 73,5м, широк 52,2м и побира 5000 души. Вътрешността му е разделена по дължина на три части – нартекс, централна част и олтар. Вътрешната украса е направена от пъстроцветен мрамор. В храма има 82 икони и стенописи. Най-голям интерес предизвикват мраморният иконостас, царският и патриаршеският трон и амвонът, както и мозаечно пано с цар Фердинад и царица Елеонора.

Музей за християнско изкуство - Крипта на Храм-паметник "Св. Александър Невски – София

Експозицията за християнско изкуство на Националната галерия е разположена в криптата на храм-паметника "Св. Александър Невски" в София. Нейната основна цел е да бъде представено възможно най-пълно развитието на християнското изобразително изкуство по българските земи. В това отношение сбирката е уникална и няма аналог в другите национални и регионални музейни институции в България.

Национален политехнически музей

Национален политехнически музей е българска научноизследователска и културно-просветна институция, която се намира в град София и е един от най-старите в страната. Музеят има за цел да издирва и съхранява движими културни ценности в областта на техниката и да изследва развитието на техниката и технологиите по българските земи. В музея се съхраняват над 22 000 експонати, разпределени по колекции: времеизмерване, транспорт, фотографска техника и кинотехника, оптика, звукозапис и звуковъзпроизвеждане, радио и телевизия, изчислителна техника, музикални механизми, геодезически уреди, измервателна техника, битова техника, шевни машини, пишещи

----- 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 Организацията 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.



машини, физични уреди, съобщителна техника. В музея се пазят експонати, свързани с живота и делото на видни дейци на българската наука и техника.

Национален дворец на културата

Национален дворец на културата или накратко НДК е национален културен център, намиращ се в центъра на град София, за конференции, изложби и специални събития и е най-големият конгресен център в Югоизточна Европа. Сградата разполага с 13 зали, предназначени за културни прояви. Сградата е разположена на 123 000 m² площ, разгърната на 8 етажа и 3 подземни нива. Най-голямата зала (зала 1) разполага с 3380 места.

Национален природонаучен музей при БАН

Национален природонаучен музей при БАН е научен институт и се намира в центъра на град София. Той е най-старият музей в България и се нарежда сред природонаучните музеи с най-богата експозиция на Балканския полуостров. Експозициите са разположени в 16 зали на 4 етажа. Тук се съхранява и популяризира живата и нежива природа в България и чужбина. Съхранени са над 1 милион екземпляра препарирани животни, растения и минерали. Експозициите на Националния природонаучен музей включват повече от 400 вида бозайници, над 1200 вида птици, много земноводни и влечуги, насекоми и други безгръбначни, както и фосилни образци като кости, костни фрагменти и цели скелети. Също така тук са изложени много минерални видове и около 1200 вида хербарни образци от флората на България.

Национална галерия

Първата сграда, в която се разполага Националната галерия, е Двореца, който се намира в центъра на град София. Основната дейност на Националната галерия е събирането, изучаването, опазването и представянето на движими културни ценности и произведения на съвременното българско и чуждестранно визуално изкуство. В залите на Двореца се показват временни изложби на българско и чуждестранно изкуство. Помещава се в северозападната част на бившия царски дворец, като ползва общ вход с Националния етнографски музей, който се намира в югоизточната част на сградата. Националната галерия включва и залите на „Квадрат 500“ – бивша сграда на Техническия университет край площад „Паметник на Васил Левски“. Там в 28 зали на 4 етажа са изложени 1700 произведения на български и чуждестранни художници. Националната художествена галерия има няколко филиала: филиал "Двореца"; филиал "Крипта на Храм-паметник "Св. Александър Невски"; филиал "Социалистическо изкуство"; филиал за съвременно изкуство "Софийски арсенал"; Къщи-музеи "Вера Недкова", "Никола Танев", "Иван Лазаров".

Национален етнографски музей

----- 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 Организацията 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.



Националният етнографски музей притежава най-представителната етнографска експозиция в България. В нея са показани различни аспекти на традиционния бит и култура на българите.

Музей на социалистическото изкуство

Музеят на социалистическото изкуство представя образци на изкуството от периода 1945 -1989 г., годините на социалистическото управление в България. Музеят се състои от скулптурен парк, където са изложени много произведения на монументалната скулптура. Експозицията в изложбената зала показва идеологическите форми на изкуството.

Национален музей "Земята и хората"

Националният музей "Земята и хората" се намира в централната част на гр. София. Музеят заема площ от 5500 кв. м, съхранява над 37 000 експоната, разположени в седем постоянни експозиции, и е един от малкото музеи в Европа с толкова богато минерално разнообразие. Постоянните експозиции са следните: „Гигантски кристали“; „Минерали на Земята“; „Минерални ресурси на Земята“; „Минерали на България“; „Минерални ресурси на България“; „Нови материали“; Колекция Скъпоценни камъни. Колекцията от експонати включва минерали, скъпоценни камъни, бисери, генетични и промишлени типове минерални суровини, образци от първите оръдия на труда до материали, получени по най-новите технологични разработки и нанотехнологии – една от двете големи колекции в света.

Национален военноисторически музей

Националният военноисторически музей се намира в град София, а филиали на музея са Военноморският музей във Варна, Парк-музеят на бойната дружба "Владислав Варненчик". И музеят на авиацията край Пловдив също е филиал на Военноисторическия музей. Военноисторическият музей съхранява повече от 1 милион експонати, свидетелства на българската и европейска военна история. Национален военноисторически музей е единственият музей в България, който предлага три експозиции – външна, постоянна и колекции. Външната експозиция съдържа над 230 образци на артилерийско въоръжение, авиационна и корабна техника. Постоянната експозиция разказва за историята на българската войска, нейните победи, слава и героизъм от основаването на българската държава до наши дни. Колекционните зали на музея са насочени към публиката със специфични интереси като хладно и огнестрелно оръжие, оръжия от царски колекции, колекции с отличия и колекция с униформи.

Къща музей „Иван Вазов“

В този дом Иван Вазов прекарва последните 26 години от живота си. Няколко години след смъртта му, тогавашният министър на Просвещението Стоян Омарчевски внася в Народното събрание мотивиран доклад, благодарение на който Вазовият дом е

----- 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 Организацията 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.



превърнат в музей. В къщата е запазена атмосферата, в която е живял и творил писателят, а документалната експозиция на първия етаж представя неговия жизнен и творчески път. Музейния фонд съдържа богат архив, лични вещи, ръкописи и снимки, както и графични и живописни произведения на имените художници, поздравителни адреси, подписани от известни личности – проф. Иван Шишманов, Ян Мърквичка, Иван Лазаров, Елин Пелин, който е и първият уредник на музея.

Парк-музей "Врана"

Парк-музей "Врана" е царски дворец с парк в покрайнините на София. Паркът "Врана" е бил предназначен за царското семейство като извънградска лятна резиденция. Това обстоятелство е предопределило в известна степен неговия интимно-пейзажен характер: в него на дървесните масиви и дървесните групи, цветните поляни, алпинеуми, езера, алеи и пътеки се придават форми близки до природните, което е било свойствено на по-голямата част от европейските пейзажни паркове в миналото. В парка се среща голямо разнообразие от 821 дървесни, храстови и тревисти вида от 118 семейства и 435 рода на територия по-малка от 100 ха.

Ботаническа градина на БАН – София

Ботаническата градина на Българска академия на науките е ботаническа градина в София. Разположена е южно от Околовръстния път, между кварталите Драгалевци и Бояна. Основана е през 1882г като Княжеска ботаническа градина, която тогава се намира в центъра на града, където днес се намира Паметникът на Съветската армия. Създава и поддържа научно организирани и документирани колекции от живи растения за нуждите на ботанически изследвания, опазване на биологичното разнообразие и природонаучното и природозащитно образование. Тя консултира държавни и обществени институции и граждани, обменя материали за научни изследвания и градинарски цели с 450 ботанически градини от цял свят. Колекциите и днес наброяват около 4000 вида висши растения, което е над 1% от разнообразието им в света. Колекциите и от тропически и субтропически растения са най-богати на Балканския полуостров.

Университетска ботаническа градина

В центъра на София се намира най-старата Ботаническа градина, създадена през далечната 1892г от първия професор по ботаника д-р Стефан Георгиев. На откриването в градината е засаден летен дъб (*Quercus robur* L.), в чиито корени цар Фердинанд поставя златна пара. Днес дъбът, със своите могъщи ствол и корона, дарява сянка, напомняйки за просторните дъбрави, покривали някога Софийското поле. В Университетска ботаническа градина гр. София са обособени градини и кътове: - Оранжерии, разкриващи красотата и уникалното видово многообразие на тропиците със семействата на орхидеите, бромелиевите, змиарниковите; а също колекции от палми, цикламови, кактуси и други

----- 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 Организацията 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

сукуленти. - Розаруим, в който се отглеждат над 40 сорта розови храсти. - Алпинеуми, представящи условията на скалистите планински местообитания. - Средиземноморие – тук посетителите могат да усетят атмосферата на Гърция, южна Италия и остров Сардиния. - Бабина градинка – китна градинка с къщичка, където децата могат да видят от къде идват храните на трапезата ни. - Медицински растения – Аптекарска градина, в която посетители и студенти могат да научат повече за ролята на растенията за медицински и козметични нужди. В същото време могат да проследят процеса на компостиране и да се вдъхновят от билковата спирала. Университетски ботанически градини са член на Световния съвет на Ботаническите градини (BGCI), Европейския консорциум на Ботаническите градини, Образователната мрежа за екологично образование в Ботаническите градини (EBGEN) и участва със своите колекции в обмена на семена Index Seminum с Ботанически градини от цял свят.

ул. Московска 49, 1000 Център

Витоша, паркове, градини

0

На площ от 5дка, в оранжерии и на открито, могат да се видят около 2500 вида. И до днес тази градина запазва духа на едно уютно място за приятна разходка, но и за сериозна образователна и консервационна дейност. Градината работи целогодишно и често е използвана за провеждане на открити уроци и упражнения по ботаника за студенти и ученици. От магазина пред входа ѝ могат да се купят редки растения, семена, фиданки от вековния дъб и сувенири свързани с ботаниката.

Парк "Възраждане" – София

Новата зона за отдих "Възраждане" се намира в квартал "Зона Б5", на столичния булевард "Опълченска", под МВР болница. Стартът на строежа официално беше даден през септември 2015 г. Парк "Възраждане" се разпростира на площ от 52 дка, като 24 от тях са на комплекса "Спортна София", който работи от август 2015г. Над 100 пейки, алеи, покрити с разноцветна мозайка, 3 чешми, амфитеатър, циркова площадка и фонтан са част от съоръженията в парка. Освен това в него е обособена и детска площадка с различни съоръжения за игра, разделена в две части - за деца до 3 години и за по-големи, между 3 и 12 години.

Драгалевски манастир "Св. Богородица"

Драгалевският манастир "Св. Богородица Витошка" се намира край квартал Драгалевци в град София. Той е създаден от цар Иван Александър около 1341г, а през 1476г църквата на манастира е обновена и зографисана. Манастирският комплекс се състои от църква, жилищни сгради и стопански постройки. Манастирът е обявен за паметник на културата.

----- 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 Организацията 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.



В библиотеката му се съхраняват старопечатни богослужбни книги и ръкописно четвероевангелие от 1534г. Храмовият празник е на 15 август, Денят на Света Богородица.

Други манастири, намиращи се около София: Кремиковският манастир "Св. Георги", Германският манастир "Св. Иван Рилски" Горнобанският, манастир "Св. Св. Кирил и Методи", Лозенският манастир "Св. Спас", Сеславският, манастир "Св. Никола", Дървенишкият манастир "Св. Пророк Илия", Подумерският, манастир "Свети великомъченик Димитър", Курилският манастир "Св. Иван Рилски", Долнопасарелският манастир "Св. Петър и Павел".

Боянски водопад

Местността е запазила своята природа незамърсена. До водопада се достига по екопътека. Тя е лесно достъпна – може да се стигне до началото ѝ с градски транспорт за около 30-50 минути. Маршрутът е достатъчно труден, за да ви предизвика, и достатъчно лесен, за да си прекарате един забавен следобед с приятели и семейство. Когато достигнете по-високата част от пътеката, можете да се насладите и на красива панорама на София.

Язовир Искър

Намира се между София и Самоков на 800 метра надморска височина. Язовирът е дълъг 20 километра, а ширината му в някои участъци достига до 5 километра. При максимално запълване в него се побират 673 милиона кубични метра вода.

Земенски манастир „Свети Йоан Богослов“

Земенският манастир „Свети Йоан Богослов“ е български манастир, намиращ се на територията на община Земен, на левия бряг на река Струма. Манастирът е основан през 11 век. Състои се от църква, камбанария и две сгради. Най-забележителна е най-старата постройка на манастира - църквата, която е паметник на културата. В архитектурно отношение тя заема особено място на Балканите като представител на кръстокуполната архитектура. Забележителните стенописи в църквата изобразяват библейски сцени от 14 век. Земенската църква е обявена за паметник на българската архитектура и живопис, а Земенският манастир – за национален музей, който става филиал на Националния исторически музей.

Панорамна алея "Галунка"

Дългата 4300м пътека, свързваща витошките села Бистрица и Железница, които са на територията на Столична община, дава възможност за приятна разходка на сянка сред широколистни и иглолистни гори, с възможност за отдих и пикник на няколко обособени места. Липсата на изкачвания са превърнали пътеката в предпочитан избор за спокойна разходка и е дало другото ѝ име - " пенсионерската пътека ".

----- 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.



Гигински манастир "Св. Св. Козма и Дамян"

Гигинският манастир "Св. Св. Козма и Дамян", известен още като Църногорски се намира в невысоката планина Черна гора, близо до село Гигинци, на територията на община Брезник. Той е действащ православен манастир и е обявен за архитектурен паметник и за художествен паметник на културата. На територията на манастира има пейки, чешми и аязимо, чийто води се смятат за лековити. От постройките са запазени малката църква, магазините, магерницата и помещенията за монасите. Стенописите в църквата са от XIX век. Понастоящем манастирът е постоянно действащо мъжко братство.

Парк на предизвикателствата "Дендрариум"

Въжената градина е главната атракция в Парк на предизвикателствата "Дендрариум". Намира се във Витоша, на разклона на пътя за местност Копитото и хижа Планинец. Паркът е изграден на четири нива - "детски кръг", "среден кръг", "висок кръг", и най-новият "летящият кръг". За по-възрастните посетители е изградена "пиратска мрежа" за изкачване, както и преминаване по три люлеещи се моста: "моста на люлките", "моста на Чарли Чаплин" и "моста на маймунските опашки". В парка има изграден 20 метров тролей, който се спуска от осем метрова височина. За малките деца има изградена градина, която като препятствия наподобява тази на възрастните, но тя е много близо до земята.

Парк-комплекс Камбаните

Международната детска асамблея "Знаме на мира" е фестивал на детското изкуство под егидата на Юнеско, организиран по инициатива на Людмила Живкова. Първата асамблея е официално открита в София на 16 август 1979 година. Едновременно с това е открит и комплексът "Камбаните" край София, който се свързва неразривно с идеята на асамблеята и с желанието на организаторите да превърнат света в едно по-красиво място за живеене. Проектът е дело на скулпторите Крум Дамянов и Михаил Бенчев, архитектите Благой Атанасов и Георги Генчев и инж. Антон Малеев. Строителството е осъществено за 30 денонощия. В центъра на парк-комплекса е разположен огромен бетонен монумент с височина 37 метра, състоящ се от 4 вертикални пилони, ориентирани според посоките на света и спираловидна композиция от две полусфери, където са разположени част от камбаните. Около този основен монумент в кръг са поставени редица много по-малки бетонни структури, върху които са закачени камбани от различни държави (68 са поставени през 1979 година, а днес камбаните са около 100). Мотото, което обединява всички участници във форума, е: "Единство, творчество, красота" и е изписано на български и английски език на главния монумент в парка.

Зоокът "Лесковец"

----- 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 Организацията 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.



Зоокът "Лесковец" или зоокът „Алис“ се намира в село Лесковец, на територията на община Перник. В него могат да се видят двойка лопатари и двойка муфлони, много видове фазани, пауни, нанду, черни лебеди, пони, кокошеви гъски и още много други видове птици. Любими на всички посетители е алпаката. Интересни за хората са и екзотичните короновани жерави и какгурото албинос. Всички посетители могат освен да видят животните да ги пипнат и погледят.

Ждрелото на река Ерма

Ждрелото на река Ерма е природна забележителност, която се намира на 3 км от град Трън. Ждрелото е с дължина 100 м, а скалите, които се издигат от двете страни, са високи около 150 – 200 м. В най-тясната си част ждрелото е широко 5 м. От южния край на ждрелото започва Трънската екопътека, която е с дължина 13 км. Тя минава през дървени мостове над река Ерма и тунел, прорязан в скалите. Краят на екопътеката разкрива величествена панорама на ждрелото. Вторият маршрут, който минава през Ждрелото на река Ерма, започва в близост до село Баня. Той е по-екстремн – има стръмни изкачвания и слизания, мостове и стълби.

Черни връх

Черни връх е най-високата точка на Витоша и се намира на 2290 м надморска височина. Планината Витоша е първият национален парк на Балканския полуостров и заема територия от 26 606 хектара. В нея се намират два резервата – Бистришко бранище и Торфеният резерват. За по-лесно изкачване на планината има построен лифт, чиято долна станция се намира в непосредствена близост до квартал Симеоново. Той стига до хижа „Алеко“, от която преходът до Черни връх е приблизително 2 часа. До хижа „Алеко“ може да се стигне и с Драгалевския лифт, чиято крайна станция се намира на около 20 минути от хижата. От там може да се използва лифт „Романски“, чиято горна станция е разположена на 15-20 минути от Черни връх. От него могат да се наблюдават Софийското поле, Стара планина и Рила. Черни връх един от планинските върхове, които са включени в движението „Покорител на 10-те планински първенци“ в България.

Симеоновските езера

Тези езера са един от символите на кв. Симеоново и сега всички посетители на този район на парка ще могат да се радват на създадения от човека "езерен циркус". До тях може да се стигне и с градски транспорт – автобуси 67 и 98 водят до кв. Симеоново и от там по приятна утъпкана алея може да стигнете със спокоен ход до езерата за 30 минути.

Лозен планина

В подножието и са разположени селата Лозен, Герман, Долни Пасарел и Габра. От тях към главното било на планината са прокарани туристически маршрути, които в по-вечето случаи се дублират с почвени пътища и козарски пътеки, прокарани в миналото 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 Организацията 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.



стопански цели, използващи се и до днес. Най-популярни са маршрутите около вр. Полуврак и Панчаревското езеро.

Панчаревско езеро

На западния бряг на езерото е разположено курортното селище Панчарево, Панчаревските минерални извори и Национална гребна база „Средец“, която е специализирана за провеждане на тренировки и състезания във водните спортове. Източния бряг на езерото е зает от дъбови и борови гори, а склоновете се спускат стръмно към водата, на места завършвайки със сипеи. В района на Панчаревското езеро има няколко залесени парка, изградени са спортни бази, почивни домове и множество уютни заведения за обществено хранене. Красивата природа и близостта му до столицата, го правят любимо място за излети на софиянци.

Люлин планина

Люлин планина е интересно място за туризъм. Макар и да е доста по-малка от Витоша, тя предлага интересни места и туристически атракции, които могат да бъдат обиколени и разгледани в рамките на един ден. Планината е доста разнообразна.

Планна планина

Най-висок връх е Манастирище – 1338 м., разположен в северната част на планината. В превод името Плана означава широко, открито било на голяма височина. Най-голям манастир е Кокалянския „Св. Архангел Михаил“, който е бил оживен книжовен център. Планината е достъпна за посещение от всички околни села и махали. Защитена зона „Плана“ е включена в Националната Екологична мрежа „НАТУРА 2000“ по директивата за местообитанията. Предложения за маршрути: с. Кокаляне – в.з. Китката – Цар Ясенов път (скала Просеченик) – Дяволски мост – Кокалянски манастир – Кръстат дъб – вр. Манастирище – 4,00 ч. Дяволски мост – Кръстат дъб – Железнички минерални извори – с. Железница – 4,15 ч.

Владайска река

Владайска река извира на около 300 m северозападно от Черни връх на 2245 m н.в. Тече на северозапад, преминава през местностите „Торфено бранище“ и „Златните мостове“ и се спуска по дълбока, стръмна и залесена долина към село Владая. В селото реката завива на североизток, навлиза в София, като пресича кварталите Княжево, Карпузица и Овча купел и промишлена зона „Средец“. Оттам навлиза в централната част на града по бул. „Инж. Иван Иванов“ и после по бул. „Сливница“. След площад „Сточна гара“ минава през промишлена зона „Хаджи Димитър“, през кв. Орландовци, на север от кв. Малашевци и на изток от кв. Бенковски. Под Обрадовския манастир се влива отляво в Перловска река на 515 м н.в. на 500 м преди устието на последната в река Искър. Цялото

----- 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.



корито на реката в чертите на София е коригирано. В миналото е била наричана Луда Елешница, и Клисурска (по старото име на кв. „Княжево“ – Клисурска).

Резерват Острица

Резерват Острица е разположен в централната част на планината Голо бърдо. Площта му е 134.6 ха и обхваща връх Острица (1146 м. н.в.) и склоновете му – доловете Белите кладенци, Широки дол и Рибна вода. В резервата преобладават издънкови насаждения от габър, келяв габър, мъждрян. Флората се състои от 358 вида и 4 подвида, отнасящи се към 212 реда и 56 семейства. Въпреки малката си територия това представлява 1/10 част от флористичното богатство на България. Защитени от закона са 7 вида растения: ниско бясно дърво, урумово лале, горска съсънка, източна ведрица, урумов лопен, длановиден ветрогон и сръбско звънче.

Пещерата “Духлата”

Пещерата “Духлата” е разположена в землището на с. Боснек, община Перник. Обявена е за защитена територия през 1969 г. и има площ 48,3 ха. Проучени са 15 км от нея и са открити повече от 50 зали с площ над 50 кв. км всяка. В момента има статут на природна забележителност с международно и национално значение.

В община Перник се намират също и “Врелото”, водна монокална и етажна пещера в Боснешкия карстов регион, и пещерата “Живата вода”, обградена от вековни дървета.

Подземен минен музей

Подземният минен музей се намира в град Перник и е единственият на Балканския полуостров и един от малкото такива в Европа. Музеят се намира на мястото на подземен рудник „Старите рудници“ и включва две от запазените му галерии. Те са с дължина 630 м. Обособени са 30 експозиции, които представляват историята на въгледобива. В музея има иконостас на Св. Иван Рилски, който се смята за небесен покровител на миньорите.

Връх Руен

Връх Руен е най-високият връх на Осоговска планина, която е на територията между България и Македония. Той е на 2251м надморска височина и на пето място по височина в България. Билото му е заоблено и тревисто. Основните изходни пунктове за изкачване на върха са хижа „Осогово“ в местност Плавилото, местността Три Буки и село Гюешево. Преходите от хижа Осогово и местност Три буки почти споделят един и същ маршрут. Връх Руен един от планинските върхове, които са включени в движението „Покорител на 10-те планински първенци“ в България.

Осеновлашки манастир "Седемте престола"

„Седемте престола“ е православен манастир, намиращ се в Стара планина, на територията на община Своге. Официалното му име е "Света Богородица" ("Рождество

----- 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.



Богородично"). Неофициалното му име „Седемте престола“ произлиза от седемте параклиса на манастира. Сред манастирските сгради има църква, камбанария, триетажна битова сграда (килийно училище) и двуетажна битова сграда с монашески килии и магерница. Сред забележителностите на манастира е гробът на известния български детски писател Змей Горянин. Северно от манастира има останки от крепост, която е наричана от местните хора Латинското кале. До нея се стига по стръмна пътека, започваща от манастира.

Регионален исторически музей "Академик Йордан Иванов" - Кюстендил

Археологическата експозиция включва експонати от целия Кюстендилски регион за времето от VII-VI хил. пр.Хр. до XVII в. Нумизматичната експозиция показва част от нумизматичното богатство на музея. Експонирани са сребърни, бронзови и медни монети от Античността, Средновековието и Възраждането.

Музеят има няколко филиала:

Къща музей "Ильо войвода" – устроена е експозицията "Национално-освободителни борби на хората от Кюстендилския край".

Къща музей "Емфиеджиева къща" – представена е експозицията "Градски бит и култура на населението в Кюстендил от края на XIX и началото на XX век".

Къща музей "Димитър Пешев" - изложба със снимки, факсимилета и оригинални вещи, пресъздаващи събитията от март 1943 г. и представящи заслугите на Димитър Пешев и негови съграждани от Кюстендил, допринесли за спасяването на евреите в България.

Къща музей "Владимир Димитров-Майстора" – експонирани са фотодокументи, илюстриращи приноса му към българското и световното изобразително изкуство, както и предмети свързани с неговия живот и творчество.

Къща музей "Георги Горанов" - уредена е камерна музейна сбирка за живота и делото на композитора Георги Горанов.

Художествена галерия "Владимир Димитров-Майстора"

Художествена галерия "Владимир Димитров-Майстора" се намира в Кюстендил и е открита по повод 90-годишнината на художника. Сградата заема площ от 4200 кв. м и разполага със седем експозиционни зали. Постоянна експозиция представя над 100 творения на Владимир Димитров-Майстора. В останалите зали могат да се видят изложби от творби на представители на Кюстендилската изобразителна школа и на творци от страната и чужбина. Галерията често е домакин на различни културни събития - концерти, рецитали, премиери на книги, конкурси, творчески срещи.

Паметник-костница на Ботевите четници

----- 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.



Паметникът-костница на Ботевите четници се намира в село Скравена, на територията на община Ботевград, и е единственият по рода си мемориален комплекс в България. Той съхранява черепите на 10 Ботеви четници, които са загинали за свободата на България. Всяка година на 2 юни - Денят на Ботев, се организира празнична програма в чест на празника. Паметникът разказва за трагичната смърт и героичния подвиг на българските войводи.

Часовниковата кула в град Ботевград е най-високата възрожденска кула в България с височина 30 м. Заедно с паметника-костница в с. Скравена са част от стоте национални туристически обекта.

Исторически музей – Етрополе

Историческият музей в Етрополе е културно учреждение, съхраняващо и представящо над 1200 артефакти, документи и фотоси от културното и историческо наследство на община Етрополе. Музейната експозиция наброява културни артефакта, документа и фотоса. Те са разположени в 10 експозиционни зали: Археология, Етнография, Занаяти XVI – XVII век, Занаяти XVIII – XIX век, Занаяти XIX век – средата на XX век, Просветно дело, Етрополска калиграфско-художествена школа от XVII век, Националноосвободителни борби, Видни етрополци, Дарителство. Филиал на музея е Арnaudовата къща, в която е направена възстановка на възрожденския градски бит в Етрополе от средата на XIX в.

Часовникова кула – Етрополе

Часовниковата кула в Етрополе е архитектурен паметник на културата, който е построен през 1710г. Тя е една от най-старите в България. Височината ѝ е 20м и се състои от три части. Първоначално тя е служила като наблюдателна и отбранителна кула. Преустроена е като часовник през 1821г. До днес часовникът работи точно. Кулата не е достъпна за посещение.

Музей на физическата култура и спорта

Музеят на физическата култура и спорта се намира в специално пригодена зала в Националния стадион "Васил Левски" в град София. Показва историята на българския спорт и постиженията на българските спортисти. Експозицията му съдържа над 5000 експоната. Фондовете на музея са придобити чрез дарения от известни български спортисти, състезатели и спортни деятели, като Христо Стоичков, Йорданка Благоева, Диана Йоргова, Светла Оцетова, Весела Лечева, Здравка Йорданова, Григорий Педан, ген. Владимир Стойчев, Крум Лекарски, Надежда Лекарска, Тодор Симов и много други. Представена е и стара снимка от 1884г с швейцарски учители по гимнастика, които поставят началото на модерния спорт в страната.

Архитектурен и археологически резерват "Пауталия - Велбъжд"

----- 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 Организацията 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.



Най-значима културна ценност за Кюстендил и общината, както и за целия регион, е архитектурният и археологически резерват "Пауталия - Велбъжд", чийто находки представят развитието на града - от каменно-медната епоха до късното Средновековие.

Римските терми, построени през II – III век се предполага, че са част от голям комплекс - Асклепион, втори по големина след термите в Одесос (Варна), с площ повече от 3000 кв.м. В резервата са разположени още югоизточната и източната кули.

В близост до римските терми е разположена средновековната отбранителна кула, наречена "**Пиркова**" кула, построена в края на XIV в. и в началото на XV в. Приземният етаж някога е служел за склад, следващите – жилищни, а третият - за отбрана. Кулата е част от отбранителната система на средновековния Велбъжд.

Дервиш баня е част от националния архитектурно-археологически резерват "Пауталия-Велбъжд-Кюстендил" е и най-старата турска баня, построена през 1556 г. и реставрирана през 2005 г. Счита се, че тя е една от деветте куполообразни минерални бани, съществуващи в миналото в града.

Акрополът на Пауталия е разположен на хълма Хисарлъка, построен е в края на IV век и началото на V век, реконструиран неколккратно и просъществувал до XV век. Крепостната стена има общо 14 кръгли, триъгълни и правоъгълни кули, 2 порти и 5 секретни входа. В тази културна ценност от национално значение са разкрити и археологически паметници от различни исторически периоди.

Крепост Хисарлъка

Хисарлъка е късноантична и средновековна крепост. Намира се на най-високата равнинна част на хълма „Хисарлъка“, намиращ се на територията на община Кюстендил. Тя е архитектурно-строителен паметник на културата с категория „национално значение“. Многобройните и разнообразни археологически находки на територията говорят за непрекъснатото и продължително използване на крепостта през античността и средновековието. Хисарлъка има форма на неправилен многоъгълник, с площ приблизително 2,12 хектара. Формата на укрепената площ следва конфигурацията на терена. В различни сектори на крепостната стена са разположени четиринадесет кръгли, триъгълни и правоъгълни кули; две порти и пет потерни. Интересните конструктивни решения, съчетанието на различните строителни техники и материали, както и разкритите археологически паметници от няколко исторически епохи определят крепостта на хълма Хисарлъка, като една от най-значимите на територията на България.

Част от недвижими културни ценности/паметници на културата, разположени на територията на **община Бобов дол**:

с. Бабино - Църква „Св. 40 мъченици“

гр. Бобов дол - Църква „Св. Николай“

----- 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 Организацията 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. Долистово - Партизанско скривалище в яхъра на Спас Лазаров, 9 км западно
- с. Голема фуча - Църква „Успение Богородично“
- с. Големо село - Църква „Св. Троица“; Антично селище и некропол, 2 км югоизточно; Антично градище, 2 км
- с. Коркино - Църква „Св. Николай“
- с. Мала фуча - Църква „Св. Николай Мирилийски“
- с. Мали Върбовник - Църква „Св. Димитър“
- с. Мламолово - Църква „Успение Богородично“; Антично селище, 600 м северно, в м. Родината“; Антична крепост, 3 км северно, в м. „Градището“
- с. Новоселяне - Църква „Св. Теодор Тирон“
- с. Паничерево - Антично селище, 2.5 км западно
- с. Шатрово - Църква „Св. Троица“

На територията на община Ботевград са запазени множество църкви и манастири като **Врачешки манастир „Св. Четиридесет мъченици“** западно от с. Врачеш, **Скравенски манастир „Св. Николай“** до с. Скравена, **храм "Свето възнесение Господне"**, **храм "Успение на Пресвета Богородица"** и **манастир "Св. Рождество Богородично"** в м. Зелин, западно от с. Врачеш, **манастир „Св. Георги“**, с. Трудовец.

Паметници на културата в **община Ботевград**:

- **Градище и надпис** – Старобългарски скален надпис, Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието с национално значение, с. Боженица, м. Градище
- **Старобългарска крепост**, Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието с национално значение, с. Боженица, м. Градище
- **Старобългарска църква**, Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието с национално значение, с. Боженица, м. Градище
- **Старобългарски кладенец**, Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието с национално значение, с. Боженица, м. Градище
- **Лобно място на комунистите и земеделците** – казармата, Исторически, с национално значение, гр. Ботевград
- **Вилата на Асен Златаров** – курорт „Зелин“, Исторически с национално значение, гр. Ботевград
- **Лобно място** - м. „Арбаконашки проход“, Исторически с национално значение, гр. Ботевград,
- **Паметник - братска могила**, Исторически с национално значение, с. Литаково

----- 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 Организацията 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.



- **Средновековен вал**, Народна старина, архитектурно-строителен с национално значение, гр. Ботевград, м. Бодиловград
- **Средновековна крепост**, Народна старина, архитектурно-строителен с национално значение, с. Врачеш, м. Чешковград
- **Средновековна крепост**, Народна старина, архитектурно-строителен с национално значение, с. Врачеш, м. Бебреш
- **Антична и средновековна крепост**, Народна старина, Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието с национално значение, местността „Града“, с. Врачеш
- **Средновековна крепост**, Народна старина, архитектурно-строителен с национално значение, с. Липница,
- **Останки от манастир**, Архитектурно-строителен с национално значение, с. Липница, м. Нанковски лак
- **Римска крепост**, Народна старина, архитектурно-строителен с национално значение, с. Литаково, м. Вълчи град
- **3 възпоменателни паметника**, Исторически с местно значение, църква „Свето Вознесение Господне“
- **Кръст-паметник**, Исторически с местно значение, м. „Кривия дол“, с. Врачеш
- **Лобно място**, Исторически с местно значение, с. Врачеш
- **Лобно място** – местността „Брезовица“, Исторически с местно значение, с. Литаково
- **Лобно място** - местността „Касата долчина“, Исторически с местно значение, с. Литаково
- **Средновековна крепост** - м. „Бабин град“, Архитектурно-строителен с местно значение, с. Радотина
- **Останки от стара латинска църква**, Архитектурно-строителен с местно значение, местността „Селището“, до с. Радотина
- **Къща на Трифон Христовски**, Исторически с местно значение, с. Радотина
- **Лобно място** на Койна и Никола Муқански, Исторически с местно значение, местността „Койдановец“, с. Скравена
- **Паметник-братска могила**, Исторически с местно значение, с. Трудовец

В община Ботевград има 9 защитени територии: 1 поддържан резерват, 6 защитени местности и 2 природни забележителности: **Поддържан резерват „Училищната гора“** за опазване на естествени дъбови гори в землището на с. Боженица, **защитена местност „Дренето“** за опазване на естествени дъбови гори в землище с. Литаково, **защитена местност „Мухалница“** – в землището на гр. Ботевград – за опазване на уникална, непозната другаде периодична миграция на планинската жаба, **защитена местност**

----- www.eufunds.bg -----



„Боженишки Урвич“, опазваща група вековни дървета в землището на с. Боженица, **природна забележителност „Водна пещера“** за опазване на прилепи и характерни образувания в землището на с. Липница, **защитена местност „Рудината“** за опазване на вековни букови гори в землището на гр. Ботевград, **природна забележителност „Елака“** за опазване на вековни букови гори и скални образувания в землището на с. Врачеш, **защитена местност „Романия“** – землището на с. Рашково, **защитена местност „Висока могила“** в землището на с. Боженица и с. Скравена.

На територията на Благоевград съществува и **Исторически музей**.

Общинския исторически музей в град Брезник се помещава в сграда – паметник на културата, известна като „Старо класно училище“. Музеят разполага с три зали и две постоянни експозиции – Възрожденска и Етнографска, и зала за временни експозиции. Музейната сбирка има общо исторически характер. Общият брой на музейните единици е около 1600.

Обекти на съхранената историческа и културна памет в община Брезник са религиозни обекти с качества на исторически и културни паметници – църкви, манастири и др. Сред тях се открояват **църквата „Света Петка“, Билинският манастир „Св. Архангел Михаил“** (от епохата на Второто Българско царство), **църквата „Св. Николай“** в с. Ноевци, **Мегалитният храм паметник „Пусто Гърло“** и др.

На територията на община Годеч са запазени три църкви с художествена стойност (**Св. Троица** в с. Комщица, **Св. Димитър Солунски** в гр. Годеч и **Св. Николай** в с. Гинци); 2 манастира (**Св. Дух** и **Разбойнишкия манастир** – скален манастир), както и **античен храм от римската епоха** (II в.). На територията на общината се намират две природни забележителности: **Водопад „Котлите“** – намиращ се в землището на с. Разбоище и **Скален комплекс „Заского“** – включващ карстова пропаст „Заского“ и пещерите „Диневата пещера“, „Кривата пещера“, „Светата вода“ и „Подмола“ до с. Гинци.

Праисторическо скално светилище, община Горна Малина

В местността Калугерица, по долината на река Смолска, между селата Байлово и Смолско е открито праисторическо скално светилище с астрономически календар. То представлява комплекс от четири пещери в бигорна скала, разположени в ниските части (от 5 до 15 метра над местния ерозионен базис) на V-образното сечение на речната долина. Пещерите са известни сред местното население като Калугерските или Манастирските пещери. Една от версиите за комплекса е, че това е древно съоръжение (VI – V хил. пр. Хр.), което е било използвано като "астрономическа обсерватория" за наблюдения на видимите небесни тела - Слънцето, Луната и звездите. Във вътрешността на пещерата археолозите са разкрили над 240 изображения (изсечени в скалата), които изобразяват различните фази на Луната. Някои от знаците са пълни кръгове, други с форма на полумесец, в първа или трета четвърт. Атрактивни са изображенията 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.



изпъкнали луни и с нисък релеф, които са относително по-редки и за които се смята, че са изображения на регистрираните лунни затъмнения. Разчетените записи показват периоди, свързани с времетраенето на отделни климатични сезони, вегетационни цикли, времето между отделни култови празници и др.

С национално значение в община Горна Малина е **Паметникът на победата „Арабаконак“**, изграден в памет на загиналите и за прослава на боевете, водени от руската дунавска армия под командването на генерал адютант Йосиф Гурко на 21 ноември 1877 г. при Арабаконак и 19 декември 1877 г. при Ташкесен (Саранци) през Руско-турска война 1877 – 1878 г.

Сред историческите и археологически обекти и останки на територията на община Горна Малина са: **пαραклис на „Св. Симеон“** край с. Априлово, праисторическо селище, **тракийско светилище** на вр. Фрелин и **крепостта „Калето“** край с. Байлово, **старохристиянската базилика „Св. Неделя“**, **антично и тракийско светилище** край с. Гайтанево; **средновековна крепост и тракийско светилище** край с. Г. Малина; **антично селище „Мало градище“** край с. Д. Малина, **църквата „Св. Григорий“** в с. Григорево, **антично селище и крепостта „Градище“** край с. Негушево; **тракийската крепост** до с. Осоица, **антична крепост и светилище** до с. Чеканчево.

В почти всички населени места на територията на община Горна Малина има изградени православни храмове, някои от които са на повече от 300 години. Паметник на културата е **храмът „Св. Димитър“** в с. Макоцево. Най-добре експонираната културна и туристическа забележителност в общината е **къщата-музей** на класика на българската литература, писателят **Елин Пелин** (в с. Байлово).

На територията на община Драгоман се намира едно от редките по нашите земи ритуални съоръжения от тракийския период – **светилището на Сабазий** на връх „Петровски кръст“ на Чепън планина. Тук е намерен жертвеник с надпис, според който на бог Сабазий се прави посвещение от Аврелий Местрианос. В него са се извършвали жертвоприношения за победи във войните, за плодорие и здраве. Светилището е използвано и от славяните, и от прабългарите, а още по-късно и от нашите деди по време на османското робство.

Възникването и развитието на Драгоман е свързано с т.н. „Виа милитарис“ (Военен път) или **Траянов път**. Целият римски път е маркиран с „милиарни колони“, които обозначават разстоянията между отделните градове. Следи от тях има на много места в района, където са открити камъни с латински надписи. Това са каменни колони с обозначение на разстоянията между отделните градове, станции и други населени пунктове. Две колони са открити в местността „Дервен“, намираща се на 6-7 км западно от Драгоман. Първата колона е поставена през 244-247 година, а втората- между 361-362 година, вероятно при поправка на пътя. В подножието на колоните са намерени парчета от глинени съдове, шлага от изгорели стъкла, както и парчета от стъкла, вероятно от прозорци.

----- 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 Организацията 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.



В община Драгоман черкви от Средновековния период са „Св. св. Петър и Павел“ с. Беренде - изключително ценен исторически паметник от национално значение, „Св. Николай“ с. Калотина, „Св. Петка“ в местността „Калугерица“, намираща се в землището на селата Несла и Вишан, Средновековната църква при с. Владиславци „Успение богородично“, църквата „Св. Пророк Илия“ и „Св. Архангел Михаил“ в местността „Малката Света гора“ при с. Долно ново село, „Св. Ап. Петър и Павел“ при с. Несла, църквата на вр. Петровски кръст в Чепън планина, „Св. Пророк Илия“ при с. Чуковезар, „Св. Възнесение“ / „Св. Спас“/ с. Василковци, „Св. Петка“ с. Църклевци“, „Св. Георги“ с. Мало Малово“, „Св. Възнесение“ / „Св. Спас“/ в кв. Драгоман, както и Маломаловският манастир „Св. Никола“, манастирът „Св. Троица“ с. Драгоил, Неделишкия манастир „Св. Атанасий Велики“. Те са ценни не толкова като живописни шедьоври, в резултат на което много от изброените са паметници на културата от местно и национално значение.

В общината се намира и църквата „Св. Троица“ в с. Габер, която и до наши дни остава една от най-красивите в архитектурен стил в този район. Забележителни остават и църквите „Св. Арх. Стефан“ в гр. Драгоман, „Св. Петка“ в с. Беренде извор, „Вси светии“ с. Прекръсте, храм-парацис „Рождество Богородично“ в местността „Дервен“, „Св. Петка“ в с. Чорул, „Св. Георги“ в с. Ялботина, „Св. Георги“ в с. Драгоил, църквата „Св. Георги“ и манастирът „Св. Петка“ в с. Чепърлянци, както и манастирът „Свети Дух“ в с. Драгоил.

Скален мост „Дупник“ – карстово образуване, намиращо се високо във варовиковите скали, западно от с. Беренде, община Драгоман. Отворът на този мост е с размери 4-5 метра.

Варовиково възвишение Чепън, община Драгоман – естествена ботаническа градина на открито. Там е уникалното находище на Урумово лале (*Tulipa urumoffii*) и много други растителни видове, които са български и балкански ендемити.

Драгоманско блато – единственото в България с карстов произход, което му придава особено природозащитно значение. Заедно с влажните ливади от град Драгоман до с. Църклевци, то е обявено за Орнитологично важно място. То и областта „Чепън“ са определени за представително местообитание от европейско значение за опазване на биологичното разнообразие (програма CORINE Biotopes).

На територията на **община Елин Пелин** се намират следните обекти с национално значение:

- Църквата „Св. Николай Чудотворец“ в с. Столник е изградена в края на Второто Българско царство и доказва старинността на самото селище.
- На 4 км северно от с. Елешница се намира **Елешнишкият манастир „Св. Успение Богородично“** – паметник на културата с национално значение, в който са запазени стенописи от XV – XVI век.

----- www.eufunds.bg -----



- В с. Нови хан е запазена една стена от **турски кервансарай** (хан) построен през XVII век. Той е заемал площ от 20 дка, ограден бил със здрави стени и в неговия двор се побирали 1000 конници с конете си.
- В гр. Елин Пелин се намира **църквата “Св. Николай Чудотворец”**, построена през 1846 г., която е паметник на културата заради ценните си стенописи.
- Сред забележителностите в общината са **килийното училище** в с. Доганово, построено през 1835 г.,
- **паметникът на загиналите Ботеви четници** край с. Елешница,
- **манастирът “Св. Димитър”** край с. Габра от 1867 г. и Равнополският манастир.
- **Паметник** на големия български писател има в едноименния град.
- с. Йорданкино (сега с. Елешница) – **лобно място на Йорданка Николова** – исторически ПК, обявен 1979 г.;
- с. Потоп - **Историческо място м. “Жерковско дере”**- 1,5 км. западно – исторически паметник – обявен 1979 г.;
- стара планина под вр. Мургаш – **хижа “Орлово гнездо”** – исторически паметник, обявен 10979 г.;
- с. Чурек – **лобно място на Гочо Гопин**- исторически паметник, обявен 1979 г., **Надгробна могила** в м. Могилите, **Късноантичен некропол** в м. Могилите, м. Могилите.
- с. Столник: **две надгробни могили** в центъра на селото, **Надгробна могила** в м. Щукерица, **Праисторическо селище** в м. Елин дол, **Надгробна могила** в църковния двор, **надгробна могила** в м. Гавнос, **надгробна могила** в двора на радиотелевизионната станция
- с. Огняново - **Надгробна могила** в м. Суха река
- с. Нови хан - **Надгробна могила** в м. Умата
- с. Лесново – **Надгробни могили**, **Могилен некропол**, **Праисторическо селище**, **Антично селище**

„Бенковска пещера”

Обявена като историческо място, на територията на община Етрополе. Бенковската пещера е естествена пещера, в която се е укривал Георги Бенковски след разгрома на Априлското въстание.

Орлов камък, община Етрополе - известен още като Орлова скала или Червена стена (до с. Лопян) - скален комплекс, обитаван от множество грабливи птици, които са застрашени от изчезване.

Чертиград

----- 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 Организацията 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.



Древната тракийска крепост – селище Чертиград се намира почти по средата на вододелното било между Стара река и Черни Вит. Удобни изходни пунктове за нея са с. Лопян, с. Брусен и с. Черни Вит. Най-привлекателен, кратък и лек е пътят откъм с. Ямна. Крепостта е разположена на високо плато, обградено от всички страни със стръмни отвесни скали, високи до 100 м., което я прави труднодостъпна и лесноотбраняема. Единственото достъпно място е от югозападната ѝ страна и само там е изградена масивна крепостна стена от средни по големина ломени камъни без спойка. Останки от нея до 2,50 м. могат да се видят и днес.

Свети Атанас

Местността „Свети Атанас“, където се намира археологическият обект „Свети Атанас“, е уникална по своя характер не само за Етрополе, но и за цяла България. Единствено на това място всяка година в края на януари се празнува Атанасовден с реликтова древнотракийска обредност, а не според православния канон. Този начин на празнуване и досега предизвиква редица въпроси в историческата и етнографската наука. На мястото е съществувало ранновизантийско селище, укрепено с две крепостни стени, които досега са запазени на височина около един метър. Находките показват, че това селище е функционирало до периода на Възраждането. В източната му част е проучена късносредновековна църква, която е била богато украсена със стенописи. При проучването са открити византийски и османски монети, фрагменти от тракийски, византийски и османски керамични съдове, керамични лули, инструменти за различни домакински и занаятчийски производства.

Павелпанчовата къща

В западната част на град Етрополе, в някогашната Царска махала, на ул. „Гурко“, се намира красивата възрожденска църква на чорбаджи Павел Панчов (Виж изобр. 7). Собственикът на къщата е бил един от най-богатите и влиятелни хора в града през втората половина на XIX век.

Манастирът „Света Троица“

На 5 км. източно от Етрополе, по северните склонове на старопланинския Черни връх, върху бигорна скала се извисява манастирът „Св. Троица“, известен още под името „Варовитец“, заради прочутата Етрополска книжовна школа от XVI – XVII век. Близко до манастирския комплекс се намира извор с лековита вода и водопадът „Варовитец“. През XVI – XVII век Етрополският манастир е един от най-големите духовни центрове по българските земи. Тук е функционирала Етрополската калиграфско-художествена школа, нямаща аналог по българските земи през тази епоха.

Религиозни храмове на територията на **община Етрополе:**

----- 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.



Църквата „Св. Архангел Михаил“ е построена през 1837 г. от майсторите Христо от Охрид и Христо от Етрополе. Иконостасът е в ажурна резба, покрита със златен варак. Изографисана е с красиви стенописи и е художествен и архитектурен паметник на културата от местно значение.

Църквата „Св. Георги“ е строена около средата на XVII век върху основите на стара средновековна църква. В нея има запазени стари икони на Св. Георги, Св. Димитър, Св. Петка, както и стари богослужбни книги. През 1811 г. в двора на църквата е открито обществено килийно училище. Днес тя е архитектурен и художествен паметник на културата от местно значение.

Днешният храм „Св. Параскева“ – „Св. Петка“ е строен през 1882 г. на мястото на стар християнски храм. Според предание старият храм е бил разрушен от силно земетресение през 1749 г. Църквата е осветена през 1894 г. и днес е архитектурен паметник на културата.

Църквата „Св. Илия“ в днешния си вид е строена през 1931 – 1934 г. и осветена на 22-ри септември 1936 г.

На територията на община Ихтиман се намират местности „Шиндар“, „Рашкови колиби“, „Двете реки“, „Влаеви ниви“, „Църквището“, „Аризанови ливади“ и два големи язовира: „Тополница“ и „Бакър дере“.

В община Ихтиман се намират следните територии и обекти със статут на недвижими културни ценности: църквата „Успение Богородично“, 1935 г., Екси Джамия, Траянова врата – крепостта „Маркова механа“ и Антифашистки паметник в местността Ушите.

Едни от най-значимите забележителности на територията на **община Ковачевци** са: **Дом на културата** с. Ковачевци, **къща-музей на Георги Димитров**, **средновековен параклис**, намиращ се високо над скалите на язовир „Пчелина“, **етнографски комплекс** с. Лобош - **килийно училище**, **музейна сбирка** в с. Светля, **антични селища** в селата Сирищник, Ракловци, Калище, Егълница и др., доказващи отминали древни култури – тракийска, римска, ранновизантийска, **яз. „Пчелина“**, **скален параклис** в близост до бреговата ивица на язовир „Пчелина“ и др.

Други забележителности на територията на общината са: **Вучански камик** (с. Лобош), Исторически местности: **Местността „Хайдушки лак“** под махала „Джалевци“ – **римска гробница** (с. Калище), Паметници : **Морена – в памет на опълченците** от с. Калище, **Паметник на летеца Кюмурджиев** – загинал над с. Калище, **Паметник на загиналите във войните** (с. Калище), **Църква Св. Атанасий** (с. Калище), **Църкви и манастири** - **църква Св. Архангел Михаил**, **манастир Св. Дух** (с. Косача), **Крепост „Градище“**, **Църква Св. Неделя** (с. Сирищник), **манастир „Св. Илия“**(с.Чепино), **Дом на авиацията и космонавтиката**, **Паметник на загиналите във войните** (с.Ковачевци).



Язовир Безден

Язовир "Безден" се намира в землището на с. Безден, и заема площ 134.840 дка. е въведен в експлоатация през 1958 г. Предназначението му първоначално е било за напояване. Изградена е помпена станция, водообезпечаваща 1 000 дка поливни площи в землището на село Безден. Поради намаления интерес към напояване и лошото функционално състояние на помпената станция, язовирът се използва само за риборазвъждане. Язовирът се пълни с води от карстовия извор "Безден", разположен непосредствено до водохранилището. В района има общо 72 карстови извора с общ среден дебит 100-150 l/sec. Няма данни за наличие на свлачищни явления в района на язовира, ерозионни процеси, сипеи, оврази и др.

Язовир Бистрица

Язовир "Бистрица" е въведен в експлоатация през 1959 г. и общата му площ е 204,058 дка. Състои се от язовирна стена със страничен преливник, основен изпускател – водовземна шахта и водовземна тръба за нуждите на напояването, помпена станция, вододовеждащ канал. Предназначението на язовира първоначално е за промишлено водоснабдяване на завод за дървесина. По-късно се изгражда помпена станция за водоосигуряване на 1 000 дка поливни площи, а в момента се използва за риборазвъждане. Язовирът се пълни с води от няколко карстови извора, разположени непосредствено до опашката на водохранилището.

Язовир Маслово

Язовир „Маслово“ се намира извън регулационния план на гр. Костинброд в непосредствена близост до III район на града. Изграден е през 1968 г. и е с площ 86.934 дка. Язовирът се използва като водоем за напояване и спортен риболов. Източник на водоснабдяване е близка малка река и повърхностно отточни води.

В Костинброд има два уникални антични паметника: **късно-римската резиденция Скретиска** (palatium Scretisca) на Константин Велики I и пътна станция Скретиска (Mutatio Scretisca) Има много основания, на които изследователите

Резиденция Скретиска (palatium/praetorium Scretisca) (края на второ десетилетие на IV в.- 40- те г. на V в.). Има много основания, на които изследователите се позовават за да приемат, че резиденцията е била предпочитаното място за пребиваването на Константин Велики при посещенията му в Сердика. Не се изключва и възможността да е използвана и от епископите делегати на Сердикийския събор (343). Основният архитектурен комплекс на резиденцията -palatium Scretisca е един от най-впечатляващите образци на представителната късно-римска жилищна архитектура (141/110 м) – най-забележителната извънградска резиденция в провинция Вътрешна Дакия или Средиземноморска Дакия и най-голямата, сред познати теперистилни жилищни

----- www.eufunds.bg -----



комплекси от Античността на Балканите. Общата площ на намерените подови мозайки в северния перистил надхвърля 1000 м², а общата дължина на перистила и външният южен портик е повече от 400 м. Резиденцията е ядрото на внушителен вилен комплекс и център на впечатляващо имение (fundus dominium).

Пътната станция Скретиска (Mutatio per/ad Scretisca) – намира се на 1000 м юг от резиденцията, възникнала е вероятно за нейното обслужване с основно предназначение taberna – страноприемница с няколко помещения и вътрешен двор. Намерените тук най-ранните монети са от времето на император Константин Велики. В общината са открити и други два археологически обекта Антична сграда с предварителни категории „национално значение“ и Антично селище с „местно“.

Ранновизантийско укрепено селище Кратискара (КРАТИΣΚΑΡΑ) запазва с малки изменения името на римската резиденция и името на римската станция Scretisca, а при изграждането му са използвани останките от по-ранната резиденция. Запазени са ценни свидетелства за фортификационната система, градежа, крепостните кули, жилищни и караулни помещения. Реализиран е и проект „Туристическо развитие на културното наследство на община Костинброд чрез прилагане на най-добрите практики от Сърбия“ по програма ФАР „Съвместен фонд за малки проекти България – Сърбия“, с партньор от страна на Република Сърбия община Медиана за културен обмен между България и Сърбия, обучение за общинските администрации, създаване на интернет страница и културен център в гр. Костинброд, извършване на допълнително цялостно проучване на резиденцията „Скретиска“ и обхождане на територията на общината за други исторически ценности, публикуване на проучването и на печатане на брошура, която представя проекта и историческото наследство в Костинброд.

В община Костинброд се намира с. Царичина, в близост до което се намира прочутата „Царичинска дупка“. Множество посетители са привлечени и посещават мястото, което се е превърнало в най-голямата мистерия на съвременна България.

Античната вила „Villa Rustica“ е разположена югоизточно от с. Драговищица, община Костинброд. Разкрити са напълно или частично пет помещения, но не е пригодена като туристически обект за посещения.

Шияковският манастир "Свети Архангел Михаил" е разположен на около 14 км северозападно от гр. София и на 1 км от гр. Костинброд. Сведенията за създаването на Шияковския манастир „Св. Архангел Михаил“ се губят във времето. Съществуват различни легенди за възникването му, като най-известната от тях го свързва с времето на цар Иван Шишман, а друга твърди, че съществува още от византийско време. Въпреки неуточнения му произход се знае, че е съществувал и по време на турското робство. През 1870 – 1871 г. негов игумен е личният приятел на Васил Левски от легията на Раковски Генадий Ихтимански. По негова инициатива през 1871 г. в манастира пристига Левски, където с

----- www.eufunds.bg -----



няколко души слагат началото на Тайния революционен комитет в Костинброд. Манастира разполага с паметник на Васил Левски, рибарник, място за изнасяне на курбани, зона за отдих, чешма и предстои откриване на стаи за пренуцуване.

В землището на с. Петърч са открити останки от древни постройки, чието разположение и конструкция ясно говорят, че става въпрос за голям християнски комплекс. Местните жители го наричат **Петърчкия манастир**. Точното датиране на останките не е правено, но по всяка вероятност става въпрос за храм строен по времето на усиленото храмостроене около изграждането на Софийската Света гора.

Църквата „Св. св. Кирил и Методий“ в гр. Костинброд и е най-голямата на територията на общината. Основният ѝ камък е положен през 1905 г., а на 24 май 1907 г. тогавашният Софийски митрополит Партений освещава новопостроения Божи дом.

Храмът „Св. Николай Мирликийски Чудотворец“ в кв. Маслово, Костинброд е открит нов храм, построен на мястото на старата църква. В двора на храма има чешма. В непосредствена близост е и НЧ „Заря-1914“, кв. Маслово, детска площадка и място за отдих.

Църквата „Св. Петка“ в с. Богьовци, община Костинброд е построена през 1852 г. и е изцяло стенописвана от майстори от Дебърската и Самоковската зографски школи. „Св. Петка“ е обявена за паметник на културата от II група с изключителна художествена стойност. Тя е ценно културно наследство за България.

Църквата „Св. Николай Чудотворец“ в с. Драговищица, община Костинброд е обявена за паметник на културата от II група с изключителна художествена стойност. Построена е през 1887 г. с дарения от няколко фамилии. През 1903 г. е издигната и камбанария.

Църквата „Св. пророк Илия“ в с. Голяновци, община Костинброд е построена през 1937 г. Намира се непосредствено до площада на село Голяновци, който е обособен като място за отдих.

Църквата „Св. св. Кирил и Методий“ в с. Чибоавци, община Костинброд е построена през 1889 г. в местността „Улицата“. Според предание тя е построена на място, където е съществувала черква преди османската власт. Над черквата има кладенец със светена вода, която никога не пресъхва. Тази вода хората са използвали за изцеление.

Църквата „Света великомъченица Неделя“ в с. Опицвет, община Костинброд е изградена изцяло от дялан камък на варов разтвор. Построена е като еднокорабна базилика. Тържественото ѝ освещаване става през 1861 г. Стенописите са изключително добре запазени, а в двора ѝ се съхраняват километричен камък, указващ пътя от Калкута до Париж, и оброчни кръстове.

Храм „Св. вмчк Георги“ се намира в центъра на село Петърч, община Костинброд, който е обособен като зона за отдих.

----- www.eufunds.bg -----



Храмът „Св. Пророк Илия“ е построен от дарители в двора на гробището в с. Безден, община Костинброд, в началото на селото.

Храмът „Успение Богородично“ в с. Дреново, община Костинброд се намира на най-горната точка на село Дреново, в местност заобиколена от ливади и гледка към Стара планина. В района има вековни дъбове от вида цер и оброчни кръстове.

Църквата „Св. Троица“, с. Бучин, община Костинброд проход е със сменена камбанария от 2016 г. Църквата се поддържа от местното население и кметството на с. Бучин проход.

Средновековната църква "Св. Георги", община Кюстендил датира от X-XI век, за което свидетелстват архитектурните ѝ особености, както и новооткритите средновековни стенописи в нея. В началото на XIX в. църквата е разрушена до основите на сводовете. През 1878-1880 г. е възстановена като действащ православен храм, пристроени са притвор и камбанария. През 1985 г. притворът и камбанарията са съборени, а църквата възвръща автентичния си обем. Според някои предположения тук се намира гробът на българския цар Михаил III Шишман, който умира през 1330 г. в битка при Велбъжд. Църквата се отличава с голяма художествена, архитектурна и историческа стойност. Тя е сред 100-те национални туристически обекта на България.

Джамията "Фатих Султан Мехмед", община Кюстендил се смята, че е построена в средата на XV век от известния за района майстор Хараджи Кара Мехмед бин Али. В източната част на купола е изписана годината 1531, когато вероятно е правена по-късна реконструкция на сградата. Днес джамията не е действаща.

Джамията "Ахмед бей", позната още като "Инджили", е построена в средата на XV век. Запазена в оригиналния си вид е входната аркада, която е покрита с три малки купола. Джамията е преустроена и разширена през 1734 г. Днес тя се използва като изложбена зала на музея в Кюстендил.

Енорийски храм "Успение Богородично", община Кюстендил. е построен на мястото на средновековната църква "Св. Никола" през 1816 г. Планът на сградата предвиждал тя да е едноабсидна псевдобазилика, с дървено покритие. По-късно, през 1933 г. са изградени костницата, свещоливницата и нартекса от север и запад. Църквата е забележителен паметник на българското изкуство от епохата на Възраждането. Тя е обявена за архитектурна и художествена ценност от национално значение.

Килийното училище е разположено в централната част на град Кюстендил. То е построено през втората половина на XIX век в двора на църквата "Успение Богородично". Сградата е едноетажна, във възрожденски стил. През 1976 г. училището е обявено за паметник на културата, а от 1981 г. в него се провеждат различни културни събития.

Енорийски храм "Св. Мина", община Кюстендил. е построен през 1859 г. Представлява трикорабна псевдобазилика, без притвор. В близост има малък подземен параклис с



аязмо, към който води портик от юг. През 1934 г. е изграден новият храм, в съседство със съществуващата там възрожденска църква.

Железният мост, община Кюстендил над река Банщица е построен през 1909 г. по проект на арх. Рудолф Фишер. Неговото изграждане е било част от осъществяването на по-голям проект, имащ за цел да свърже градския център на Кюстендил с железопътната гара. В двата края на моста са изградени четири колони, върху които са разположени 4 скулптури на жени, застанали в различни пози. Женските фигури символизират славата на град Кюстендил, неговото богато революционно минало и известността му като голям балнеолечебен и овощарски център. Те са изработени от бял врачански камък през 1969 г. от скулпторът Любен Димитров.

Манастирът "Св. Лука" е разположен на около 2 км. югозападно от село Граница, община Кюстендил. Основан е през X век, многократно разрушаван от османците, през 1948 г. е възстановен. Манастирът представлява малък комплекс от еднокорабна, едноабсидна и безкуполна църква, на западната фасада на която е долепена камбанария и жилищни сгради. В манастирския двор е изградена чешма, в чест на трима монаси от близкото село Граница. Запазено е предание, че в манастира е пребивавал Св. Иван Рилски. Манастирът е действащ и изцяло реновиран.

В покрайнините на с. Невестино, в м. „Мощени“ при сондажни проучвания е открито **неолитно селище**, разположено върху речна тераса на левия бряг на р. Струма – това е най-ниската и тясна източна част на Кюстендилската котловина.

В района на с. Ваксево, община Невестино е регистрирано **праисторическо селище** в м. „Студена вода“, на левия бряг на р. Елешница. То е единственото известно досега на територията на Западна България, където са застъпени трите праисторически епохи - неолит, енеолит и ранна бронзова епоха, което го прави основен културно-хронологически обект в басейна на р. Струма.

От Средновековието в община Невестино е останала **крепостта** в м. Скалето до с. Пастух, **средновековните църкви "Св. Иван" и "Св. Богородица"** в с. Пастух, **гrobiщната църква** край с. Мърводол, **църквата** в м. Селище на с. Ваксево, **църквата "Св. Троица"** в с. Раково.

„Св. Праведни Йоаким и Анна“

Върху основите на средновековна църква в землището на с. Смоличано /местността „Света Яна“ /е изграден манастира „Св. Праведни Йоаким и Анна“ основан през 1895 г. Сгушен в пазвата на Осоговската планина над скална ниша с водопад и аязмо (светена вода), се е превърнал в едно изключително атрактивно място за отдих.

Средновековната църква в с. Мърводол е обявена за национален паметник на културата. В останките ѝ (част от абсидата) се виждат два пласта мазилка и съответно две изписвания



от различно време, предполага се от XIV - XVI век. Частично са запазени два слоя живопис и върху източната фасада.

Кадин мост

Национален архитектурен паметник на културата, намиращ се на територията на община Невестино, е съграден през 1470 г. при с. Невестино над р. Струма, "Кадин мост", обвит в легендите за Струма невеста. Архитектурата на моста е смесица от антични, средновековни и ренесансови форми. Мостът е изграден с пет свода, като във всеки стълб има по един засводен прозорец за оттичане на водата при пълноводие. По сводовете и стълбовете има украса от сталактитови орнаменти и розети. Мостът е дълъг 100 м, издигнат в средната си част и застлан с големи гранитни плочи, оформени от двете му страни с бордюри. В източния парапет от южната страна на моста по нареждане на Исак паша е вградена гранитна плоча с надпис на турски език с информация за годината на изграждането му – 1470 г. Названието на моста Кадън кюпреси или Невестин мост е свързано с интересни легенди – едната за вградената в моста Струма невеста, а другата – мостът като сватбен подарък на смела българска невеста от султан Мурад. Името на Мурад е отъждествено с това на Мохамед II, чийто велик везир Исак паша действително е минал през 1463 г. по тези места на път за Босна.

В района на с. Страдалово, община Невестино по-известни са пропадните **пещери: "Мечата дупка"** - спускането в която е извънредно опасно, поради редица скални отломъци в тази местност; **пещерата в местността "Люляка"** и **пещерата "Цея"**, чиито вход е декориран от тъмновиолетовите цветове на дивите орхидеи. Интересна е и двувходовата пропадна пещера "Кацата", на която единия вход е на юг, а другия – от североизток.

Уникална по своите образувания, с богата вътрешна украса е **пещерата "Приказна"** край с. Смоличано, община Невестино. Намира се в скалата, от която скача малкия, но красив **водопад "Св. Яна(Анна)"** и отстояща от р. Елешница на около 20 м. Пещерата е хоризонтална, разклонена, едноетажна, с дължина около 17 м.

В най-крайните югоизточни делове на Осоговската планина, на границата на землищата на кюстендилските крайгранични села /има се в предвид границата с република Македония/ Ветрен и Илия се намира **"Голямата" пещера**. Сред местното население пещерата е известна под името Илийската пещера, отворът на която е насочен към разположението под нея в източна посока с. Илия. Пещерата се намира на надморска височина 1 270 м., на няколко десетки метра под издигащия се на север от нея голям каменист **връх "Човека"** /1334м./, чиито западни дипли са обкичени с иглолистни гори. Ниско под върха водят началото си реките: Каровска река на запад, Мала река на северозапад и Джебрияна на североизток.

Резерват Габра

----- 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 Организацията 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.



Един от най старите резервати в страната и най старият в Кюстендилския регион “Габра” е разположен в северозападната издънка на Влахина планина, в местността “Малкият средок” в землището на с. Църварица. Обявяването му за резерват е извършено с цел да се запази естествената вековна гора от черен бор с извънредно ценни качества - прави гладки дървета със средна височина около 25 м., а отделни екземпляри и над 35 м. и с извънредно висока кълняемост на семената му. По тези си качества той държи изключително предимство пред сходните резервати за черен бор в Кърджалийския регион.

Еленин камък

В нанизата от природни бисери в родния край, достойно място заема така нареченият Еленин камък, находящ се на левият бряг на извиращата от връх Руен, Осоговска планина река Елешница, на около 3 км. от Чекански мост срещу течението на реката. Природната забележителност представлява около 15 метрова отвесна скала, миеща се от три страни от бистрите бързотечни води на река Елешница. Около скалата водите на реката се успокояват в малък сенчест вир. На върха на скалата без каквато да е почва са израснали няколко самотни черноборови дървета.

Общинският драматичен театър „Боян Дановски” е единственият театър на територията на община Перник и разгръща активна професионална дейност за деца и възрастни.

Сред паметниците на културата в **община Перник**, с по-голяма значимост се открояват:

- Средновековна крепост „Кракра” (гр. Перник) – паметник на културата от национално значение
- Църква “Св. Пророк Илия” (кв. Мошино)
- Археологически обект “Тракийско светилище” (кв. Църква)
- „Мала Света гора” - църкви и манастири в и край населените места в общината, които принадлежат на средоточието на култови обекти от Средновековието. Особен интерес в тази група представляват църквите в с. Студена.

Исторически музей- гр. Правец

Историческият музей (ИМ) е с общински функции. Разполага с добра база, включваща общо 12 зали с обща площ 331 кв. м. В него се съхраняват експонати, свързани с историческите промени в битата на местното население. Фондовете му наброяват около 5000 архивни единици.

Музеен комплекс /Приемна сграда/

През 2002 г. общинният съвет на община Правец предоставя на ИМ- Правец “Приемна сграда Правец”, която понастоящем се използва като Експозиционна зала. В нея са експонирани предадените на отговорно пазене от рез. “Бояна” - София част от колекцията

----- 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 Организацията 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.



подаръци на Т. Живков, подарявани в качеството му на държавен глава. Експонатите включват предмети от цял свят и показват културното многообразие на различни страни и народи.

Музейни сбирки с. Видраре

Музейните сбирки включват общоисторическа сбирка с възстановка на класна стая от Старото училище и експозиция Ханът на Вутьо Попиванов (Туняковски хан), отразяваща дейността на Частния български революционен комитет в с. Видраре, със запазено скривалище на В. Левски.

Културно - историческото наследство с общинско и регионално значение към **община Правец: манастирите „Св. Теодор Тирон“ и Чекотински манастир**, както и останките от **стар манастир** край с. Осиковица. От църквите с културно-историческо значение са **„Св. Архангел Михаил“** в с. Осиковица, **„Св. Петка“** (1838 г.) в с. Видраре, **„Св. Атанасий Велики“** и др. На територията на общината се намира **природната забележителност „Котлите“** (в землището на с. Осиковска Лакавица).

Защитена територия „Чокльово блато“

Блатото с прилежащите му територии е сигурно убежище за видовете от дивата флора и фауна, които са от национално и европейско значение. В „Чокльово блато“ има 800 дка. водна площ и в него се срещат 43 вида птици, от които 7 вида с категория „застрашени от изчезване видове“ като големият и малък гмурец, белооката потапица, зеленоглавата патица, малкия воден бик, бухала, блатната сова и др. и значителен брой гръбначни животни - костенурки, слепок, смока - мишкар, големият стрелец, пепелянката и др.

Природна забележителност „Група вековни дървета“ - това са два цера намиращи се в местността „Градището“, с. Чуковец, община Радомир.

Природна забележителност „Четири зимни дъба“ в м. „Свети Димитър“ край с. Чуковец, община Радомир.

Природна забележителност „Янковец“ - вековна дъбова гора край с. Касилаг, община Радомир.

„Стойова къща“ - паметник на културата, намираща се в община Радомир. В нея е разположена постоянната експозиция „Радомир – традиции и красота – из съкровищницата на музея“.

Музейната сграда „Майка Парашкева и нейните деца“ - паметник на културата, намираща се в община Радомир. Тук може да бъде видяна изложбата „Памет за род“.

Други обекти на територията на **община Радомир**: църквата **„Св. Петка“** и килийното училище в с. Радибош; **Паметник на Райко Даскалов**; **паметник на Архимандрит Зиновий**;



паметник на Никола Корчев; паметник на Васил Левски; паметна плоча на опълченците; скулптурна фигура на бозаджията; водопад „Бучалото“; паметна плоча за създаване на БЧК в Радомир; храм „Св. вмчк Димитър“.

Искърският пролом е една от забележителните форми на релефа в Община Своге, която привлича посетители. Той е уникално съчетание на каньоновидни долини и ждреловидни теснини с недостъпни остри зъбери, живописни долинни разширения и амфитеатрално етажирани или стръмни сипеини склонове с многобройни пещери и карстови извори. Мястото е изключително интересно от геоложка гледна точка, тъй като проломът представлява напречен разрез на Старопланинската верига. По този начин могат да се извлекат сведения за геоложкия състав на планината, както и да бъдат изследвани различните слоеве. Същинската част на пролома се простира от град Нови Искър до село Лютиброд и е дълга 67 км, като по-голямата част от него е в територията на община Своге.

Лакатнишките скали, част от ПП „Врачански балкан“, представляват сериозен интерес за туристите. Отвесните 300-метрови скални образувания, изградени от червен триаски пясъчник, са всъщност разкъсаната гръд на Балкана - резултат от чудовищната битка с Искъра. Навяващи, както страхопочитание, така и възхищение, скалите са като магнит за любителите на алпинизма и пещернячеството. Лакатнишките скали са много известен катерачен обект – в местността има 6 района с над 350 маршрута с различна трудност. Най-популярни са Вражите дупки и Алпийската поляна. Екстремните спортове не са единственият начин човек да се докосне до красотата на този природен феномен. В района на скалите има няколко туристически пътеки, които са подходящи за посещение през всички сезони и предлагат фантастични гледки към красивото Искърско дефиле. Уникалността на Лакатнишките скали е повод да бъдат обявени за природен парк през 1963 г.

Пещера „Темната дупка“

Пещерата „Темната дупка“ се намира в близост до село Липинци и на около половин километър от махала „Бачийще“ над с. Беренде извор. Дълга е 425м. И е осеяна с разнообразна пещерна украса – сталактити, сталагмити, прегради, езерца и ванички, пещерни бисери, каменни лилии и други характерни образувания. Тя е обявена за природна забележителност. В пещерата е установена една от най-богатите пещерни фауни. Типичните пещерни животни са триглобионтите. На места може да се види и прилепен тор, но в много малки количества, което говори, че прилепите са малко на брой. При входа на пещерата се намират и вкаменелости - миди и насекоми.

Скално образувание „Джуглата“

Интересна забележителност в община Своге е скалното образувание „Джуглата“, което се намира се близо до жп гарата на село Церово, на 6 км северно от Своге. Този причудлив природен феномен, образуван от долнотриаски червеноцветни кварцови пясъчници, на

----- www.eufunds.bg -----



възраст около 250 милиона години, е висок 18 метра и наподобява гъба. Според някои хора дори прилича на човешка глава. „Джуглата“ е обявена за природна забележителност през 1964 г.

Пещера „Елата“, която е с дължина 123 м и таи в себе си чуден и величествен подземен свят. Отворът и започва с 18-метрова тясна вертикална пропаст. Пещерата е плътно изпълнена с образувания с неописуеми форми – сталактити, сталагмити, синтрови прегради и други от чудни по-чудни аномалии. Сталагмитите са накацали навсякъде, даже един върху друг, което придава фантастичен изглед на всичко наоколо. Синтровите езерца са прекрасни с кристалните си дъна и са изпълнени с разнообразни бисери. Последният праг в пещерата води към едно от тях, пълно със сълзи от скалите и с каменни лилии. Пещера „Елата“ се намира на около 2 км южно от село Зимевица.

Други, по-известни пещери в региона на община Своге са **„Козарската пещера“** - в Лакатнишкия карстов район, с дължина 834 м; **пропаст „Ямата“** до село Лакатник – третата по дълбочина пропаст в България (-350 м); **„Ръжишката пещера“** до гара Лакатник, с дължина 316 м, в миналото - обиталище на хора от желязната епоха; **пещера „Душника“** до село Искрец – дълга 876 м; **„Водната пещера“**, **„Маяница“** и **„Говора на водата“** до село Церово; **„Каците“** до село Зимевица и мн.др.

Карстовият извор „Житолюб“ се намира в подножието на Лакатнишките скали, под пещера „Темната дупка“, на 8 м от нивото на р.Искър. Изворът е един от най-големите карстови извори в страната и е рожба на две подземни реки. Губилища поемат част от водите на реките Петренска и Пробойница, които преминават през водните етажи на пещерата „Темната дупка“ и през тесен сифон се изливат в извора в подножието на скалите. При поройни дъждове през него преминават до 1200 литра в секунда. Около извора са разположени малък ресторант и изкуствено езеро.

Водопадът „Скакля“ е друга природна забележителност, привличаща туристи. Наречен на едноименната река, спускаща водите си в източната част на планината Понор, той е висок около 120 м. Водите му „скачат“ в три, каскадно разположени скока, най-високият от които достига 85 метра. Падащата от такава височина вода създава невероятно красива гледка. През зимата водопада замръзва и се превръща в едно от най-предпочитаните места за ледено катерене в България. Дъното на долината на река Скакля се затваря от внушителен подковообразен варовиков венец. По стръмните варовикови скали е прокарана туристическа пътека, получила названието „Вазова екопътека“.

„Вазовата екопътека“ свързва селата Гара Бов и Заселе и е единственият път, по който може да се достигне до водопада „Скакля“. Благоустроена и безопасна, тя предлага на туристите райски кътчета за отдих и божествена гледка към водопада. Тук, преди години, често се е разхождал Иван Вазов и се смята, че точно тук е написал едни от най-хубавите си творби, между които и прочувствения си разказ „Дядо Йоцо гледа“, по прототип на



местен жител. По стъпките на Вазов ежегодно преминават стотици туристи. Официалното откриване на реконструираната екопътека се е състояло на 29.04.2007г.

Водопад „Под камико“ е с височина 40 метра, като до него се достига по екопътека в Искърското дефиле, като теренът е лесен за изкачване. Пътеката тръгва от село Гара Бов и правейки кръг, се връща в него. Началото ѝ е при стадиона на селото. Пътеката е така създадена, че да се движи по река Бовска, която минава през множество прагчета, които образуват водопади с различна височина. Мястото е изключително достъпно и удобно за всеки турист. Маркировката до водопада улеснява намирането му.

Природната забележителност „Бабин пласт“ – вековна дъбова гора с площ 10 хектара, е създадена с цел опазване на група вековни дъбове (оброчище). Местността обхваща част от землището на с. Редина, община Своге. Обявена е със Заповед No. 853 от 10.08.1983.

Природен парк „Врачански балкан“ се намира във Врачанската планина (част от Западна Стара планина) и включва по-голямата част от Врачанската планина, заедно с Лакатнишките и Черепишките скали в Искърското дефиле, разположена между Предбалкана и основната старопланинска верига. Обявен за природен парк със Заповед No 1449/21.12.1989 на Комитета по опазване на околната среда. В регистрите на Международния съюз за защита на природата паркът е отнесен към пета категория „Защитени ландшафти и природни паркове“. Той обхваща площ от 28 848 ха 12.3%, от която попада на територията на Община Своге.

Свогенски манастир „Св. Петка“ - комплекс от стара църква на име "Св. Петка" и трикорабна нова църква на име "Св.св. Петър и Павел", която е построена през 1927 г. Манастирът е основан през 1118 година. Старата манастирска църква "Св. Петка" е от XVI-XVII век и в нея са запазени ценни стенописи. Целият обществен живот преди Освобождението и дълго след него протича в манастира "Света Петка". След Освобождението килийното училище се превръща в светско и чак до учебната 1908/1909 г. учебното дело на свогенци продължава в манастирските пристройки. През 1870 г. манастирът е посетен от Васил Левски, а след Освобождението – от Иван Вазов, който му посвещава стихотворението "Блян в старата черква". Манастирът е бил действащ до няколко години след 9.IX.1944г. Старата манастирска църква постепенно престава да действа, за сметка на новия, действащ и сега храм на града – „Св.св. Петър и Павел“. Целият комплекс е обявен за паметник на културата с национално значение.

Искрецки манастир „Успение Богородично“ - разположен в двора на Специализираната болница „Цар Фердинанд I“ в село Искрец. Основан е през XIII век и само век по-късно е разрушен. През 1602 г. е възстановена само манастирската черква. През 1856 г. вдясно от нея е построена единствената по рода си на Балканския полуостров кръщелна-изповедалня. Сградата е седмоъгълна и е била цялостно изрисувана отвътре.



Понастоящем църквата не функционира. Обявена е за паметник на културата с местно значение в

Средновековна църква, с. Искрец (Меча поляна). Църквата е разположена в северния край на малкото село. Сградата е вкопана в каменист склон с южно изложение. Северната ѝ стена се издава едва на около 50 см над повърхността. Източната част на църквата представлява ясно различима самостоятелна сграда, която вероятно е и най-ранната. Запазен е входът (сега включен в интериора на църквата) с арковидната ниша над него, предназначена за Иконата-Патрон (сега напълно обезличена). От юг и от изток тази ранна църква е била снабдена с тесни и високи отвори (прозорци), които в момента са зазидани, така че в най-източната част на сградата изобщо не прониква светлина. Тази ранна сграда се отличава с архитектурните си детайли – добре оформен цокъл, корнизи и прагове, каквито елементи по-късното западно разширение не притежава. Абсидата, която също принадлежи към ранната църква, е слабо издадена и ниска. От вътрешната страна олтарът е оформен и чрез две арковидни ниши, фланкиращи абсидата. Западната част е строена в същата техника, както и ранната църква. Отличава се с по-голямата си широчина. Дължината ѝ е също два пъти по-голяма от ранната сграда. Поради разрушаването на покрива южната стена е ремонтирана с примитивен градеж от колове и пръти, обмазани с глина.

Манастир „Св. Кирик и Юлита“, с. Желен. Манастирът се намира в живописна местност на десния бряг на река Искър, между Своге и село Желен, скътан в планинския склон, именуван от местното население „Бабин Плаз“. Няма писмени сведения кога е основана обителта, но според предания от местното население, това ще да е било преди падането на България под турско робство. Знае се, че в старо време манастирът е притежавал не малко имоти: ниви, ливади, пасище и дори едно езеро наблизо. При идването на турците обителта била разрушена, а имотите завзети и превърнати във вакъф. В края на XVIII и началото на XIX век манастирът се възражда. Говори се, че е имал магерница. Приблизително по същото време обаче, отново е опустошен от бандите на Осман Пазвантоглу. Според преданието, тогава само един монах успял да избяга, но за негово нещастие преследвачите намерили килимявката му, която ги насочила по дирите му. Изнемощял и изгладнял, той бил догонен от кърджалиите някъде между Батулия и Курило и съсечен на място. На полянката, където сега е кръстът, е имало чешма с каменно корито (вероятно на мястото на днешната чешмичка) и около нея се е правело събор два пъти в годината: на „Св. Четиридесет Мъченици“ (9 март) и на „Св. Кирик и Юлита“ (28 юли). Било обичай да се колят по 5-7 овена и да се прави курбан. Традицията е съхранена и до днес като на 28 юли тук се прави голям курбан. Днес от манастирската църква е останала само северната страна и част от основите на западната и южната.

Манастир „Св. Никола“, с. Батулия. Предполага се, че Батулийският манастир е възникнал на мястото на по-стар, съществувал през Средновековието. Комплексът е разположен

----- 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.



върху живописна тераса в подножието на планински рид, върху който в древността е съществувала крепост. Манастирът се състои от църква с отделна камбанария и жилищна сграда. Църквата е осветена през 1911 г. от Софийският митрополит Партений. Тя е изградена в традицията на българската възрожденска църковна архитектура – еднокорабна и едноабсида. Олтарната ниша обаче е значително по-широка от традиционните възрожденски храмове, а преддверието е оформено семпло, тясно и издадено пред фасадата, с двускатно покритие. През 2011 г. майсторът-керамик Людмила Дойчинова дарява на църквата Патронна икона, изобразяваща Св. Никола, която днес украсява фасадата на сградата. Манастирската сграда е построена през 1913 г. Върху нейната южна фасада и до днес стои надпис, който гласи: „През времето на Негово блаженство Йосиф I Екзарх на българите[1] и Негово Високопреосвещенство Софийски митрополит Партений, с подаянията на благочестиви християни, от мощната ръка на свещеник Емануил Златков се построи тази страноприемница, 3 юни 1913 г.“ Интересен е фактът, че още от своето създаване тази постройка е била предназначена за „Страноприемница“, а не за манастирска обител. Сградата е двуетажна, изградена отново в традициите на българската възрожденска архитектура. Вторият етаж е заобиколен от просторен дървен чардак, а на първия са разположени сервизни помещения и обширна трапезария с кухня. Манастирът и днес носи очарованието и духа на следосвобожденска България. Манастирската сграда, която е създадена като „Страноприемница“, а не като обител, продължава да бъде такава. Целият комплекс съчетава най-стойностните възгледи на „строителите на съвременна България“ – преклонение пред красотата на природата, християнските ценности и желание да се съгражда, а не да се руши.

Църква „Св. Теодор Тирон“, с. Зимевица. Църквата се намира в центъра на селото. Реставрирана е преди няколко години, но частично. Обновен е покривът и фасадата, но не и стенописите. Църквата е еднокорабна, едноабсидна с полуцилиндричен свод. Разширена е през 1882 г. като тогава била съборена западната стена, за да се удължи пространството. Цялата вътрешност на храма е била изписана. При преизграждането върху средновековните стенописи е нанесен слой мазилка, с което е унищожена по-голямата част от старата живопис. Запазени са изображения само на източната стена и тук-там в наоса. В абсидата е спазен канона: светите отци и над тях Ширшая Небес. В проскомидията изображение на Христос свален от кръста и положен в гроба, а в южната ниша е изобразен архидякон Стефан с модел на църква в ръце. На свода над северната стена има запазен почти цял фриз с 12 светци, а под тях частично запазени евангелски. Предполага се, че църквата е съществувала още от римско време. Преданието гласи, че през 1894 г. в манастира в село Искрец пристигнал Харитон Колев от Велико Търново. Той носел със себе си пергаментна книга с църковнославянски текст. В нея пишело, че църквата в Зимевица е построена през 1086 г., но днес няма никакви доказателства за това. Църквата се датира от специалисти в XVI-XVII век.

----- 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 Организацията 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.



Църква „Св. Никола“, с. Буковец. Намира се в гробището на централната махала на селото. Местното население я нарича Латинската църква. Според легендата църквата е изградена през XII век от кръстоносци, които са имали военен лагер в местността Крета недалеч от селото. Църквата е еднокорабна, едноабсидна, леко вкопана в земята, без купол и с камбанария, пристроена в по-ново време. Стените са дебели над 70 см и споени с хоросан и в горния край се събират в красив свод, а покривът е изграден с каменни плочи. Разказва се, че по време на османското владичество, местните селяни заравят цялата църква с пръст, за да я крият от погледите на турците и по този начин да я предпазят от разграбване и разрушаване. Може би зариването на църквата е свързано с указ от 1737 г. на 24-я султан на империята Махмуд I „Безбожния“ за разрушаването на християнските религиозни обекти. Църквата в Буковец е окончателно разровена от пръста и реставрирана през 1981 г. по повод честването на 1300 години България.

Църква „Вознесение Христово“, с. Бов. Църквата е разположена в центъра на старото село Бов, на 850 м надм. вис. върху терен със слаба денivelация. Съществува легенда, че е построена на мястото на по-стара църква, разрешена от турците. Сегашната сграда е построена през 1962 г. При подравняване на терена западно от църквата преди години се е попаднало на стари гробове, които са били унищожени. Не са били открити обаче надгробни кръстове, което предполага, че разрушените гробове вероятно са били част от по-ранен некропол, съществувал на това място. Тези данни са косвено потвърждение, че вероятно на мястото е съществувал стар некропол с църква към него. Сегашната църква е еднокорабна и едноабсидна сграда с малък притвор и камбанария над него. Вътрешното пространство е без стенописи, но полуцилиндричният свод е украсен с релефни изображения на ангели и златни звезди. Иконостасът е дървен с елегантна резбована украса и много красиви и добре поддържани икони. Над входа на наоса е изписана годината: 1862.

Манастир „Св. Пантелеймон“, с. Лакатник. Намира се в местността „Издремец“, в непосредствена близост до хижа „Тръстеная“. На няколко метра южно от манастира започва масив с малинови насаждения, в близост е и едно от двете свлачищни езера на местността „Долното“. От някогашния средновековен манастир днес са останали руините от манастирската църква. Сградата е имала доста големи размери – 20 м дължина и 8 м широчина. Градежът е от каменни блокове, споени с хоросан. Според преданието на това място е имало древно тракийско светилище, край което векове по-късно учениците на Св. Климент Охридски построили манастир. Има предположения, че за известен период от време игумен на манастира е бил легендарният поп Мартин войвода, който поддържал тесни връзки с манастира Седемте престола. Светата обител е разрушена от турците през кърджалийските времена, след което не успяла да се възстанови. В манастира са се съхранявали много книги, на вследствие многократното разоряване, цялата книжнина била изгубена. Днес е запазен оброкът „Св. Панталей Пътник“ със стар оброчен кръст,



който бил поставен след разрушаването на манастира, за да напомня за светото място. Според легендата кръстът е бил поставен през 1800-1814 г от Стоян Гръгорев от рода Шункьовци. Празнувало се е на 9 август (стар стил), а сега на 27 юли. От създаването на оброка до днес, курбанът се дава от наследниците на Стоян Гръгорев.а

Църква „Рождество Богородично“, с. Миланово. Намира се в махалата Старо село, на 2 км източно от центъра на село Миланово. Църквата е каменна, еднокорабна и едноабсидна, с полуцилиндричен каменен свод. В североизточния ъгъл на олтара са каноничните проскомидийна ниша и умивалня. Градежът ѝ е от ломени камъни, споени с хоросан. В ктиторски надпис на западната стена е спомената и датата, когато храмът е завършен – 1492 г. За съжаление надписът е частично запазен като от годината се четат само първите три знака. Начинът на изписване се датира от специалисти в края на XV и началото на XVI век. Храмът е бил изцяло изписан отвътре. Част от стенописите в момента са замазани с мазилка. Тези, които се виждат са добре запазени и стилово се датират в XVI век. В абсидата е изобразена Богородица Ширшая небес и фриз от медальони с образи на светци. Под тях са разположени Светите отци. В зенита на свода над олтарното пространство е запазено изображение на Богородица. Под него, също в свода над южната страна е „Тайната вечеря“. Интересен факт е, че на масата са изобразени вилици, което не е характерно за този тип ранни стенописи.

Манастир „Св.Панталеймон“, с. Огоя. Намира се на около 3 км северозападно от село Огоя, в местността „Св. Пантелей“. Запазени са стените на църквата на височина до 1 м. Тя е малка, еднабсидна, с две конхи – от север и от юг. Забелязват се съвсем незначителни частици от мазилка и следи от стенописи. Целият терен около храма е осеян с останки от стари зидове, принадлежали към манастирските сгради. Според предания, първоначалното име на обителта било „Св. Кирик и Юлита“. Стари хора от селото си спомнят, че допреди 80 години все-още стояла една от манастирските сгради, в която хората се събирали на празника на Св. Пантелей. Манастирът просъществувал малко до преди Освобождението. В него се укривали хайдутите, които обирали по-заможни турци. Трябва да се има предвид, че пътят, свързващ Северна България със София, е минавал в близост до манастира, по билото на планината. Днес хората от съседните села Буковец и Огоя всяка година на 27 юли се събират на манастира, където се прави водосвет и курбан.

Църква „Св. Троица“, с. Буковец. Село Оградище е заличено от списъка на населените места в България през 1960 г. В момента бившето село е квартал на Буковец. Църквата „Св. Троица“ е спомен от времето, когато селото е съществувало и се е нуждаело от самостоятелна църква. Няма никакви данни за историята на този храм. Знае се само, че стенописите ѝ са свързани със Самоковската иконописна школа и че запазените в олтара изображения на Кирил и Методий са близки или точно копие на икона от Станислав Доспавски. Изображенията на Кирил и Методий се отличават с изключителна реалистичност и усет към детайла. От двете фигури е по-добре запазена тази на Св.



Методий, държащ свитък с кирилската азбука. Изображението на Св. Кирил е частично унищожено, но вляво от него все-още седи фрагмент, изобразяващ маса с натрупани върху нея книги. Светите братя са изобразени в реалистично предаден интериор – стая с осветени прозорци. Църквата е била еднокорабна и едноабсидна, с малък притвор и открит портик. Градена е от дялани камъни. Вероятно западната ѝ фасада също е била изписана. Днес този храм е със срутен покрив, което е фатално за стенописната украса. Олтарът на църквата е запазен в конструкция. Знае се, че иконите и олтарните двери от тук са пренесени в храма „Свето Благовещение“ в село Реброво. Въпреки това все-още може да се види елегантното дървено оформление на олтарната преграда. Църквата е един от малкото паметници на територията на община Своге, за които не се полагат никакви грижи. Стенописите в нея се отличават от всички останали паметници в Искърското дефиле и трябва да бъдат запазени.

Културни институти в община Сливница:

- Музей на Първа пехотна софийска дивизия;
- Православен храм “Свети Спиридон” – с. Алдомировци;
- Православен храм “Свети пророк Илия” – с. Гургулят
- Православен храм “Свети пророк Илия” – с. Братушково;
- Православен храм “Света Петка” – с. Бърложница;
- Православен храм “Свето Возкресение Христово” – с. Драготинци;
- Параклис “Свети Георги” – гр. Сливница.

"Героите на Сливница"

През 1938 година в центъра на град Сливница е издигнат гранитен монумент "Героите на Сливница", в основата на който, на дълбочина 1,60 м е поставена бутилка, в която се съхранява писмо със следния текст: "Днес, 10 ноември от 1935-то лето, през мъдрото царуване на Борис III - цар на всички българи и нейно величество Йоанна - милостивата царица на българите, всред площада на покритото с вечна слава село Сливница се положи основният камък за увековечаване паметта на безсмъртните покойници – паднали за величието на българското племе през войните 1885, 1912, 1913, 1915, 1918 година. Паметникът е висок 20 метра, скулптурната група символизира духа, който притежава българския войник – един пада в боя, но другаря му облекчава неговите последни минути със своята братска любов, вдига пушката си високо с лице, обърнато към столицата, сякаш казва "ВСЕ ПАК ПОБЕДИХМЕ". На западната страна на паметника е поставено оръдие, обърнато с дулото в посоката, откъдето е дошло нападението срещу Родината ни. От източната страна стои надпис с паметните и незабравими Вазови слова "Българию, за тебе те умряха". От южната страна са разположени мраморни плочи с имената на загиналите в боевете сливничани.

----- www.eufunds.bg -----



Друга забележителност в гр. Сливница е християнския храм "Св. Св. Кирил и Методий", който е на 125 години. Осветен е на 11 май 1879 година от Софийския митрополит Мелетий. Сливнишкият храм има много богата история. Достатъчно е да се спомене, че същия е посещаван от много знаменити личности, а именно Княз Александър I Батенберг, Княз Фердинанд, Цар Борис III, Премиера на Република България Симеон Сакскобургготски. Тук са служили българският екзарх Стефан I, двама български патриарси, множество архиереи.

Паметник-костница, Сливница

В непосредствена близост до храма "Св. Св. Кирил и Методий" през 1930 година е построен паметник-костница. Същият представлява каменен кръст. Върху източната му фасада е издълбан Георгиевския кръст за храброст, непосредствено под него, върху мраморна плоча годината 1885, а малко по-надолу се чете надпис "ДА ПРЕБЪДЕ ВЪВ ВЕКОВЕТЕ СВЕТЛА ПАМЕТТА НА ПАДНАЛИТЕ ЗА РОДИНАТА БОЙЦИ". Южното и северното рамо на кръста са украсени с мраморни плочи, на които са издълбани годините: 1912-1913 и 1915-1918. Върху западната фасада е поставен надпис "Построен от Министерство на войната в памет на загиналите 196 военнослужещи през войните за обединението на Българското племе".

Светилище на Асклепий Лименос

Светилището на Асклепий Лименос в местността "Гърлин въртоп" или "Дремливото дърво" е разположено във възвишението "Пуклина" на 6 км северозападно от гр. Сливница. Култът към гръцкия Асклепий се е настанил върху местен тракийски здравен култ. Разкритите правоъгълни основи на храма са с размери 7,10 м на 6,50 м ориентиран на северозапад - югоизток. Входът е от към северната му страна. На около 15 метра югозападно от светилището, има вход на подземна пещера, широк около 1 метър и достигащ 4-5 метра дълбочина. Светилища на Асклепий са възниквали в близост до минерални извори. Ето защо се предполага, че в пещерата се е събирала вода и са се извършвали култови ритуали.

Храм "Св. Спиридон"

Друга забележителност в селото е местния храм "Св. Спиридон". Върху престолния камък в олтара е отбелязана годината на построяването му - 1860.

Ждрелото река Пеклюк

Селото се слави с чистия си въздух и екологичната продукция, произвеждана от местното население. Интересен природен феномен на територията на община Сливница е ждрелото на река Пеклюк. Долината на р. Пеклюк е обитавана от най-древни времена. Местността Пеклюк е разположена на около 1 км източно от с. Гургулят. Трите варовикови скали: Петлочи камик, Равни камик и Кривша са разположени в посока изток-запад и

----- www.eufunds.bg -----



лежат приблизително на една линия. Дължината на това образуване-природен феномен - в гореуказаната посока е приблизително 500 м. Река Пеклюк се явява своеобразна ос на симетрия, разделяйки скалното образуване чрез красиво ждрело на две почти равни части – от едната страна внушителния 30-метров Пеключи камик, от юг почти отвесен и недостъпен; от другата страна са по-ниските и полегати Равни камик и Кривша. Дължината на ждрелото е около 50 метра, а максималната му височина 30 метра. Южните скатове и на трите скали са почти полегати. Средната надморска височина на местността е около 750 м. Около трите варовикови скали са открити селища от различни епохи.

Пещера Гълъбарника

По средата от южната страна на Пеключки камик е издълбана малка пещера, която при входа се нарича Гълъбарника, а от северната страна, при изхода си е позната под името Хайдушката пещера. Източно от изхода на Хайдушката пещера в каменна стена, висока 4 метра и дълга повече от 20 м, се намират 30 бойници, разположени в два реда. Мястото на бойниците е имало връзка със средната част от пещерата, сега недостъпна поради задръстване.

Защитени територии на територията на **община Трекляно**:

Природна забележителност “Корията”, в землището на с. Добри дол.

с. Трекляно: Вековно дъбово дърво — **„Кръстатото дърво“** в махала Тодоровци — място, на което са се извършвали езически и религиозни обреди.; **Пещери „Училището“**, **„Цръквето“** и **„Ямата“** в южната част на селото — махала Тодоровци и пещера в махала Стойковци.

с. Злогош: В местността “Кръста” има **цер** на над 270 години и летен дъб на 170 години.

с. Побит камък: **Пещера “Шупльи камик”**.

Културно-исторически паметници и оброци на територията на **община Трекляно**:

с. Трекляно:

- **Паметник на Зинови Дойчинов** — партизанин, убит като доброволец в Българската армия през първата фаза на Отечествената война
- **Художествена галерия на художника Евтим Томов** — график, професор от Националната художествена академия, с най-добрите негови творби.
- **Извор**, наричан **„Врело“**, със студена вода и среден годишен дебит 16 л./сек. От този извор е водоснабдено цялото село. (По-студена в областта е водата само на извора в местността Гроот, високо над Врело, под Цръвени брегове, но е с малък дебит.) Чешма – паметник на загиналите воини от Краище за освобождението и обединението на България, която се намира в центъра на с. Трекляно.



с. Долно Кобиле:

- **Оброк "Свети Георги"**. Намира се на около 200 метра североизточно от селските гробища, в местността Ридо.
- **Оброк "Света Троица"**. Намира се на около 800 метра североизточно от селските гробища, в местността Църквище (над валявиците).
- **Чешми**: Стубъл - зад Ковачева махала, Добрил - махала Козарска, Момчилов кладенъц - под селските гробища, Плоча - на пътя за с. Средорек, Чешма-паметник пред селското читалище. На чешмата Плоча е поставена паметна плоча, посветена на поета Емануил Попдимитров, който е роден в близкото с. Груинци.
- **Партизански паметник**, посветен на основаването на Средоречкия партизански отряд - изграден в местността Оресите.
- **Войнишки паметник** в местността Славчето - посветен на загиналите за България.

с. Долни Кортен:

- **Църква "Свети свети Петър и Павел"**. Построена е през 1920 г. върху долинен склон, на мястото на оброчището "Свети Петър".
- **Оброк "Спасов ден"**. Намира се на около 1,8 км. северозападно от църквата, при махала Витанова, южно от местността "Извора". Има останки от стара църква.
- **Оброк "Свети Спас"**. Намира се на около 2,2 км. югозападно от църквата в махала Клуборска. Мястото е отбелязано с дървен кръст.
- **Оброк "Свети Илия"**. Намира се на около 1 км. западно от църквата, при Деянова махала, върху левия бряг на реката.
- Паметник на загиналите във войните, който се намира в центъра на селото.

с.Уши:

- Оброк намира се на около 1 км. северозападно от кметството в местността "Рид" при махала Велкова.
- Оброк "Свети Прокопий". Намира се на около 1 км. североизточно от кметството при махала Кошарска. Службата е на 21 юли по стар стил. Няма оброчен знак.
- Паметник на загиналите при защита на отечеството през 1913 г., който се намира в местността „Славчето“ в с.Уши.
- Паметник на загиналите воители от селото във войните, който се намира в центъра на селото.

с. Бъзовица:

----- www.eufunds.bg -----



- **Оброк "Света Троица"**. Намира се на около 2 км. северно от кметството, в местността "Църквище" при махала Говедарци. На мястото, между няколко стари крушови дървета има следи от стара църква.
- **Оброк**. Намира се на около 800 метра северозападно от кметството, в местността "Света вода".
- **Чешма** – паметник на загиналите войни през 1912 – 1915 г. и Втората световна война, която се намира в центъра на селото.

с. Косово:

- **Църква "Свети Николай"**. Построена през 1885 г.
- **Оброк "Свети Спас"**. Намира се на около 3 км. северозападно от селската църква, при мапхала Воличинци, на около 100 метра югозападно от последните къщи на махалата, до стар дъб.
- **Оброк "Свети Пантелеймон"**. Намира се на около 2,5 км. югоизточно от селската църква, в местността "Пантеле".

с. Метохия:

- **Средновековна крепост** - намира се на около 600 метра югозападно от кметството, в местността "Света вода".
- **Средновековна крепост-Драгойчинци** на 650 метра северозападно от селската църква, в местността "Кулата". От крепостта е запазена правоъгълна кула. При градежа са използвани сантрачи. На места по терена личат следи и от крепостна стена. Крепостта е достъпна от северозапад, където минава ров с ширина 3-5 м. и дълбочина 3 м. Останалите страни са заобиколени от стръмни склонове. Теренът е залесен.
- **Църква "Свети Илия"**. Построена през 1884г. с дължина 12м., ширина 7м., височина 4м. и дебелина на зидовете 90см. Един от дарителите е Стоичко Станков. Осветена е от митрополит Партений.
- **Оброк "Света Троица"**. Намира се на около 1,2 км. североизточно от църквата в местността "Злон дол". На мястото има останки от стара късноантична църква - "Латинската църква". Зидовете са затревени и обрасли с дървета. В апсидата са израсли четири буки, върху кората на които са изрязани кръстове.
- **Оброк "Света Петка"**. Намира се на около 700 метра югозападно от църквата, в гробищата при махала Митарци. Има останки от стара църква.
- **Оброк "Свети свети Кирил и Методий"**. Намира се на около 2 км. северозападно от църквата при махалата Срегньо осое. Тук са развалините на църквата "Свети Тодор".
- **Чешма** – паметник, която се намира в центъра на селото.

----- 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. Габрешевци:

- **Късносредновековна църква.** Намира се в селските гробища. Представлява малка еднокорабна и едноапсидна църква с дължина 4,50 м. и ширина 3,70 м. Ширината на апсидата е 1,20 м., на входа - 0,70 м. Апсидата е полукръгла. На източната стена, вляво от апсидата, има полукръгла ниша, а на северната стена - четвъртита. Градежът е от ломени камъни и бигор, на места изравнявани с тухли и керемиди. Дебелината на стените е 0,65 м., а запазената височина - 1,50 - 1,70 м.
- **Оброк "Свети Атанас".** Намира се на около 600 метра югоизточно от гробищата, в местността "Атанас", върху речна тераса, до вековен дъб. На мястото има развалини от стара църква, известна като Латинската църква.
- **Паметник с паметна плоча** на загиналите през войните за освобождение на България.

с. Добри дол:

- **Църква "Свети Никола".** Построена през 1885 г.
- **Оброк "Свети Петър".** Намира се на около 2,4 км. източно от църквата в местността "Свети Петър". Мястото е заобиколено от стари дъбове.
- **Оброк.** Намира се на около 400 метра югоизточно от църквата, в местността "Света вода".
- **Оброк "Свети Илия".** Намира се на около 700 метра югозападно от църквата, в местността "Дабйе", при махала Накова, в близост до вековни дъбове.
- **Чешма с паметна плоча** на участниците от с. Добри дол в Балканската, Първата и Втората световна война.

с. Чешлянци:

- **Късносредновековна църква** - намира се на 2 км. северозападно от кметството, в гробищата на махала Вишорица. Малка еднокорабна и едноапсидна църква с вътрешни размери 8 X 4 м. с дебелина на зидовете - 60 см. Стените са градени от ломени камъни и кал. Запазената им височина е около 0,60 - 0,80 м.

с. Злогош:

- **Църква "Свети Димитър".** Построена е през 1876 г.
- **Оброк "Свети Георги".** Намира се на около 900 метра северозападно от църквата в местността "Кръста". Мястото е отбелязано с кръст от бигор, в близост до група вековни дъбове.
- **Оброк "Свети Атанас Летни".** Намира се на около 1250 метра северозападно от църквата, в местността "Атанасчица".

----- 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. Горно Кобиле:

- Оброк. Намира се на 650 м. западно от гробищата, в местността "Градините", до вековен изсъхнал орех с диаметър на дънера 1,5 м. с. Средорек:
- Оброк "Свети Петър". Намира се на около 2,5 км. северно от моста над Треклянска река, в местността "Свети Петър".
- Оброк "Свети Георги". Намира се на около 2 км. северно от моста над Треклянска река, при махала "Селище".
- Паметник-чешма на загиналите във войните, която се намира в махала „Драгольовци“ в селото.

с. Киселица:

- Чешма с паметна плоча на загиналите от с. Киселица във войните, която се намира в центъра на селото.

с. Побит камък:

- **Оброк "Свети Илия"**. Намира се в местността "Побиен камик". Мястото е отбелязано с каменна плоча с трапецовидна форма с височина 1,04 м. и ширина 0,42-0,64 м. На лицевата страна е издълбан кръст с размери 32 X 33 см. , а под него е издълбан едноредов надпис с ширина 36 см. и височина на буквите - 4 см. : "ТРИЧА МАСТОРЪ".
- **Оброк "Свети Илия" - 2**. Намира се на около 300 метра северозападно от оброка "Свети Илия", в местността "Валог", под вековно дърво. Представлява каменна плоча с височина 0,85 м. и ширина 0,49-0,56 м. На лицевата страна е издълбан кръст с размери 35 X 42 см. , а под него година IPH.

с. Сущица:

- **Оброк "Свети Георги"**. Намира се на около 1 км. североизточно от кметството в местността "Спасовица" или "Кленье".
- **Оброк "Свети Илия"**. Намира се на около 500 метра североизточно от кметството, в местността "Равна нива".

с. Брест:

- **Оброк "Света Троица" и "Свети Харалампий"**. Намира се на 1200 метра югозападно от училището, в местността "Църквище". На мястото има следи от стара църква.
- **Оброк** - намира се на 1 км югозападно от училището, в местността "Света вода", до вековен изсъхнал бряст.

Музейна сбирка „Бусинска керамика“, с. Бусинци

----- 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 Организацията 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.



Село Бусинци е един от най-значимите стари центрове на традиционното грънчарство в България и люлка на известната Бусинска керамична школа, чиито корени се губят далеч в Средновековието и Античността. През Възраждането занаятът се превръща в основен поминък за селото, достигайки истински разцвет в края на XVIII и особено през XIX в. (над 300 работилници), когато се развива цяла индустрия и започват да се роят множество “дъщерни” центрове (Самоков, Берковица, Разлог, Неврокоп) и др. “Бусинска керамика” се отличава с подчертана старинност, простота и функционалност, пълна хармония между форма и украса и изключително богато видово разнообразие. Известни са над 100 основни форми с множество варианти. Специфична особеност е наличието на богата палитра от уникални местни изобретения (стомни, крондири, оканичета, рукатки, панакони, гюмки, гавази, връчви и др.), както и изработването от глина на нетрадиционни изделия, познати обикновено от дърво, камък и метал (легени, мивки, съдове за доене на мляко, хранилки за пчели, канализационни елементи, кюнци, комини и др.).

Музеят на киселото мляко в с. Студен извор се намира на около 7 км от гр. Трън. Музеят е създаден и посветен на Д-р Стамен Григоров – световно известен български учен, родом от трънското с. Студен извор, който е автор на едно откритие, което маркира началото на един от най-актуалните клонове на науката за храните и храненето. През далечната 1905 г. все още като студент и асистент на известния швейцарски микробиолог проф. Масол той успява да открие и изясни причинителя за подквасването на киселото мляко. Посетителите имат възможност да опознаят природните и културни особености на региона, бита на местното население, да научат за делото и живота на д-р Стамен Григоров, да се запознаят с историята на киселото мляко от домашното заквасване до съвременните модерни технологии и европейски стандарти за производството му, със значението на киселото мляко в хранителния режим на човека и неговите пробиотични свойства – ролята му в профилактиката и лечението при различни болести, антитуморния му ефект и т.н.

Ябланишкото ждрело

Ябланишкото ждрело се е образувало при преминаването на река Ябланица между планините Гребен и Ездимирска. Реката е издълбала величествен пролом с дължина около 2 км. По протежение на ждрелото има десетки водоскоци и водопади, красиви форми, изваяни от водата в скалите, а най-атрактивното място е Зелени вир, където малък водопад се спуска в дълбок вир. До ждрелото има изградена екопътека, която е част от трънската екопътека, която се нуждае от основен ремонт. Пътеката започва от село Банкя и е с продължителност от около 3 км. В началото на пътеката има заведение и места за спане.

Водопад в с. Вrabча

----- 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 Организацията 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.



Малката Врабчанска река е издълбала живописен пролом във варовиковите скали край с. Врабча. Идвайки от селото, водата се спуска от повече от 4 м. височина и образува красив водопад - Врабчански водопад. Продължавайки пътя си, в близост до него водата е прокопала двамайтет метров скален тунел. От дясната страна в скалата има карстов минерален извор, с хубава и годна за пиене вода. Непосредствено под надвисналите скали е устроен прекрасен кът за пикник – с дървени маси и пейки, огнища. Врабчанските скали представляват интерес и са удобни за скално катерене. Разработени са трасета за спортно катерене и в уиендите може да се наблюдават тренировки и демонстрационни изкачвания. Пътеката, отвеждаща до с. Банкя, преминава през много разнообразен ландшафт - гора, мочурище, планински ливади, което предопределя голямо биоразнообразие. Мястото е предпочитано за семейни излети през уикенда.

Връх „Драговски камик“

Наричан още „Трънският Матерхорн“, връхът впечатлява с пирамидалната си форма. Висок е 1118 м и е част от Гребен планина. През последните години Драговски камик се наложи като най-посещаваният връх в община Трън. Благодарение на изградените от Трънското туристическо дружество 3 пътеки към върха, вече всяка седмица стотици планинари от цяла България изкачват върха и се наслаждават на невероятните гледки от него.

Връх “Руй”

Руй е един от най-впечатляващите върхове в Краището. Висок е 1706 м, разположен на границата със Сърбия. Доскоро бе най-посещаваният връх в района и въпреки че туристопотока към него непрекъснато се увеличава, вече отстъпва първото място на Драговски камик.

Скален параклис „Св. Петка“

Параклисът се намира в малка пещера в скалата над гробищната църква “Св. Петка” в кв. Баринци, на 1,5 км западно от центъра на гр. Трън. Скалната църква е обявена за археологически паметник на културата. Тя функционира като религиозен център от времето на Втората Българска държава до наши дни и е тясно свързана с легендата за покровителката на Трън и Трънско – св. Петка Българска. Днес в скалната църква могат да се видят “стъпките” на светицата, бягаща от гонещата я потеря, както и вкаменената от чуждо посегателство пита. За стичащата се от скалата вода се вярва, че са сълзите на светицата. Тази вода се събира в глинени панички и се предоставя на поклонниците за здраве. Мястото е притегателен център за хора, търсещи изцеление.

Манастир „Св. Архангел Михаил“

Манастирът се намира на около 2 км. северозападно от гр. Трън, на северните склонове на Руй планина, на левия бряг на река Ерма в непосредствена близост до Трънското



ждрело. Той е оригинален, изключително рядък представител на средновековната култова архитектура в България и е обявен за археологически и художествен паметник на културата с национално значение. Манастирът води началото си от края на XIV век. Особена забележителност на манастира е светият престол в средата на олтарната абсида - античен жертвен камък. Камъкът е пренесен от местност "Престол". Върху камъка днес все още се чете латински надпис, който в превод гласи: "На божеството Касибоно постави дар за здравето си. Марк Антониус Филисимус". До наши дни е запазена само манастирската църква, представляваща архитектурен аналог на храма от Погановския манастир на територията на днешна Сърбия и един от трите известни в национален мащаб от т.нар. атонски тип ("Св. Николай" при Пещерския манастир и "Преображение Господне" при Преображенския манастир). Църквата е еднокорабна триконхална кръстополна сграда със забележителен нетрадиционен барабан на големия купол. Стените на храма са били изцяло изписани. Днес могат да се видят само частично запазени фрагменти от стенописи от късното Средновековие (XIV - XVI в.) и ранното Възраждане (XVII - XVIII в.). През Възраждането тук е съществувало килийно училище. Манастирът е свързан с национално-освободителните борби на българския народ в Трънския край - в него е основан трънският революционен комитет.

Пантеон „Майка България“ (Гургулят)

Пантеонът на безсмъртните чедра на Майка България е монумент на падналите за победата в Сръбско-българската война 1885 г. в битката при с. Гургулят. Издига се в местността Църквище на най-високото място на с. Гургулят. Пантеонът, наричан неточно и Монумент „Новото гробище над Сливница“, е монументален храмообразен паметник – пантеон в почит от нацията и държавата към загиналите в решителното сражение при Гургулят български войници, подофицери и офицери, както и местни жители и за победата над вероломния сръбски нашественик. Пантеонът по проект на архитект Георги Стоилов, скулпторите Борис Гондов и Емил Мирчев и художника Тодор Варджиев е изграден от Строителни войски през 1985 г.

Природна забележителност са **“Кътинските пирамиди”** – земни пирамиди в землището на село Кътина, местност “Големия дол”.

Традиционни ястия

На територията на Софийския туристически район е свързана с рецепти, които са познати на местно ниво, но едновременно са се наложили и като част от българската кухня. Типичен пример за това е **сиренето по шопски**. Основен продукт за ястието е бялото саламурено сирене – един от основните продукти в българската кухня. Сиренето по шопски се приготвя в малки глинени съдове, като най-често продуктите се нареждат на слоеве в гювечето.

----- 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 Организацията 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.



Други традиционни продукти с етикета „шопски“ са **шопската салата** и **шопският хайвер**. Шопската салата е традиционно ястие за цялата страна, а шопският хайвер е по-скоро с локална значимост.

Сред специфичните местни продукти са включени и две основни ястия – **дроб сърма** и **зелник с праз лук**. Дроб сармата обикновено се прави около Великден, но не е задължително да се консумира само тогава. Основната съставка са агнешките дреболии. Рецептите за зелник в различните краища на България имат различни плънки. Въпреки това навсякъде ястието наподобява баница и най-често се консумира за закуска. В този край, по-точно в Кюстендил, зелникът се приготвя с праз лук. Въпреки наименованието „зелник“, ястието в Кюстендил рядко ще се срещне със кисело зеле.

Сред местните деликатеси е и **сладкото от череши**. В Кюстендил се приготвя от специален сорт череша, наречен „Ръждавичка беловица“, който се отглежда само в няколко села в района. Сортът е по-дребен, но много по-сладък от останалите череша. Сладкото става розово на цвят, а не червено, както останалите сладка.

Град Радомир е известен като център за производство на **боза**. Там е издигнат единственият в света паметник на бозаджията.

Нематериално културно наследство под егидата на ЮНЕСКО

Боянска църква

Боянската църква „Св. св. Никола и Пантелеймон“ се намира в подножието на Витоша, в софийския квартал Бояна. Тя е един от малкото средновековни паметници на християнското изкуство, достигнали до наши дни. Църквата е част от Стоте национални туристически обекта и е включена в Списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО през 1979 г. Строена е на три етапа: първи – XI век, втори – средата на XIII век, и трети – средата на XIX век. Източната част на църквата е малка, едноапсидна кръстополна сграда с вградени подпори, които формират вписан кръст. Боянската църква дължи своята световна известност преди всичко на стенописите от 1259 година, които отразяват изключителните постижения на българската средновековна култура. Всяко от пресъздадените над 240 изображения се отличава с индивидуалност и висока художествена стойност. В притвора чрез 18 сцени, в които са включени елементи от бита на съвременниците на художниците, е илюстрирано житието на свети Никола – един от патроните на храма. Сред светците, изобразени тук, е най-старият съхранен портрет на българския национален светец Иван Рилски, живял през X век и основал Рилския манастир.

Хор на Бистришките баби

----- 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 Организацията 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.



Хорът на Бистришките баби е архаична полифония, танци и ритуали от региона Шоплука. Вписан е през 2008 г. в представителния списък на ЮНЕСКО на нематериалното културно наследство на човечеството. Традиционните танци и полифоничното пеене, намиращи се в района на Шоплоук в България, все още се изпълняват от група възрастни жени. Тази традиция включва диафония, или това, което е известно като полифония на шопа, древни форми на хоро - хоро верига, и ритуалната практика на лазаруване - церемония за посвещение за млади жени. Въпреки че социалната функция на полифоничното пеене се е променила през двадесети век, тъй като сега се изпълнява предимно на сцената, хорът на Бистришките баби се разглежда като важен компонент от културния живот на региона, насърчавайки традиционните изрази сред младите поколения. Жените са сред малкото останали представители на традиционната полифония, а село Бистрица е една от последните области в България, в която този културен израз се е запазил през вековете.

Фестивалът Сурва в Перник

Народният празник на Сурва в Пернишко се провежда всяка година на 13 и 14 януари, за да отпразнува Нова година по стария календар. Центърът на тържеството е популярен маскараден ритуал, провеждан в селата в целия регион. През първата вечер маскарадните мъже, жени и деца обличат специално подготвени маски и костюми и се отправят към центъра на селото, където палят огънове и танцуват. Някои участници приемат специални роли, като водач, младоженци, свещеник и мечка. Рано на следващата сутрин те се събират и посещават къщи, в които ритуално сключват брак с млади двойки, докато мечката „измъчва“ хората за добро здраве. Домакините очакват пристигането на сурвакарите с ритуално хранене и подаръци. След народния празник сурвакарите раздават подаръците, като често даряват събрани средства на сираци и бедни хора. Фестивалът е вписан през 2015 г. в представителния списък на ЮНЕСКО на нематериалното културно наследство на човечеството.

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

----- 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 Организацията 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

градските райони учениците се научат от учители, занаятчии 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.

За състоянието на ОУТР „София“

Според данните в Националния туристически регистър² ОУ на ТР „София“ е вписана на 07 октомври 2019 г. със Заповед Т-РД-17-59/07.10.2019 г. Председател на Управителния съвет е зам.-кметът на Столична община Тодор Чобанов. Посочено е само още едно лице като представител на ОУТР - Иво Маринов – изпълнителен директор на Организация за управление на Софийски туристически район и директор на Общинско предприятие „Туризм“ при Столична община. Според Националния туристически регистър, контактната информация на организацията е: гр. София, тел.: 02/ 943 47 28, имейл: opto@info-sofia.bg .

Софийски туристически район има фейсбук страница: <https://www.facebook.com/SofiaRegion/> с контактна информация e-mail: ousofiatr@gmail.com

Към момента на изготвяне на този анализ (09.02.2021 г.) фейсбук страницата на ТР „София“ има 238 последователи. Публикуваните постове обикновено препращат към съобщения и новини за минали или предстоящи събития на различни медии, а честотата им варира от 1/ ден до 1 /седмица. Прегледът показва, че посетителите на страницата сърфират пасивно: лайковете под публикациите са изключение, а коментари изцяло липсват. Страницата се поддържа от външния експерт Христомир Христов.

Към датата на изготвяне на този анализ ТР „София“ няма собствен домейн и уебсайт.

Офисът на ОУТР се съвместява с офиса на Общинското туристическо предприятие. Там се намира и техниката, предоставена от МТ по проекта по ОПИК.

Към момента ОУТР не е разработвало и не изпълнява проекти. По думите на външния експерт ситуацията е патова. Няма проекти, защото няма пари. Няма и средства, защото не се кандидатства по проекти.

Организацията няма персонал. Дори изпълнителният директор не получава възнаграждение.

2

<https://ntr.tourism.government.bg/TUnionsV2.nsf/detailoutr.xsp?id=51CB7BA9303B685AC225848C0046DE08>

----- 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 Организацията 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.



Проблемът е в това, че ОУТР не е регистрирана в Регистър Булстат и поради това не събира определения членски внос. Редно е Общото събрание да вземе решение дали да бъде събиран полагаемият се членски внос за периода от октомври 2007 година до момента.

Като друг проблем се очертава липсата на синхрон между столичната община и останалите общини в рамките на района.

За периода от две и половина години от основаването на ОУТР няма напуснали членове. Има постъпили няколко молби от нови членове, но към момента те не са разгледани от Общото събрание.

Ресурси на района и специфики

- **Туристически атракции**

В Софийски туристически район се намират 11% (406 броя) от регистрираните в Регистъра на туристическите атракции туристически обекти .

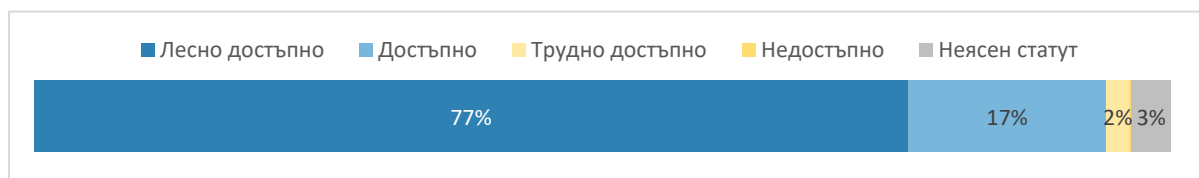
57% от обектите са свързани с културно-исторически туризъм, 23% - с религиозен и поклоннически туризъм, а 10% - с еко и селски туризъм.

Графика: ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ ПО ВИД ТУРИЗЪМ



77% от обектите са лесно достъпни, а едва 2% - трудно достъпни или недостъпни.

Графика: ТУРИСТИЧЕСКИ АТРАКЦИИ В РАЙОНА СПОРЕД ТЯХНАТА ТРАНСПОРТНА ДОСТЪПНОСТ



www.eufunds.bg



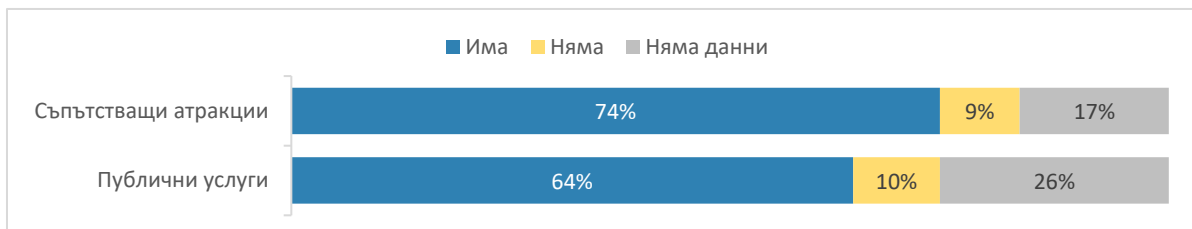
52% от обектите в района се намират в градска среда, а 42% - в природна.

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



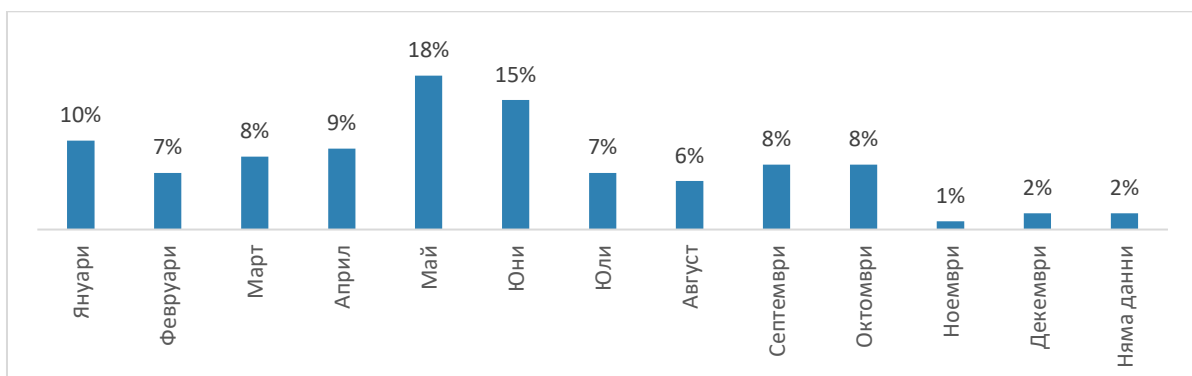
В близост до 74% от обектите има съпътстващи атракции, а 64% са обезпечени с публични услуги.

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



В Софийски туристически район се провеждат 6% (106 броя) от фестивалите и събитията, регистрирани в Регистъра на туристическите фестивали и събития. Най-голям дял от тях се осъществяват в месеците май и юни, но активност има почти през цялата година.

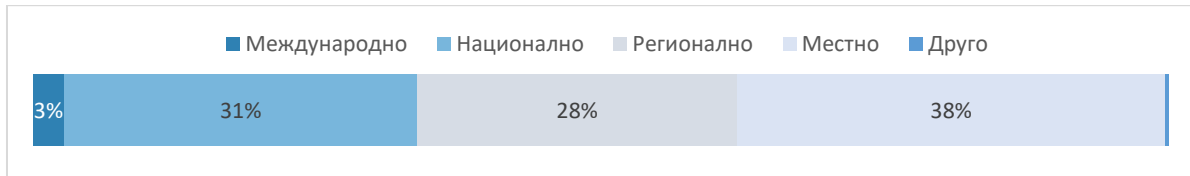
Графика: Туристически фестивали и събития в района по месеци



От туристическите фестивали и събития в района общо 66% са с регионално или местно значение. Делът на международните мероприятия е 3%, а на националните – 31%.

Графика: Туристически фестивали и събития в района по значение

www.eufunds.bg

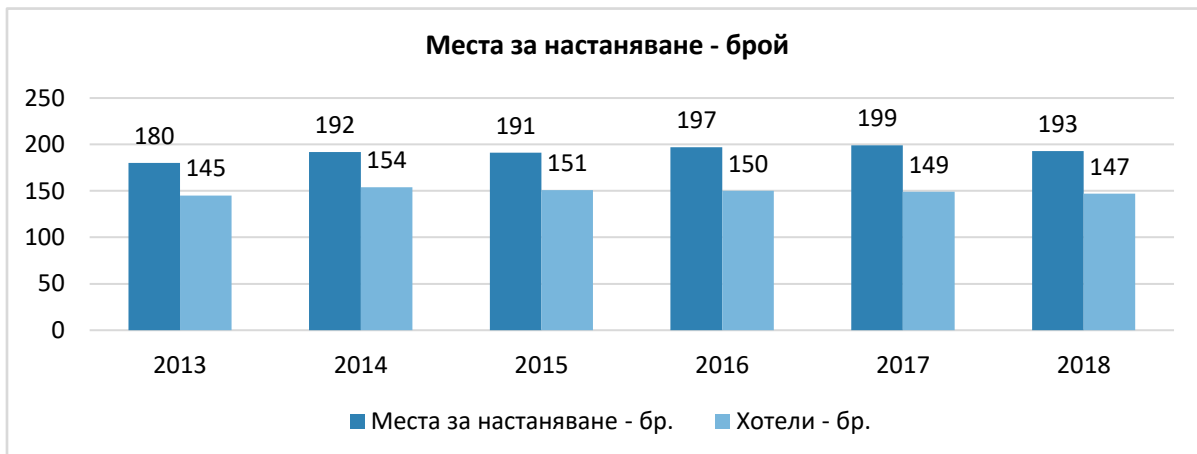


- **Места за настаняване**

По данни на официалната статистика през 2018 г. в настанителна база на Софийски туристически район са пренощували близо 1,187 млн. лица, които са реализирали малко над 2,06 млн. нощувки. Средната продължителност на престоя е 1,74 нощувки.

Софийски туристически район генерира 15,5% от всички посещения и 7,83% от реализираните нощувки, с което заема видимо, но не водещо място в общия обем на туристическото търсене в страната.

Графика: МЕСТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ / БРОЙ

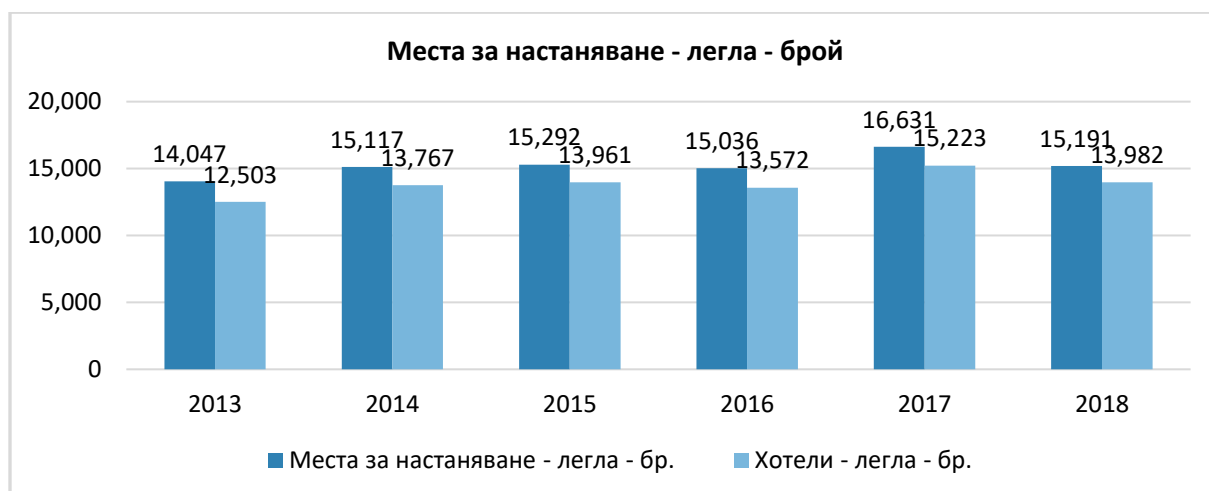


- **Брой легла**

Данните на НСИ показват нарастване на легловата база. Броят на местата за настаняване нараства със 7,2% спрямо началото на периода, като при хотелите то е минимално, а значително по осезаемо (над 31%) - при другите места за настаняване. Аналогична е тенденцията при броя на леглата, които нарастват с 8% до 15 191 легла.

За разлика от развитието в броя на местата за настаняване обаче, ръстът при броя на леглата се дължи основно на хотелите, които увеличават капацитета си с почти 12%.

Графика: ЛЕГЛА В МЕСТАТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ



- **Реализирани нощувки**

В рамките на периода броят на обектите и броят на леглата общо при местата за настаняване демонстрират сходна динамика. Тенденциите за нарастване са устойчиви, с минимални колебания по отделните показатели през различни години. Пикът за периода е през 2017 г. и при броя места за настаняване, и при броя легла. През 2018 г. се забелязва понижение по двата показателя, но резултатите остават осезаемо по-високи спрямо началото на периода.

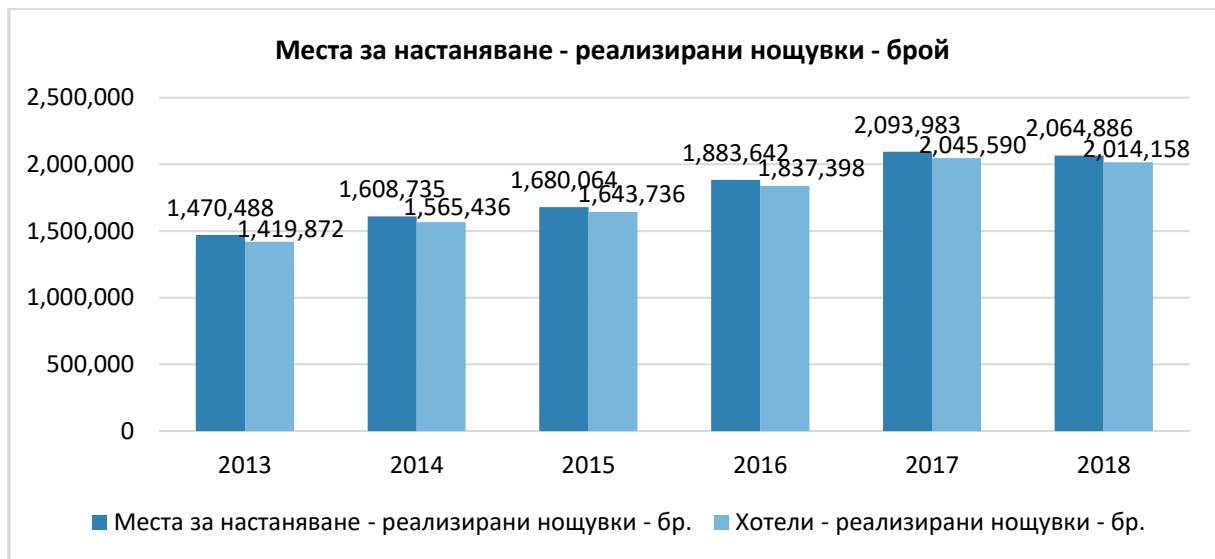
В структурно отношение се запазва водещото значение на хотелите и към края на периода те съставляват 76,2% от местата за настаняване и осигуряват 92% от леглата в района.

Броят на реализираните нощувки в района се отличава с трайна тенденция на нарастване, като спрямо базовата година (2013) увеличението е с цели 40%. Разпределеното по години показва устойчивия характер на тази тенденция с ежегодно нарастване и средногодишен положителен темп от 7,15%, като единствено през 2018 г. се отчита лек спад (-1,4%) спрямо предходната година.

Графика: РЕАЛИЗИРАНИ НОЩУВКИ ПО ГОДИНИ, БРОЙ

www.eufunds.bg

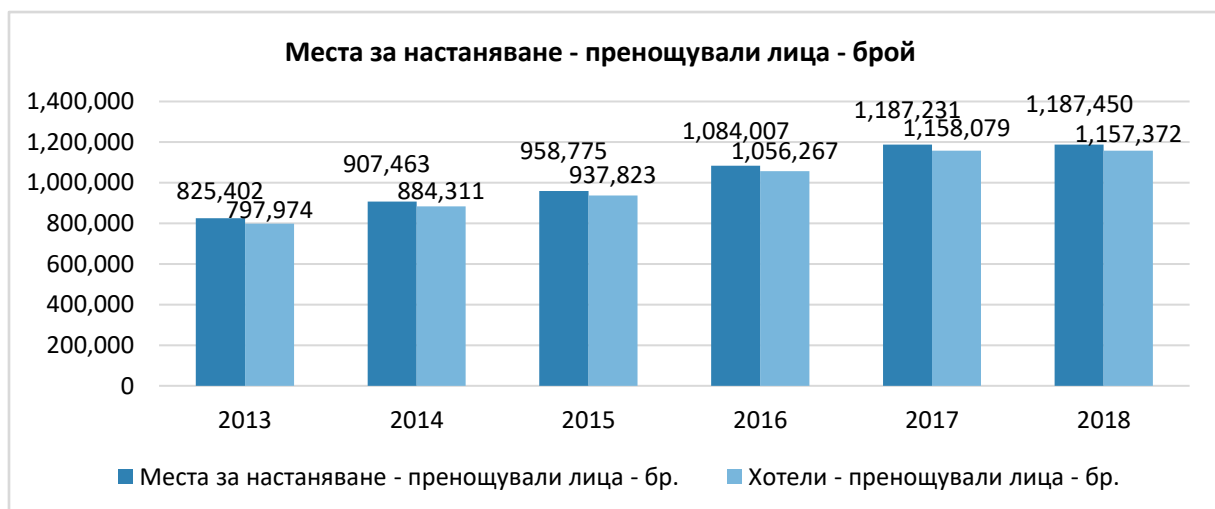
Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации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



- **Пренощували лица**

През 2018 г. реализираните нощувки в местата за настаняване общо са 2 064 886, като огромният брой от тях - 2 014 158, са реализирани в хотели. Това съставлява 97,5% от всички реализирани нощувки и дефинира структуроопределяща роля за хотелите като места за настаняване в района.

Графика: Пренощували лица брой



www.eufunds.bg

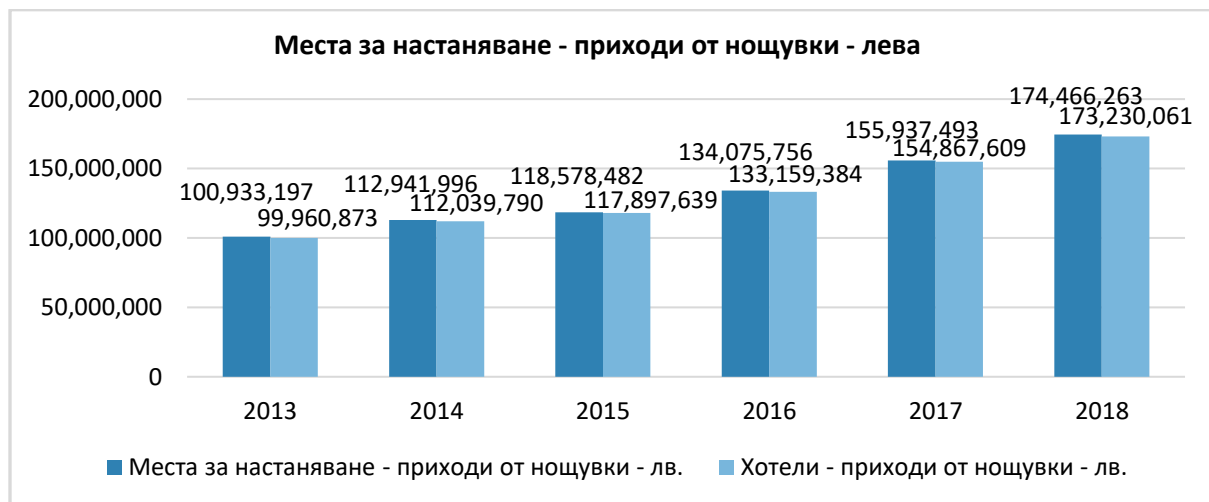
Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организациите за Управление на Туристическите Райони, Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации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



- **Приходи от нощувки**

По данни на НСИ за 2018 г. общият брой пренощували лица в местата за настаняване на територията на района е 1 187 450, като за изследвания период е отчетен ръст от 7,64%, средно на годишна база. За 2018 г. е отчетен ръст спрямо 2013 г. с почти 44% или с 362 048 души повече.

Графика: Приходи от нощувки в млн. лв.



- **Качество на туристическите услуги**

Анализът на резултатите от проведеното анкетно проучване показва висока удовлетвореност от качеството на туристическите услуги в ТР „София“. 68,2% от всички респонденти споделят категорично удовлетворение, като делът им при чужденците достига 76%. При различните групи се наблюдава намаляване на тази категорична

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.



удовлетвореност с нарастване на възрастта, което може да се оцени като нормално, доколкото житейският (и туристически) опит повишава възискателността.

Мнозинството от респондентите са посочили, че при посещението в района, най-много им е харесала природата - 40,1%. Сред най-често посочваните отговори се нареждат и местата за хранене (35,9%) и обслужването в тях (29,5%), както и многото възможности за развлечение (24,6%). В допълнение всеки 5-ти посочва културно-историческите паметници, а подобен дял заявява задоволство от близостта и достъпността на района като цяло. От друга страна определящи за дестинацията характеристики като качеството на местата за настаняване и гостоприемството на местните хора събират относително по-малко одобрение, съответно 15,7% и 12,5%.

Доказателство за положителната нагласа към района е склонността за препоръчване на дестинацията на близки и познати. 3/4 от анкетиранияте заявяват с висока степен на категоричност готовност да препоръчат района на приятели/роднини/познати. Този дял на категоричните "посланици" на района е още по-висок при чужденците (82,5%), а при младежите до 25 г. достига 92,5%.

Анкетиранияте посетители на района потвърждават много висока степен на съответствие между предварителните очаквания и действителните впечатления от посещението - за 74% от респондентите (80% от чужденците) те съвпадат напълно, като едва 2 % констатира сериозно или пълно несъответствие.

Доминиращата нагласа сред туристите е да организират самостоятелно посещенията си в ТР „София“, 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. В това отношение посетителите на района от двете целеви групи – българи и чужденци имат идентични предпочитания. Повече от половината от всички респонденти отбелязват като предпочитани дейности самостоятелните обиколки/разходки (61,8%) и посещенията на местни забележителности и културни/исторически обекти (57,6%), като при чужденците и делът на практикуваните е по-висок от средния за района - съответно 68% и 72%. Пазаруване и посещение на пазари е третата по значение дейност при престоя в дестинацията и се практикува съответно от 35% от българите и почти 40% от чужденците. Сред останалите дейности следва да се отбележи интересът на българите към посещения на фестивали и събития (22,6%), както и предпочитанията на чужденците към дегустации на местни деликатеси и продукти.

Най-висок е интересът към градския развлекателен и шопинг туризъм, следвани от културния туризъм.

- **Състояние на МСП в областта на туризма**

----- www.eufunds.bg -----



67% от фирмите опериращи в района са микро, 28% - малки и 5% - средни. Микропредприятията са 54% са заведенията, 36% от хотелите/хотели със заведения и 86% от туроператори/туристически агенти.

97% от фирмите в района оперират целогодишно, а само 3% - сезонно. Като резултат, преобладават постоянните трудови договори с персонала.

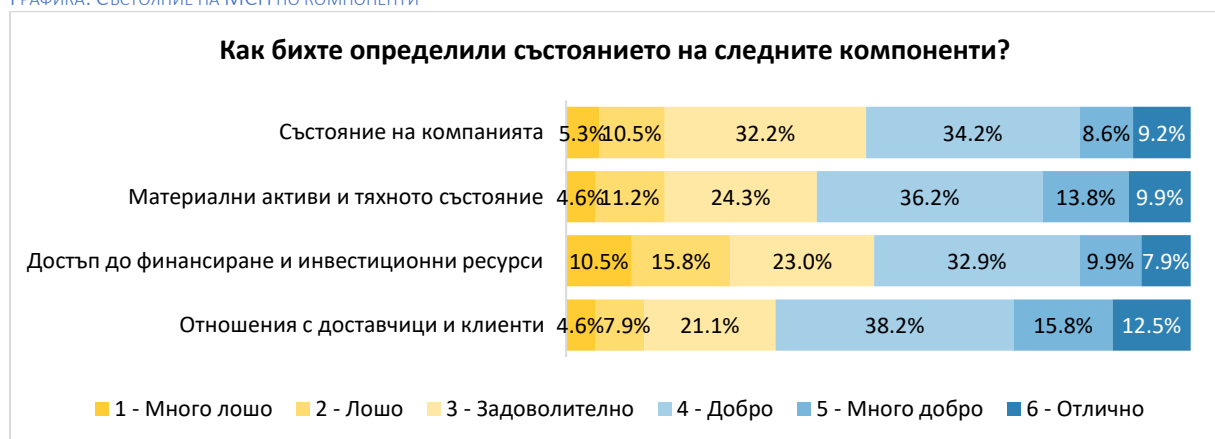
71% от компаниите предлагат услугите си само на крайните потребители, а 30% – както на крайни потребители, така и на туристически агенции.

Почти всеки четвърти от анкетираните споделя, че членува в браншова организация. На високи нива са положителните отговори при хотелите/хотелите със заведения и туроператорите/туристическите агенти - съответно 44% и 38%, докато при заведенията делът на отговорилите положително е едва 7%.

Мнозинството от фирмите смятат, че финансовото им състояние се е влошило през последните 3 години - 41%, а други 36% го виждат като непроменено. Най-песимистични по отношение на финансовите си резултати са хотелите/хотели със заведения, като при тях структурата на отговорите е аналогична на общата извадка.

Над половината от респондентите (52%) оценяват състоянието на компанията като добро, много добро или отлично, а други 32% го намират за задоволително. Сходна е картината и при останалите разглеждани аспекти, като навсякъде преобладават положителните оценки. Най-високо удовлетворение се регистрира по отношение работата с доставчици и клиенти (66,5% добро, „много добро“ и „отлично“), докато сравнително най-колебливи са резултатите във връзка с достъпа до финансиране и инвестиционни ресурси, оценени от всеки 4-ти като "много лошо" или "лошо".

Графика: Състояние на МСП по компоненти

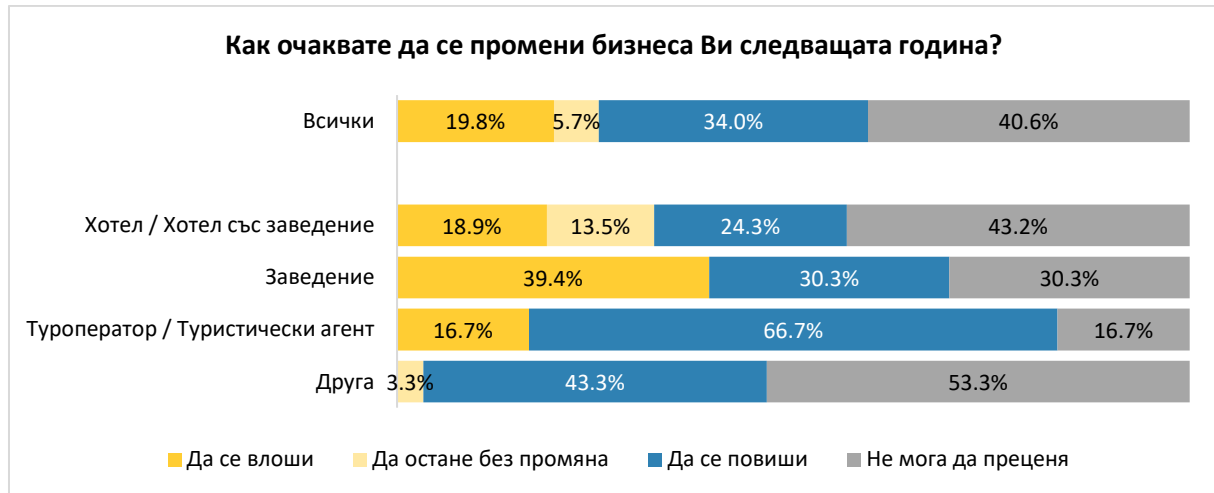


Наблюдава се преобладаващо усещане за неизвестност по отношение на очакванията за промени в бизнеса през следващата година – 40,6% посочват, че не могат да преценят.



Все пак около една трета от всички респонденти очакват подобрене (при туроператорите/туристически агенти нараства на две трети от посочените отговори). Подчертано влошаване очакват заведенията (39,4%). Най-голяма неизвестност има при хотелите и хотели със заведения, 43,2% от които не могат да преценят какви очаквания да имат.

Графика: ОЧАКВАНИЯ ЗА ПРОМЯНА НА БИЗНЕСА

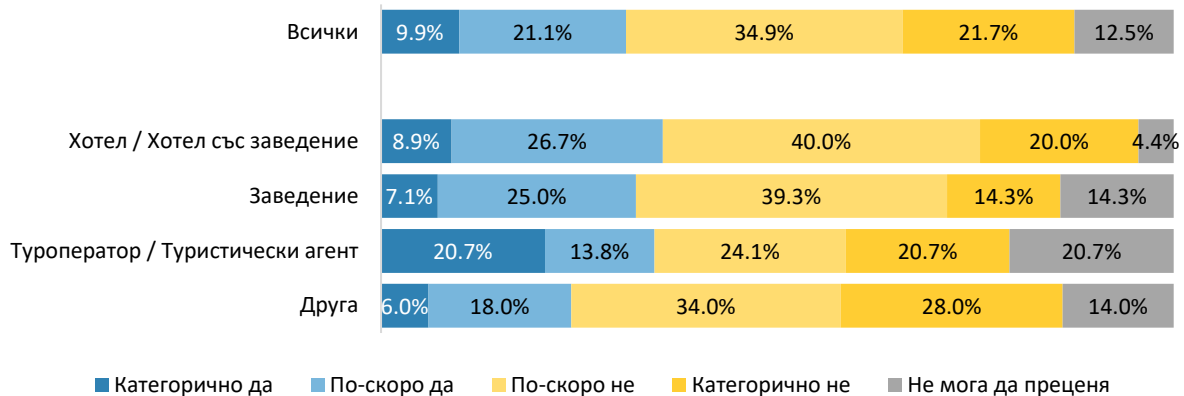


По-голяма част от респондентите към момента не предвиждат разширяване на дейността – 56,6 % са посочили отговори „категорично не“ и „по-скоро не“, а други 12,5% не могат да преценят. Тази тенденция се отчита при всички групи, като единствено при туроператорите/туристически агенти отрицателните отговори са под 50% за сметка на по-голям дял отговори "не мога да преценя".

Графика: НАМЕРЕНИЯ ЗА РАЗШИРЯВАНЕ НА ДЕЙНОСТТА



Имате ли намерения за разширяване на дейността?



За 40% от фирмите конкуренцията в сектора е силна, а 54% я оценяват като умерена. Мнението, че конкуренцията е силна е по-високо от средното сред хотелиерите (49%) и сред туроператорите (55%).

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

По отношение на предлаганите допълнителни туристически продукти и услуги 16% посочват предлагането на храна и напитки, следвани от ресторантьорски, екскурзоводски и транспортни услуги. Най-богато е разнообразието на допълнителни услуги при туроператорите/туристическите агенти, като екскурзоводските услуги (45%) и транспортните услуги (41%) са предлагани най-често. Почти 93% от анкетираните заведения заявяват, че не предлагат допълнителни услуги.

Отсъства елементът на партньорство с туристически информационни центрове (едва 16% са посочили, че го правят). По-висок е делът сред туроператорите (21%) и хотелиерите (22%).

Едва 5%, потвърждават, че са участвали в национални панаири и изложения през последната година. Напълно идентична е картината и по отношението на международни панаири и изложения.

Заклучение

За разглеждания петгодишен период от 2013 до 2018 г. се установява трайна тенденция на плавно увеличаване на броя на местата за настаняване и на функциониращите легла, като паралелно с това се отбелязва изпреварващ ръст на посетителите, реализираните нощувки и приходите.

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 Организацията 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.



Анализът на данните за Софийски туристически район недвусмислено показва диспропорции в актуалното ниво на туристическо развитие между София и останалата част от района. И докато по отношение на териториалното разпределение на предлагането извън концентрираните обеми в столицата все пак се наблюдава широко разпространение на места за настаняване, макар и с малки капацитети, то концентрацията при търсенето в София има извънредни размери.

Извън София, която безспорно е основната дестинация за района, Кюстендил регистрира ръст на посетителите и нощувките при относително непроменен обем на леглата и запазва значението си като втората по важност дестинация на района.

За останалите общини в района може да се приеме, че са в начален етап на туристическото си развитие, но данните насочват към оформянето и на други дестинации и туристически центрове. Развитието при Ботевград, Правец и Етрополе, при тяхната териториална близост и сходни туристически ресурси, разкрива потенциал за оформянето на единна дестинация. Аналогични възможности се наблюдават и при Брезник, Трън, Драгоман и Сливница, докато при Перник и Радомир туристическата функция на общините все още е със съпътстваща роля и интензитетът на туристическо развитие е по-нисък.

Структурата и динамиката на местата за настаняване в района показват диспропорция и по отношение на видове обекти - предлагането е силно доминирано от хотелите и като брой обекти, и като легла.

Трите ключови думи, описващи района, са столица, интересно, динамично.

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

Същевременно, състоянието на МСП в областта на туризма в района регистрират влошаване на финансовото си състояние в последните 3 години. Повечето фирми не предлагат никакви допълнителни услуги за туристите, а остават в рамките на основната си дейност. Не се предлагат и никакви услуги и преживявания, свързани със спецификите на района.

Мнозинството от бизнесите не са участвали в национални панаири и изложения през последната година. Сходна е ситуацията и по отношението на международни панаири и изложения. Регистрира се висок дял на незапознатост с дейността на Организацията за управление на туристическия район и липса на интерес.

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.

Резултатите подсказват силни и слаби аспекти на района като туристическа дестинация и насочват към възможни продуктови и маркетингови стратегии за развитие:

- развитие на продуктовото портфолио на София, напр. чрез натоварване на ресурсите за културен туризъм и MICE и най-вече спа и планински (ски) туризъм, с което да се търси удължаване продължителността на престоя и постигане на по-висока заетост;
- използване популярността на София за повишаване разпознаемостта и интереса към района и останалите части от него, например чрез реализирането на София като "хъб" за туристически посещения към останалите общини, съвместни продукти между София и други части на района" и т.н.;
- насърчаване на форми на туризъм, предполагащи по-продължителен престой (напр. спа-, ски ваканции);
- популяризиране на по-слабо познатите и развити дестинации с цел да се увеличи интересът към района, но и да се постигне известно преразпределяне на потоците;
- диверсифициране на предлагането по отношение на видовете обекти (напр. семейни хотели, къмпинги), което би имало ефект върху въвеждането/утвърждаването на нови продукти (планински, екологичен) и насочване на туристопоток извън областните центрове;
- насърчаване на инвестициите в обща и специализирана туристическа инфраструктура, както в по-малките дестинации, така и в общините, където изобщо няма туристическо предлагане към момента;

Диспропорциите в ресурсите са предпоставка за дисбаланс в развитието на туризма на ниво община ТР София. 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 ТР „София“

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ 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 Организацията 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.



<ul style="list-style-type: none"> • София като столица - административен, културен, бизнес център с разнообразни възможности за забавление и шопинг; • Красива природа и съхранена природа • Разнообразни културно-исторически атракции и забележителности; • Наличие на разпознаваеми и емблематични туристически обекти. • Качествен продукт на хотелиерския и ресторантьорски сектор. • Оптимално съотношение цена-качество • Популярност и утвърденост на София като туристическа дестинация; • Тенденции на нарастване на търсенето към района; • Висока степен на потребителска удовлетвореност при посещенията в района; • Близост и/или достъпност до основни целеви пазари. • Голям брой туроператори и туристически агенти • Висока икономическа ефективност на хотелския сектор (в сравнителен план) • 	<ul style="list-style-type: none"> • Високо ниво на концентрация на туристическото търсене и предлагане в София; • Недостатъчна и неефективна туристическа реклама. • Недостиг на квалифициран персонал • Незадоволително състояние на общата инфраструктура; • Ниска продължителност на престоя; • Относително ниска заетост на местата за настаняване • Ниско ниво на партньорство, координация и сътрудничество между заинтересованите страни в района, вкл. в рамките на ОУТР
ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
<ul style="list-style-type: none"> • Инвестиции в подобряване и естетизация на градската и културна среда. • Диверсифициране на туристическия продукт и популяризиране на възможностите 	<p>Продължаване и задълбочаване на пандемията от COVID-19. Липса на държавна подкрепа в условията на пандемия</p>



<p>за планински туризъм, здравен (вкл. спа) и MICE.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Поетапна реализация на Витоша като туристическа дестинация • Популяризиране на по-малките дестинации в района и комбинирани продукти със София • Насърчаване на целогодишните туристически продукти; <p>Дигитализиране на туристическия маркетинг</p> <ul style="list-style-type: none"> • 	<ul style="list-style-type: none"> • Задълбочаваща се липса и отлив на квалифицирани кадри, заети в сферата на туризма. • Нарушаване на принципите на устойчиво развитие (замърсяване, презастрояване и др.) • Задълбочаваща се липса на заинтересованост на партньорите в развитието на туристическата дестинация. • Високо ниво на конкуренцията на други туристически дестинации (на национално и международно ниво). <ul style="list-style-type: none"> •
---	--

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.

В 44-то Народно събрание със собствени парламентарни групи са представени пет политически партии – ГЕРБ, „БСП за България“, ДПС, „Обединени патриоти“ и „ВОЛЯ – Българските родолюбци“. 17 депутати са независими и не членуват в парламентарни групи.

Управляващата коалиция се ползва с подкрепата на 116 народни представители, 95 от ПГ на ПП ГЕРБ и 21 от ПГ на „Обединени патриоти“, но по определени въпроси и решения разчитат на гласовете на депутатите от ПГ на „ВОЛЯ - Българските родолюбци“, както и на независими депутати. В последните месеци обаче, за мнозинството е все по-трудно да осигури кворума в пленарната зала, поради бойкот на заседанията от страна на БСП и ДПС.

На 24 ноември Парламентът отхвърли предложението на управляващата партия за нова конституция и за свикване на Велико Народно събрание, с което се слага край на перспективата за значими промени в държавното устройство и политическата система и

----- 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.



се препраща към следваща възможност за смяна на управляващото мнозинство в резултат на редовните парламентарни избори през април 2021 година.

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.

Според проучване на Европейската комисия, оповестено през октомври 2020 г., недоверие към правителството изразяват 71% от българските граждани, при 56% в ЕС, а към Народното събрание - 75%.

По данни на BBSS – Gallup от октомври 2020, с най-високо доверие сред основните политически институции се ползва президентската – над половината от пълнолетните граждани одобряват работата ѝ, докато положителните мнения за правителството и за парламента са съответно 20 и 15%.

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 от страна на БСП и ДПС; 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.

Според данните от изследванията на електоралните нагласи през цялата 2020 година, сигурните участници в следващия парламент са ПП ГЕРБ, БСП, ДПС, „Има такъв народ“, „Демократична България“ и „Изправи се БГ“. Предвижданията са за средна към висока избирателна активност, която обаче може да се окаже и доста по-ниска, заради COVID кризата.

----- www.eufunds.bg -----



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.

На местно ниво са представени както част от парламентарните партии, така и други извънпарламентарни. В 9 от 23 общини кметовете са от ГЕРБ (в една от тях в местна коалиция), в 5 от БСП, а в 1 от ВМРО. Четири от общините се управляват от независими кметове, издигнати от инициативни комитети. В останалите 4 общини кметовете са от различни парламентарно непредставени партии – Движение Гергьовден, МИР, Движение Напред България и Зелените.

Прави впечатление дългият престой в местната власт в редица общини от района. Само в 4 от 23 общини кметовете управляват за първи мандат. За втори мандат са избрани кметовете в други 8 общини. В 6 общини кметовете изпълняват трети мандат, в 3 – четвърти. Кметът на Невестино управлява за пети мандат, а този на Земен – за рекорден шести мандат.

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 възприятие 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-%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/



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 областни центрове е 3.29 при максимална стойност 5.

Най-висока стойност на индекса за туристическия район се регистрира в София - 3.69. Стойността е обща за областите София-град и Софийска област, където се включват и общините Божурище, Ботевград, Годеч, Горна Малина, Драгоман, Елин Пелин, Етрополе, Ихтиман, Костинброд, Правец, Своге и Сливница.

За Перник, където се включват Брезник, Земен, Ковачевци, Перник, Радомир и Трън индексът е със стойност 3.06. Сходно е нивото и в област Кюстендил (3.03), където попадат Бобов дол, Кюстендил, Невестино и Трекляно.

В индекса на местната система за почтеност кметските институции на 4-те общини - областни центрове, в чийто състав са общините от ТР „София“ се нареждат по следния ред: София – 2-ро място, Перник - 23-то място и Кюстендил - 24-то от 27 места.

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.

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



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 визи, 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

----- www.eufunds.bg -----



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.

----- www.eufunds.bg -----



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 обществения 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 митническият 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.

----- www.eufunds.bg -----



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 10.02.2021 г. новите случаи са 1212, т.е. 9.2% от тестваните лица. Картината в областите, в които попадат общините от ТР „София“ към 10.01.2021 г. е следната: София град – 59819, София област – 6392, Кюстендил – 5312 и Перник – 4176.

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 протиепидемични мерки: преустановяване на присъствените учебни занятия в средните и висши училища; забрана за провеждане на конгресно-конференции, културни и развлекателни, спортни мероприятия; забрана за посещенията във всички заведения за хранене и т.н. Наложените протиепидемични мерки очевидно дават резултат, но се отразяват тежко върху туристическия сектор.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> • 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 • Влошаване на състоянието на туристическия сектор и МСП в района 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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 производеният 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 година⁵

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. Външно търговското 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.

Област	БВП, млн. лв. общо	БВП на човек от населението, лв. общо
Кюстендил	1 117	9 468

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



Перник	1 123	9 356
София област	3 873	16 998
София-град	51 282	38 603

От таблицата е видна силната диспропорция между столицата и останалите области, попадащи в обхвата на района. Докато София-град генерира 43% от БВП на страната, в София-област делът спада до 3.2%, а в Кюстендил и Перник до 0.9%.

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 4-те области, в които са включени общините от ТР „София“ е както следва:

Таблица: Произведена продукция /хил. лв. по области

Област	Произведена продукция/хил.лв.
Кюстендил	1 498 260
Перник	2 004 335
София област	10 999 700
София-град	74 721 223

Регионалните данни за БВП и стойността на произведената продукция показват много ясно изразен дисбаланс и различен темп на икономическо развитие между столицата и останалите области.

Въпреки че в ТР „София“ са включени само някои общини от 4-те области, следва да се има предвид, че в тях попадат всички областни центрове. Макар и не съвсем пълна, картината ясно показва значителните различия и неравномерното икономическо развитие, което се отразява в темпа на развитие и на останалите сектори, в т.ч. и на туризма.

Икономически растеж

6

<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>



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				Еврозона			
	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 износът 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.

⁷

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

----- 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 Организацията 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.



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 европеец. 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

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%).

[8 https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/HBS2020q3_N7U2G7N.pdf](https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/HBS2020q3_N7U2G7N.pdf)

----- 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 Организацията 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.



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 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 4-те области с общини, включени в състава на ТР „София“ са:

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

¹⁰

<https://www.nsi.bg/bg/content/1833/%D1%87%D1%83%D0%B6%D0%B4%D0%B5%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%BD%D0%B8-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%BA%D0%B8-%D0%B8%D0%BD%D0%B2%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%86%D0%B8%D0%B8-%D0%B2-%D0%BF%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B8%D1%8F%D1%82%D0%B0-%D0%BE%D1%82-%D0%BD%D0%B5%D1%84%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D0%BD%D1%81%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1>

----- 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.



Таблица: Преки чуждестранни инвестиции по области

Област	Преки чужд.инвестиции (хил.евро)
Кюстендил	43 398.1
Перник	186 984.2
София област	1 527 868.6
София-град	12 693 347.9

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.

Този дисбаланс е предпоставка за различен темп и динамика в развитието на всички останали сектори, в т.ч. и на туризма в различните общини на ТР „София”.

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.

[%8F-%D1%81%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80-%D0%BA%D1%8A%D0%BC-3112-%D0%BF%D0%BE](#)

----- 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 Организацията 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.



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.

----- www.eufunds.bg -----



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 общото 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 ТР „София“ ключовите показатели, свързани със заетостта са най-благоприятни в София-град и София област. По-висока от средната за страната е безработицата в Перник.

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

Област	Коефициент на заетост 15 – 64 г. (%)	Коефициент на безработица 15-64 г. (%)
Кюстендил	67.6	2.6
Перник	70.9	8.2
София област	77.7	0.4
София-град	76.4	1.6

Икономическо състояние на областите

Анализът на Института за пазарна икономика „Регионални профили“¹¹ показва, че за 2017 г. по показателя „икономическо развитие“¹² средно икономическо развитие имат

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“



областите Кюстендил и Перник. София-град и София област има добро икономическо развитие.

Кюстендил

През 2018 г. икономическото състояние на Кюстендил се подобрява, но областта се развива по-бавно от останалата част на страната, което създава риск от постепенно изоставане спрямо водещите икономически центрове. Заплатите и доходите на домакинствата се приближават сравнително по-бързо до средните за страната. Повод за оптимизъм е развитието на пазара на труда в областта, която се радва на чувствително по-ниска безработица (3,6%) от средната, както и на относително висока заетост. Въпреки това демографските процеси продължават да оказват негативно влияние върху трудоспособното население. Кюстендил е сред областите с най-ниски инвестиции и най-слабо усвояване на европейски средства, което застрашава развитието на икономиката и в бъдеще. Развитието на инфраструктурата и качеството на административните услуги в областта са много близки до средните за страната, а режимът на местните данъци в кюстендилските общини е най-благоприятният в страната. Кюстендил е сред областите с най-силно подчертани негативни демографски тенденции в страната, особено по отношение на естествения прираст (-13,4‰ през 2018 г.). В резултат на това, както и на негативната миграция гъстотата на населението на областта постепенно спада. Образователната система в Кюстендил се справя по-добре от повечето области със записването на учениците, както и със задържането им в училище, но постига относително по-слаби резултати. По-добрите постижения в здравеопазването се дължат най-вече на големия относителен брой на общопрактикуващи лекари, съчетан с ниска заболяемост и детска смъртност. Редът и сигурността в Кюстендил постепенно се подобряват, но показателите остават по-слаби в сравнение с много други области. Интересът към културния живот в рамките на областта остава нисък, най-вероятно заради близостта до София (столица).

Перник

Икономиката на област Перник е силно повлияна от близостта и до столицата. В резултат на това Перник има относително ниско производство и БВП на човек от населението, но заплатите в областта се доближават до средните за страната, а доходите на домакинствата вече надхвърлят средните, което оказва позитивно влияние и върху показателите за бедност и неравенство. Пазарът на труда в Перник също се развива добре – икономическата активност и заетостта се задържат около средните нива за страната, а лекият ръст на безработицата означава, че все повече хора се активизират. В областта като цяло има сравнително слаба инвестиционна дейност, включително по линията на европейските фондове. И през 2018 г. инфраструктурата в област Перник се запазва на добро ниво, но при нея не се наблюдава особено подобрене през последните години. Състоянието на местната данъчна среда и на предоставяните административни услуги е

----- 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.



много близко до средните за страната стойности. Перник е сред областите с най-негативен естествен прираст на населението, което оказва изключително неблагоприятно влияние както върху числеността му, така и върху възрастовата му структура. Миграция пък почти липсва вероятно най-вече заради възможностите за ежедневна трудова миграция към столицата. Образованието в областта е относително добро, отчитайки големия брой учители, както и записването и задържането на учениците в училище. Предлаганите здравни услуги се доближават до средните за страната стойности, като ниската заболяемост отново може да се обясни с близостта до столицата. Област Перник се класира добре при показателите за ред и сигурност, особено от гледна точка на бързината на съдопроизводството и малкия дял на висящите дела. Околната среда в областта е в добро състояние, но културният живот е сравнително слабо проявен.

София област

Икономическото развитие на област София в много голяма степен е обвързано с инвестиционната и стопанската активност в столицата, като голяма част от индикаторите трябва да се разглеждат през призмата на тази близка симбиоза. Брутният вътрешен продукт на човек от населението и средната заплата са високи и отреждат на областта място след столицата и област Стара Загора. Същевременно доходите на домакинствата са под средните, а показателите за бедност – малко по-благоприятни от средните. Област София се характеризира с най-ниска регистрирана безработица и много висока заетост. Областта привлича значителни чуждестранни инвестиции, което отново е силно повлияно от интеграцията с икономиката на столицата. Стойността на произведената продукция е сходна с тази в столицата, което прави целия регион безспорен лидер за страната. По-скромни са успехите при усвояването на европейски средства. Въпреки високия дял на магистралите и първокласните пътища инфраструктурата остава с относително ниско качество. Местните данъци в нейните общини са често над средните, а оценките на качеството на административните услуги, предоставяни от тях, също не са особено високи. В Софийска област се наблюдават подчертано негативни демографски процеси, особено по отношение на естествения прираст и бързото застаряване. Близостта до София прави възможна ежедневната трудова миграция, което до голяма степен ограничава трайното напускане. Резултатите от образованието са по-скоро незадоволителни – въпреки относително доброто обхващане на учениците се отчита голям дял на повтарящите ученици и ниски оценки на зрелостните изпити. Здравеопазването се характеризира с по-голяма заболяемост и малко по-труден достъп до общопрактикуващи лекари в сравнение със средните стойности. Правосъдието в областта е бавно, като това не е следствие от натовареността на съдиите. Регистрираната престъпност е относително висока. Неблагоприятно е и състоянието на околната среда най-вече заради ниския дял на домакинствата, свързани с пречиствателни станции за



отпадъчни води. Културният живот в областта е със слаба интензивност до голяма степен заради близостта със столичния град.

София-град

Столицата е икономически най-добре развитата област в страната, като през 2018 г. различията с останалите региони на България остават значителни. Брутният вътрешен продукт на човек от населението надхвърля двойно средния за страната, а заплатите и доходите на домакинствата са с повече от 1/3 по-високи. В областта има два пъти по-малко домакинства, които живеят в материални лишения или с доходи под линията на бедност. Водещите икономически показатели се проявяват и на столичния пазар на труда, където безработицата спада до 2,1% през 2018 г., а заетостта надхвърля 75%. Работната сила е добре образована с благоприятни фактори за динамиката в средносрочен план. София привлича най-много преки чуждестранни инвестиции на човек от населението в страната. В резултат на реструктуриране и засилване на ролята на услугите разходите за придобиване на материални активи леко намаляват, но столицата остава областта с най-висок обем произведена продукция на човек от населението. Инфраструктурата е с високо качество, особено от гледна точка на достъпа до високоскоростен интернет. Столичният град обаче поддържа относително високи местни данъци, особено върху търговията на дребно и таксиметровите услуги. София е една от малкото области в България, която се радва на положителни миграционни процеси. Това помага за смекчаването на ефекта на отрицателния естествен прираст, в резултат на което столицата е сред областите с най-младо население в страната. Областта предлага най-доброто висше и средно образование в страната, като неизменно се класира на първо място по средна оценка на зрелостните изпити и е с най-нисък дял на слабите оценки на тях. София предлага и много добро здравеопазване, особено от гледна точка на достъпа до лекари специалисти. Високата натовареност на съдилищата пък води до бавно разглеждане на наказателните дела, а престъпността е над средните за страната равнища. Столицата е и лидер по интензивност на културния живот. Състоянието на околната среда е относително добро, ако оставим настрана чистотата на атмосферния въздух.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none">• 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	<ul style="list-style-type: none">• Запазване на икономическата и финансовата стабилност• Ускоряване на икономическия растеж и догонващото развитие в страната• Намаляване на различията между регионите и областите

----- 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 Организацията 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.



<ul style="list-style-type: none">• Понижаване на жизнения стандарт и благосъстоянието на населението в страната• Повишаване цените на горивата и електроенергията (вследствие на петролна или газова криза)• Невъзможност за осигуряване на работна сила с необходимите характеристики	<ul style="list-style-type: none">• Повишаване благосъстоянието и стандарта на живот• Стабилизиране цените на горивата и електроенергията;• Поддържане на оптимален темп на инфлацията и курса на националната валута• Приключване на процеса приемането на еврото като официална валута за страната
---	---

Социално-културни

Демографски промени

Демографската ситуация в България през 2019 г. се характеризира с продължаване на процеса на намаляване и застаряване на населението; задълбочаване на дисбаланса в териториалното разпределение на населението; намаляване на броя на живородените деца и коефициента на обща раждаемост; намаляване на броя на умрелите лица, но нарастване на коефициента на обща смъртност; намаляване на детската смъртност; увеличаване на броя на сключените граждански бракове и броя на бракоразводите; увеличаване на очакваната средна продължителност на живота¹³

Към 31 декември 2019 г. населението на България е 6 951 482, което представлява 1.4% от населението на Европейския съюз. В сравнение с 2018 г. населението на страната намалява с 48 557 души. Прогнозната стойност за 2030 г. е за около 6,5 милиона жители.

Коефициентът на *естествен прираст* на 1000 души в края на 2019 г. е -6,5, а коефициентът на *смъртност* – около 15 на хиляда средно за страната. Вследствие на повишената смъртност от COVID епидемията, в края на 2020 г. коефициентът на смъртност средно за страната надвишава 18 и предполага показателите в долната таблица да бъдат още по-негативни.

Демографската картина в 4-те области, общини от които влизат в състава на ТР „София“ е показана в таблицата по-долу. От нея е видно, че единствено в столицата се наблюдава сравнително двойно по-нисък коефициент на смъртност и съответно по-висок, макар и отново отрицателен коефициент на естествен прираст. Според прогнозата на НСИ само в София-град се очаква увеличаване на населението към 2030 г.

¹³ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/Population2019_XE8MEZL.pdf



Таблица: Коэффициенти на естествен прираст и смъртност на 1000 души от населението през 2019 г.¹⁴

Област	Коэффициент на естествен прираст	Коэффициент на смъртност	Прогноза за населението през 2030, спрямо 2020 г. ¹⁵	
			2020 г.	2030 г.
Кюстендил	-13.2	20.6	117 143	102 184
Перник	-13.1	20.4	118 370	105 066
София област	-9.3	18.3	227 361	210 228
София-град	-2.0	11.8	1 336 554	1 362 231

По важния за икономическото развитие показател „Относителен дял на населението с висше образование (%)”¹⁶, отново се регистрират значителни разлики. Докато в столицата мнозинството от населението между 25 и 64 има завършено висше образование, за Кюстендил и Перник делът е два пъти по-нисък, а в София област - над четири пъти по-нисък.

Таблица: Относителен дял на населението на възраст между 25 и 64 навършени години с висше образование (%)

Кюстендил	21.5
-----------	------

¹⁴

<https://www.nsi.bg/bg/content/2989/%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B2%D0%B5%D0%BD-%D0%BF%D1%80%D0%B8%D1%80%D0%B0%D1%81%D1%82-%D0%BD%D0%B0-1-000-%D0%B4%D1%83%D1%88%D0%B8-%D0%BE%D1%82-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%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%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8-%D0%B8>

¹⁵<https://www.nsi.bg/bg/content/2996/%D0%BF%D1%80%D0%BE%D0%B3%D0%BD%D0%BE%D0%B7%D0%B0-%D0%B7%D0%B0-%D0%BD%D0%B0%D1%81%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D0%B5%D1%82%D0%BE-%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/11427/%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82-%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%80%D0%B0-%D0%B7%D0%B0%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%B0>

----- 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 Организацията 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.



Перник	21.4
София област	12.0
София-град	52.8

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-

¹⁷ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/TUS2009_2010.pdf

¹⁸ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15287.pdf>



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 изкуство; едва 16% ходят на театър или кино, като в тази група преобладава делът 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 делът и на поревностните 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 ентузиасты“, 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%,

¹⁹ <https://www.unicef.org/bulgaria/media/8821/file>



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 делът от 23%, които споделят за средно дневно потребление от над 3 часа.

Потребление на Интернет сайтове и видеоплатформи

Всекидневното посещение на Интернет сайтове, различни от социалните мрежи и търсачките, е характерно за 40% от анкетираните, 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 15-19г. 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

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>

----- 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.



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.

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.

Таблицата²² по-долу илюстрира стойността на индикаторите за бедност и социално включване за 2018 г. за всяка от 4-те области, чиито общини влизат в състава на ТР София е:

Таблица: Стойност на индикаторите за бедност и социално изключване

Област	Линия на бедност 1 лице 2018 г./лв	Относителен дял на бедните спрямо линията на бедност за областта
Кюстендил	4 272	28.8
Перник	5 703	20.9
София област	4 717	16.8
София-град	7 063	20.8

²²<https://www.nsi.bg/bg/content/8262/%D0%B8%D0%BD%D0%B4%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8-%D0%B7%D0%B0-%D0%B1%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82-%D0%B8-%D1%81%D0%BE%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%BE-%D0%B2%D0%BA%D0%BB%D1%8E%D1%87%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%B5-%D0%BF%D0%BE-%D0%BE%D0%B1%D0%BB%D0%B0%D1%81%D1%82%D0%B8>



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 ²³ по-долу обобщава индикатори от категорията доходи и условия на живот за 4-те области с общини, включени в ТР „София“, които имат отношение към бедността.

Таблица: Индикатори от категорията доходи и условия на живот

Показатели (2019)	Кюстендил	Перник	София област	София-град
Средногодишен доход на лице от домакинството (лв.)	4977	7049	4844	8224
Относителен дял на бедните спрямо линията на бедност за страната	32.9%	14.2%	17.6%	10.0%
Процент от населението, живеещо с материални лишения	16.9%	18.8%	14.5%	10.8%
Средна годишна брутна заплата на наетите (лв.)	9476	10321	13425	19026

Налице са добре изразени дисбаланси по области, общини от които влизат в състава на ТР. Очаквано, най-добри са показателите в столицата, където средните доходи са най-високи, а дяловете на бедност и материални решения са най-ниски.

²³ <https://www.regionalprofiles.bg/bg/regions/>



Моделите 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 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.,

----- 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 Организацията 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.



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.

----- www.eufunds.bg -----



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 НСИ²⁴ 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.

²⁴ <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 ²⁵	Легла болничните заведения	в Население на един лекар и на един лекар по дентална медицина на 31.12.2019 г.	
			Лекар	Лекар по дентална медицина
Кюстендил	5	1007	409	112
Перник	4	477	350	141
София област	14	1707	907	125
София-град	65	10661	6 801	1 885

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 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.

25

<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 -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията 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.



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 изразходила 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.

----- 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.



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 предпензионна 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 НСИ²⁶ към края на 2019 г. училищата в областите в състава на ТР „София“ са както следва: Кюстендил – 30, Перник – 32, София област – 80 и София-град –

²⁶ <https://www.nsi.bg/bg/content/3508/%D1%83%D1%87%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%89%D0%B0-%D0%BF%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BB%D0%B5%D0%BB%D0%BA%D0%B8-%D1%83%D1%87%D0%B8%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B8-%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%89%D0%B8-%D0%B8-%D0%B7%D0%B0%D0%B2%D1%8A%D1%80%D1%88%D0%B8%D0%BB%D0%B8-%D0%B2-%D0%BE%D0%B1%D1%89%D0%BE%D0%BE%D0%B1%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%BE%D0%B2%D0>



233. Нетният коефициент на записване в детските градини варира от 80.3% в Кюстендил и София-град до 88.6% в Перник.

Таблица: КОЕФИЦИЕНТ НА ЗАПИСВАНЕ НА ДЕЦАТА В ДЕТСКА ГРАДИНА ПО ОБЛАСТИ

Област	Групов нетен коефициент на записване на децата в детските градини % ²⁷
Кюстендил	80.3
Перник	88.6
София област	85.6
София град	80.3

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.

%B0%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%BD%D0%B8-%D0%B8-
%D1%81%D0%BF%D0%B5%D1%86%D0%B8%D0%B0%D0%BB%D0%BD%D0%B8-
%D1%83%D1%87%D0%B8%D0%BB%D0%B8%D1%89%D0%B0-%D0%BF%D0%BE

27

<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 -----

Проект BG16RFOP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитета на МСП в сектор туризъм чрез оказване на подкрепа за създаване и функциониране на Организацията 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.



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 Еберт²⁸, 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 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

²⁸ <http://library.fes.de/pdf-files/bueros/sofia/15287.pdf>



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 вкъщи, 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 ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	(РИСКОВЕ,	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none">Увеличаване на отрицателния прираст на населението		<ul style="list-style-type: none">Социално развитие, догонващо средното за ЕС



- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• 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 | <ul style="list-style-type: none">• 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 НСИ²⁹ през 2019 г. разходите за научноизследователска и развойна дейност (НИРД) са 1 002.1 млн. лв., а персоналът, зает с провеждането на научни 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.

²⁹ https://www.nsi.bg/sites/default/files/files/pressreleases/NIRD_2019_O2NGWYK.pdf



Данните на НСИ³⁰ за разходи за НИРД по статистически райони и сектори - 2019 г. показват, че в Югозападния район, в който попадат четирите области от ТР „София“ разходите са в размер на 736 037 хил. лв. На фона на останалите райони, размерът на инвестициите е висок, като това се дължи предимно на инвестициите в столицата.

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 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

30

<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>

----- 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 Организацията 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.



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

Състояние на инфраструктурата, в това число на туристическата инфраструктура

Софийски туристически район е облагодетелстван от изключително добра транспортна достъпност. През територията на района преминават 3 от паневропейските транспортни коридори:

Европейски транспортен коридор № IV (Дрезден - Прага - Братислава - Гьор -

Будапеща - Арад - Крайова - София - Пловдив – Истанбул, с разклонение София - Солун)

Европейски транспортен коридор No VIII (Дурас - Тирана - Кафтан/Кафасан - Скопие - Деве Баир - Гюешево - София - Пловдив – Бургас).

Европейски транспортен коридор No X (Залцбург - Любляна - Загреб - Белград - Ниш - Скопие - Велес - Солун, с разклонение Ниш - София - Димитровград - Истанбул по IV коридор;

Пътна инфраструктура

Автомобилният транспорт в района е осигурен с магистралите Хемус (връзка със Северна България), Тракия (връзка с Южна България), Струма (връзка с Югозападна България) и вътрешната за района АМ Люлин. В строеж е и АМ Европа, която ще свърже София с границата със Сърбия при Калотина.

Допълнително е развита републиканската пътна мрежа, като с най-голямо значение за района са Е79 (Видин-София), Е80 (I-8) София- Калотина и Е871 (I-6) Гюешево - Кюстендил - Перник - София;

Ж.п. инфраструктура

----- 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 Организацията 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.



Основните жп линии, обслужващи територията на района, са участъците от главните жп линии „Драгоман-София-Пловдив“ (ЕТК № 10 и 4), Подбалканската жп линия „София-Карлово-Бургас“, ж.п. линиите „София-Г.Оряховица-Варна“ и „София-Кюстендил-Гюешево“ (ЕТК № 8) и „Видин-София-Кулата“ (ЕТК № 4). Посочените като части на ЕТК жп линии осъществяват интеграцията на района с железопътната мрежа на страната и на Югоизточна Европа.

Най-голяма е дължината на изградената жп мрежа в област Софийска – 300 км, а най-малка в област Перник (116 км) и област Кюстендил (121 км). На територията на област София (столица) са изградени 186 км. жп линии.

Районът, чрез столицата София, разполага и с най-голямата жп-гара в страната.

Въздушен транспорт

София разполага с най-голямото международно летище в страната, което за последните години бележи ръст на пътничкопотока.

През 2018 г. Летище София е обслужило по международни и вътрешни редовни и чартърни полети 6 928 736 пътници, което е с близо 7% повече спрямо предходната година. Общият брой на пристигналите пътници възлиза на 3 434 831 души, което представлява увеличение с 7,44% спрямо 2017 г.

В структурата на пристиганията доминират тези с международни редовни полети, които съставляват 93% от всички пристигания, докато пътниците, пристигнали с международни чартърни полети и с вътрешни редовни и чартърни полети имат значително по-малък дял, съответно 3% и 4%.

През 2018 г. са осъществявани редовни полети от и до 66 дестинации, като с най-голям пътничкопоток са дестинациите във Великобритания, Германия, Италия, Франция, Испания. Тези държави са и пазарите, генериращи най-голям брой чуждестранни туристи към София.

Нарастването на броя на пристигащите засяга всички сегменти и през последните три години следва постоянна положителна тенденция. Най-значително е то при пътниците при международните чартърни полети - над 53%, докато при другите сегменти нарастването е с по-умерени темпове - 6,29% при международните редовни полети и близо 15% при вътрешните полети.

Районът се обслужва от всички видове транспорт (без морски), което улеснява изключително достъпа до дестинацията и разширява възможностите за посещение.

Въпреки че не е централно разположен спрямо територията на страната, районът разполага с много добри шосейни и жп-връзки с повечето ѝ части, като достъпът от най-отдалечената - Варна, се допълва от възможностите на въздушния транспорт.

----- www.eufunds.bg -----



Граничното разположение на района и относителната близост на София до три съседни държави - по шосе София отстои на около 60 км от границата със Сърбия на запад, на 110 км от границата с Македония на югозапад и на 200 км от границата с Гърция на юг., са предпоставка за развитие на международен туризъм.

Достъпът до основните туристически дестинации и обекти в рамките на района може да се оцени като много добър, особено в сравнителен план с други райони в страната.

Почти всички основни туристически дестинации в района са осигурени с достъп по магистрала и/или първокласен път, като недостатъците са свързани по-скоро с разпределението на пътната мрежа:

- поради планинския характер на релефа пътната мрежа в определени части на района е с ниска гъстота и предимно нисък клас (Краище, Стара Планина);
- пътната мрежа е изградена концентрично (с център София), като на места липсват достатъчно добри преки връзки между отделните части (напр. Кюстендил-Брезник, Етрополе- Елин Пелин/Ихтиман);

Основен проблем е състоянието на пътната инфраструктура, с участъци в лошо състояние, особено що се отнася до общинската инфраструктура. Състоянието на пътната мрежа затрудняват интегрирането на отделни региони (Краище), ограничават мобилността на работната сила и достъпа до различни видове туристически обекти и услуги.

За района на София, въпреки значителните подобрения, проблем остава състоянието на част от пътищата, трафикът и най-вече ограничените възможности за паркиране.

ЗАПЛАХИ (РИСКОВЕ, ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА)	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none">• Нисък процент на разходите за НИРД на университетите и особено на нетърговските организации• Ниски бюджетни разходи за НИРД• Огромен 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 туристическия район София	<ul style="list-style-type: none">• 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



- 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
- Неразвитост и слабо използване на ЖП транспорт

- широколентовия достъп до интернет
- Модернизиране на железопътните пътнически превози

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.

----- 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.



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 намалее 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 тенденции³¹:

- 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

31

https://www.moew.government.bg/static/media/ups/articles/attachments/Specialna_chat9_29dbdd9d9a2e4690311a63dd80adda6.pdf



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 Index³², 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

³² <https://epi.yale.edu/downloads/epi2020report20200911.pdf>



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
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

----- www.eufunds.bg -----



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)	(РИСКОВЕ,	ВЪЗМОЖНОСТИ (ШАНСОВЕ)
<ul style="list-style-type: none"> 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 		<ul style="list-style-type: none"> 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

----- 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 Организацията 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.



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.;

----- www.eufunds.bg -----



- 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 екотуризъм (2002), в която се препоръчват мерки за: формиране на политика за развитие на екотуризъм 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 екотуризъм 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

----- 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.



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)
---------------------------------------	--

----- 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 Организацията 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.



<ul style="list-style-type: none"> • 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 	<ul style="list-style-type: none"> • 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 ТР „София“

ФАКТОРИ НА МАКРОСРЕДАТА	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
ФАКТОР 2 Икономически растеж			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.



ПРАВНИ:										
ФАКТОР	1	Вътрешно-правни фактори	x						x	
ФАКТОР	2	Международно-правни фактори	x						x	

*Посока на влияние: (+) положителна; (-) отрицателна; (0) както положителна, така и отрицателна
Оценките са на екипа, разработил Стратегията.

2. Визия

Туристическия район да се позиционира на европейския и световен културен календар като привлекателна културна и уникална туристическа дестинация, предлагаща целогодишен делови и културен туризъм, привличащ хора с уникален микс от различни епохи, стилове, гледки, звуци и вкусове.

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.

----- 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 Организацията 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.



3. 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 Район София като дестинация със собствена марка за делови, културен, здравен, градски и шопинг туризъм на основата на столичната културна и институционна среда, планинската природа и балнеоресурсите в района

- Развитие на MICE туризма на основата на градските ресурси на столичния град
- Развитие на всички видове и форми на културно-исторически и фестивален туризъм в град София
- Развитие на планински пешеходен и планински ски туризъм и крайградски отдиш в района на Витоша
- Развитие на балнео, СПА и уелнес туризъм в Кюстендил, Баня и Правец
- Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на Софийската Света гора

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 - въздени градини, тролеи, велопътеки.

----- www.eufunds.bg -----



- Развитие на селския туризъм и по-конкретно на етнографията, традициите и местната кухня
- Създаване и популяризиране на бранд на ТР София

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

----- www.eufunds.bg -----



СПЕЦИФИЧНА ЦЕЛ: ПОДОБРЯВАНЕ КАЧЕСТВОТО НА ПРЕДЛАГАНИТЕ УСЛУГИ

Цел 1: Подобряване на качеството на туристическите продукти

- Подобряване на транспортната инфраструктура (пътна, жп, летищна, пристанищна)
- Осигуряване и поддържане на удобни и с достатъчен капацитет паркинги за организирани и индивидуални туристи
- Подобряване на водоснабдяването и качеството на питейната вода в туристическите места
- Подобряване на пречистването и отвеждането на отпадъчните води в туристическите места
- Ефективно управление на отпадъците в туристическите места
- Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им крайбрежна 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 авиокомпании за откриване и поддържане на допълнителни въздушни връзки за летището в София

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

----- 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.



- 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

4. Целеви пазари и групи потребители

Източници на информация

Проведеното в рамките на Дейност 1 проучване показва, че основният източник на информация за българските и чуждестранните туристи в Софийския туристически район е

----- 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 Организацията 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.



интернет – посочен от 83% от българите и 85% от чужденците Телевизията също е силен информационен канал, използван от малко над 39% от българските туристи и 26% от чужденците. Т.нар. word-of-mouth (препоръки от приятели и познати) са решаващи за 35% от българите и 26% от чужденците. Силно впечатление прави, че чужденците се вдъхновяват за посещение и от каталози на туроператори (21%), туристически изложения (11%), рекламни брошури и каталози (9%).

Тематичен обхват на информационните и рекламни материали за района

Участвалите в проучването потвърждават, че са разполагали с предварителна информация за по-голямата част от типове ресурси и възможности за туризъм в района. Най-голяма част са търсили информация за природни забележителности и културни паметници и атракции (над 80 %), за възможностите за развлечение и местата за хранене (над 70 %), както и за местата за настаняване (57%). Най-малко предварителна информация са имали анкетираните относно възможностите в района за ловен, риболовен, голф и друг спортен туризъм (20,7%), които и обективно имат по-слабо разпространение и по-тясна целева група. С оглед ресурсите на района, като недостатъчна може да се окаже предварителна информация за възможности за лечение/отмора в санаториуми/балнео-лечебни места, за бизнес и за фестивали, събори и др. културни прояви.

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



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

Страни в групата	България, Великобритания, Германия, Чехия, Полша, Франция, Русия, Румъния, Турция, Гърция,	Сърбия, Северна Македония, Украйна, Молдова, Дания, Финландия, Норвегия, Швеция, Унгария, Словакия	Испания, Австрия, Белгия, Холандия, Кипър, САЩ, Китай, Япония, Беларус, Словения
------------------	---	---	--



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 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. Софийският туристически район следва да се рекламира основно като място, което приютява столицата на страната ни, и именно заради това би следвало да се посети от всеки българин. Младите хора, на възраст до 35 години, могат да бъдат привлечени с градския развлекателен и шопинг туризъм, бар културата на международно ниво и модерната кухня, придружени от природни и културни забележителности. Хората на по-зряла възраст могат да бъдат привлечени основно с офертите за културен и религиозен туризъм, допълнени с възможности за медицински и рекреативен туризъм. Допълнителна целева група, на която трябва да се обърне внимание, са представителите на бизнеса от всички останали райони в страната, на които Софийският туристически район предоставя едни от най-добрите възможности за бизнес и конгресен 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. За немските туристи Софийският туристически район предлага отлични възможности за кратки, но пълноценни екскурзии през уикенда, с посещение на културни забележителности в столицата, опознаване на местната кухня и вино, посещения на природни забележителности в района. При промотиране на района следва също да се

----- 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

акцентира на възможностите за СПА и уелнес услуги в рамките на предпочитаните от тях висококатегорийни места за настаняване. Те реализират посещенията към страната ни предимно през лятната им ваканция, така че допълнителна опция е предлагането на посещения в района като част от престоя с основна цел морски отдих. 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

Районът е посещаван от гражданите на Великобритания, заради възможностите за т.нар. city breaks – уикенд екскурзии с културно-познавателни турове, вино и гурме преживявания, разходки сред природните забележителности в района, комбинирани със СПА и уелнес услуги по време на престоя. Регистрира се интерес и към специализирани форми на туризъм като еко и селски туризъм, приключенски, фестивален и други. Бизнес и конгресен туризъм (MICE) също е ниша със сериозно търсене от страна на тази целева група. Туристите от Великобритания в района са предимно на възраст между 25-45 години, като младите несемейни туристи доминират и предпоставят нуждата от рекламиране на района като дестинация с разнообразни възможности за забавление – бар култура на международно ниво, отлични ресторанти и многообразие от забележителности от културен и природен тип. Друга група са хора на възраст над 50 г. със средни и над средните доходи, на които следва да се предлагат преживявания с културно-опознавателна насоченост. 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.



Полша

Полша е един от най-важните пазари за България в Централна Европа. Очертава се като най-бързо развиващият се пазар за изходящи пътувания в Европа. Софийския туристически район привлича основно младежи със средни доходи, търсещи приключения и забавления през уикенда, както и семейства с деца със средни доходи, пътуващи основно с опознаване на забележителностите в столица от Източна Европа. За младите трябва да се акцентира върху вълнуващия нощен живот на столицата ни, а за всички възрастови групи е атрактивна офертата за многообразие от активности през деня

----- 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.



– от посещения на основни културни обекти, през опознаване на природата на една ръка разстояние от шумния град, до възможностите за дегустация на типични за страната ни храни и напитки. Полските туристи вземат самостоятелни решения относно избора на дестинация за своята почивка. Търсят информация предимно в интернет, доверяват се на публикациите в онлайн портали и специализирани сайтове за туристически резервации. Немалка част от полските туристи използват услугите на туроператори и туристически агенции.



Русия

Русия е най-големият генериращ пазар на задгранични пътувания в Източна Европа. Преобладаващата част от пътуващите с цел туризъм в България са със средни и над средните за страната доходи. Интерес към района имат основно младите хора, търсещи вълнуващ нощен живот, комбиниран с опознавателни обиколки на културни и природни обекти. Друга група туристи са семействата с деца и двойките на и над средната възраст, които също посещават страната ни основно през лятото. Основната причина за посещение на всички възрастови групи е пълноценен летен отдих, което означава, че района следва да се промотира основно като дестинация, която може да бъде посетена за една или две нощувки в рамките на вече планирана морска почивка, с цел по-пълноценно преживяване в България. Софийския туристически район може да увеличи интереса на целевата група като отговори по-добре на изискванията за разнообразни преживявания, добро обслужване и гостоприемност, владеене на техния език, достъпни цени и балнео-, SPA и уелнес програми към хотелите в района. Туристическите агенции имат най-голямо влияние върху избора и са най-често използваните канали за резервации. Руските граждани черпят вдъхновение за при избора на дестинация от рекламите в интернет, препоръките от приятели, членове на семейството или други познати, както и от туристическите агенции и сайтовете на конкретни хотели с рекламно присъствие в интернет.



Украйна

България е атрактивен туристически пазар за украинските граждани, основна част от които посещават българското Черноморие. Украинските граждани пътуват до България най-често със самолет, което прави възможно отклоняване на част от потока към кратки опознавателни турове до Софийския туристически район. Украинските туристи в България са млади хора и хора на средна възраст, със средни и високи за страната си доходи.

----- 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

Украинците като цяло търсят уникални преживявания, младите и несемейни биха оценили високо нощния живот в района, местната култура, а близостта до природни забележителности и културно-историческото наследство в района могат да привлекат по-възрастните. Възможностите за СПА, балнео и уелнес процедури в района следва също да бъдат активно промотирани. Пътуванията до България са предимно резервирани чрез туристически агенции, макар делът на индивидуалните резервации по интернет да се увеличава. Подобно на поведението при резервиране, основният източник при търсене на информация е туристическата агенция, следвана от приятели, роднини и интернет.



Чехия

Чехите посещават страната ни основно през лятото с цел морски отдых, като интереса към Софийския туристически район може да бъде допълнително повишен чрез развитие и последващо промотиране на кратки по продължителност туристически продукти, с културно-опознавателна, вино и гурме, балнео, СПА и уелнес насоченост. Районът е привлекателен за младежи, които пътуват основно с цел лятна почивка, но могат да удължат престоя си при подходящо предложение за много приключения, активности на открито и вълнуващ нощен живот, дегустации на вино и храна, както и възможности за културно-познавателни обиколки. 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.



Румъния

Румъния е в топ 3 на чуждестранните генериращи пазари за България, като Софийския туристически район следва да отговори на все по-силното търсене на уикенд почивки с културно-опознавателна насоченост. Румънските туристи в България са млади хора и семейни хора на средна възраст. 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. Поради близостта си до страната много често пътуват със собствен транспорт, което означава, че Софийския туристически район може да ги привлече и задържи, предлагайки комплексно преживяване с културни забележителности, традиционна кухня и СПА и уелнес процедури на мястото за почивка на достъпни за тях цени.

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 Организацията 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



Сърбия

Близостта на страната прави Софийския туристически район една от основните дестинации на наша територия за сърбите. Сръбските туристи, които посещават България, са млади хора и семейни хора на средна възраст, предимно с високи доходи, основно с интерес към Черноморието. Сърбите се интересуват от културните и природните забележителности в района, а младите сърби – и от възможностите за градски развлекателен и шопинг туризъм. По-голямата част от сърбите пътуват до България без предварителна резервация, като пътуват с автомобил или автобус. За повечето сръбски граждани препоръките от близки са от основно значение за избор на дестинация, следвано от информация от интернет и предишен положителен опит със съответната дестинация. Почивките се резервират през туристически агенции, както и след самостоятелно проучване в интернет.



Гърция

Освен ски курортите ни, гръцките граждани демонстрират интерес и към културен, СПА и уелнес туризъм. Районът е привлекателен за тях със своята история, градска култура и природни дадености, съвсем различни от тези в собствената им страна. В района отсядат трайно с цел образователна дейност много млади хора, които следва да бъдат окуражени да опознаят възможностите, които Софийския туристически район им предлага. Гръцките граждани пътуват до България основно с автомобил, автобус, но също и със самолет. Гръцките туристи в България са млади хора и хора на средна възраст. Гърците разчитат до голяма степен на препоръката от познати при избора на дестинация за почивка, но също така използват активно и интернет.



Турция

Турските туристи в България обикновено са млади хора и такива на средна възраст, сериозна част от които пътуващи по работа. Интересът им към градски културно-опознавателен туризъм в страна с доста по-свободен режим, както и възможностите за настаняване във висококатегорийни хотели с отлични възможности за рекреация, следва да бъдат адресирани от района. Те държат на добри цени, отлично обслужване, климат и природни забележителности, нетипични за техните ширини. При избора си за почивка турците използват основно интернет, доверяват се на препоръки от близки и приятели.

----- 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



Северна Македония

Близостта на района до Северна Македония го прави перспективен при предлагане на вълнуващи краткотрайни почивки, основно през уикенда. Туристическата оферта следва да се фокусира на културно-историческото наследство, възможностите за градски развлекателен и шопинг туризъм, комбиниран с балнео, СПА и уелнес процедури. Районът се посещава основно от млади хора, както и от млади семейства с деца, със средни и високи за страната им доходи. Основен елемент при избора на почивка е препоръката от познати и приятели, а предпочитаните канали за резервации са туристическите агенции и интернет.



Франция

Туристическият район е популярна дестинация за френските туристи заради възможността за посещение на столица със запазен източноевропейски почерк, предлагаща богато културно-историческа програма, съчетана с природни забележителности само на крачка разстояние. Възможностите за медицински туризъм (основно дентален), балнео и СПА процедури, винени и кулинарни дегустации могат да увеличат интереса им допълнително. 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.



Изrael

Израелските граждани могат да бъдат привлечени не само с природните дадености на района, но и с историческото наследство, запазило спомена за смели действия на страната ни по време на Втората Световна война. Те търсят отлично обслужване във висококатегорийни хотели, но на приемлива цена, като имат силен интерес към обиколни турове с цел опознаване на страната и района, в който почиват. Обичайно туристите са на средна възраст, семейни. Средната продължителност на пътуванията на израелски граждани е минимум 7 нощувки, основно с цел морски отдих, което означава, че Софийския туристически район може да им предложи допълнително изживяване на своя територия, с посещения на забележителности, СПА и уелнес процедури. От особено значение е разнообразието и качеството на предлаганата храна. При пътуване в чужбина

----- 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-често използваните източници на информация са Интернет, приятели и роднини, а по-малка част от тях обмислят след преглед на пътеводители и справочници.



Швеция



Норвегия



Финландия



Дания

Поради множеството си сходства, т.нар. Северни страни могат да бъдат разглеждани като един общ пазар, с все по-силен интерес към България. Те посещават страната ни главно през лятото, с цел морска почивка, но се идентифицира интерес и към Софийския туристически район, заради столицата. Туристите от Северните страни, които посещават района, основно са млади хора без деца. Добавената стойност на района се състои в културно-историческите и природните забележителности, фестивалите и другите културни прояви, дегустацията на местни храни и вино, а специално за младите - вълнуващия нощен живот на центъра на района. Туристите от тези страни са платежоспособни, търсят висококатегорийни хотели, но са взискателни и към цената на услугата. Препоръките от близки и познати имат най-голямо влияние върху решението за избор на дестинация за пътуване. Предпочитат да организират пътуванията си самостоятелно, предимно по Интернет, а туристическите агенции по-рядко се използват като канал за резервации.



Молдова

Туристите от Молдова са основно млади хора, търсещи забавления и вълнуваща градска култура. Обичайно се възползват от all inclusive оферти и не харчат много средства на място. Почивките са организирани, а превоза често е автобусен.



Словакия

Словаците пътуват предимно през летния сезон, като за тях Софийския туристически район е много добър вариант за междинна спирка по пътя към морския бряг, с цел културно-опознавателен туризъм. Освен посещения на забележителности, могат да бъдат привлечени и впечатлени достатъчно за повторно посещение и чрез обещания за балнео, СПА и уелнес процедури, както и дегустация на традиционни за района и страната кухня и алкохолни напитки. Районът следва да фокусира усилията си в посока привличане на млади хора с интерес към градския развлекателен туризъм, както и хора над 50 г., търсещи култура и природа. Търсят информация предимно в интернет, доверяват се 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.



препоръките на техни близки, колеги и приятели, но проверяват щателно и публикациите в онлайн портали и специализирани туристически сайтове. Най-често използват услугите на туроператори и туристически агенции, макар част от тях да организират почивките си и самостоятелно.



Унгария

Унгарците избират района заради отличните възможности за културен туризъм през уикенда, но могат да бъдат допълнително стимулирани с акцентирание на кулинарен туризъм, СПА и уелнес процедури. Основно интерес към района имат младите, несемейни хора, които са привлечени от активния нощен живот и възможностите за разнообразни преживявания през деня. При избор на дестинация за своята почивка унгарците се доверяват основно на препоръките на свои приятели, роднини и колеги. Преглеждат внимателно и коментари и отзиви в интернет.

5. 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

Най-голям дял (20,7%) от анкетираните оценява като основно предимство на района обстоятелството, че в него попада столицата София с всички прозрителски от това положителни социални, икономически, културни и други последствия. Следващите 3 дефинирани предимства на района също са пряко свързани с големия град - бизнес и деловите възможности (5,8%), възможностите за шопинг и развлеченията (по 3,9%). Едва едно предимство от Топ 5 предложенията на анкетираните е свързано с природен или културен туристически ресурс - планината, а сред всичките предложения има само още две с такъв характер - статута на културен център и минералната вода. Тези резултати говорят за едно почти пълно идентифициране на района само със София .

Подобряване на общата инфраструктура и достъпност на средата в района и предлагането на целогодишни туристически продукти, са онези мерки, които според най-голям дял от респондентите (по около 30%) биха имали ефект за превръщане на района в уникална и конкурентна дестинация. В допълнение, немалка част (приблизително всеки 4-ти) вижда перспектива в повече публични прояви и събития, разработването на уникални продукти и повишаване качеството на обслужване. Като цяло мерките за

----- www.eufunds.bg -----



развитие на продукта са категорично по-важни за анкетираните от чисто маркетинговите действия.

Половината от анкетираните се затрудняват в преценката за недостатъците на района. При останалите недостатъците са разпределени в две основни групи - проблеми със замърсяването (на градската среда, на въздуха, почистването) и проблеми с инфраструктурата (състояние на пътищата, липсата на паркинги). Едва 1% вижда като недостатък рекламата на дестинацията.

Мненията на респондентите са изключително фрагментирани по отношение на това кое е основното предимство на района. Най-голяма част от тях (19,1%) са посочили като такова обстоятелството, че в него попада столицата София. На следващо място се нарежда изгодното местоположение с 13,2 % от мненията. Всички останали дефинирани предимства имат значително по-малка относителна тежест в отговорите.

По отношение на недостатъците, анкетираните ги виждат по-скоро в средата, отколкото вътре в сектора и фокусират своите мнения най-вече върху проблемите със транспорта и градската среда - с тях са свързани 5-те основни недостатъка, дефинирани в отговорите - лошата инфраструктура (19,7%), чистотата на градската среда (13,2%), липсата на паркоместа, трафикът и лошите пътища.

Основната специализация на района, дефинирана с Концепцията за туристическо райониране делови и културен туризъм, среща одобрението на над 60 % от анкетираните. Положителните отговори преобладават при всички групи, като само при заведенятия не достигат 50%, но за сметка на много висок дял на тези, които не могат да преценят.

Като цяло интервюираните експерти виждат основните предимства на района в **планините, минералните извори и богатото-културно-историческо наследство**. Особено подчертано е значението на красивата и разнообразна природа, която привлича (или може да привлича) туристи към целия район.

Специално внимание се обръща на София и нейния потенциал, както и на положителното въздействие което има близостта до столицата за останалите части на района. Коментирайки София интервюираните формулират ясни нейни предимства:

- богати и разнообразни дадености за развитие на **различни видове туризъм** (културен, кулинарен, гурме, културно-исторически, здравен, религиозен, спортен, фестивален, дентален, нощен живот и други).
- **висока концентрация на много забележителности**, архитектура и културни паметници, останки от комунистически паметници в центъра на града
- **интернационален град**, който предлага богатство по отношение на всички култури и може да бъде привлекателен за посетители от целия свят.

----- www.eufunds.bg -----



- сравнително **евтина дестинация**, което в комбинация с **гостоприемството** създава възможност за туристите да изкарат престоая си с много малко пари.
- **Некомерсиален град**. Това, че градът към момента все още не е толкова популярна дестинация, може да се използва като предимство.

Недостатъци

Споделените мнения насочват вниманието към различни типове проблеми и недостатъци на района, свързани както със средата за развитие, така и с ползването на ресурсите и вътрешноотраслови характеристики.

- **Инфраструктурата** се идентифицира като значим проблем. Макар да се отчита направеното до момента – изграждане на метро, обновяване на настилката на някои улици, инфраструктурата остава елемент от туристическия продукт, който изисква още подобряване, като особено това е валидно за останалите части на района (извън София).
- Специално внимание се обръща на липсата на достатъчно лифтове, които да осигуряват достъп до планините в региона - Витоша, но също Осогово, Стара планина и т.н. Този въпрос е пряко свързан с **ниската степен на използване на някои от ресурсите**.
- Въпреки наличието и широкото разпространение на минерални извори, **СПА индустрията не е достатъчно развита**. Липсват достатъчно СПА хотели и минерални басейни, където туристите да се възползват от това предимство на района.
- Освен СПА хотелите, като цяло извън столицата липсва достатъчна база за настаняване, което индикира както **ограничената настанителна база като бариера за развитието на туризма** в определени части на района така и **високата концентрация на предлагането само в София**
- Ясно се дефинира **необходимостта от дигитализация**, свързана с предлагането на туристическия продукт, която да подпомогне неговата разпознаваемост, атрактивност и конкурентоспособност

Освен свързаните и със София недостатъци по-горе, експертите идентифицират специфични недостатъци на туристическия продукт и развитието на туризма в самата столица:

- Всички експерти се обединяват около мнението, че **възможностите на Витоша не са използвани** достатъчно активно. Те възприемат Витоша като едно от най-ценните

----- 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.



богатства на София, което за съжаление е съсипано поради неправилна приватизация на лифтовете, опасни съоръжения (Симеоновския лифт), проблеми с концесията и други.

- София започва да **губи идентичността си**, заради специализирането в ниско тарифните продукти, привличащи млади туристи от Централна и Източна Европа, които престояват само от петък до неделя и посещават предимно централната част и заведенията.
- **Отдалеченост на Националния исторически музей** в Бояна, което го прави труднодостъпен и неатрактивен за чужденците.
- **Липсва достатъчно информация**, няма обща карта, която да включва информацията за всички обекти в столицата. По отдалечените обекти (напр. НИМ) разчитат предимно на организирани групи, тъй като за отделните туристи е трудно да отидат сами до там.
- Туризмът е **прекалено фокусиран в центъра** на града. Това води до пренаселване на главните обекти в центъра. Трябва да се разшири спектъра на туризма в София и да се обърне повече внимание и на местата извън центъра на града.
- **Липсата на екскурзоводи** се формулира като конкретен недостатък, който би могъл да се разглежда и в по-общ план като необходимост на бизнеса от квалифициран персонал.

Асоциации със символи на района

"Столица" е спонтанната асоциация с района, която прави всеки 5-ти от анкетираните българи. Останалите образи, които провокира региона в съзнанието са свързани преди всичко с конкретни емблематични обекти - НДК, Ларгото, "Ал.Невски" и др.

В същото време чужденците асоциират района не с конкретни обекти, а със събирателни образи и понятия - "Столица" и "История" (по 11%), планина, вода (минерална вода).

Два обекта получават най-сериозен дял подкрепа от анкетираните като възможни символи на района - храм-паметникът "Александър Невски" и Ларгото. Катедралата "Александър Невски" е фаворитът на респондентите от България, докато чужденците отдават по-големи предпочитания на Ларгото.

Трите ключови думи, описващи района според анкетираните на база цялата извадка, са столица, интересно, динамично. При респондентите от различните националности обаче има съществени различия - докато при анкетираните българи предложенията с най-голям дял са идентични с тези за цялата извадка, то при чужденците преобладават планина, гостоприемство/топлина и столица

----- 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.



Изхождайки от значението на София за района при проучване на мнението на респондентите за природните обекти и културните забележителности на район са включени обекти почти изцяло от столицата, т.е. резултатите следва да бъдат отнесени само към София, а не към целия район.

За респондентите на проучването без оглед на тяхната националност най-известният обект на културно-историческото наследство, маршрут, атракция или събитие е храм-паметникът "Александър Невски", посочен от близо 22% от анкетираните. Резултатът сам по себе си не е висок (едва всеки 5-ти анкетиран) и е спекулативно доколко за публиката София се асоциира еднозначно с този обект.

Мнението на българите и чужденците за другите известни обекти съдържа съществени разлики. При българите второто място се заема от Ларгото и НДК с по 11,7%, докато чужденците поставят категорично Ларгото след храм-паметника "Александър Невски" (15,7%), а НДК е отбелязан при много малка част от тях (2%). За чужденците планината Витоша (ПП Витоша) е третият най-известен обект и генерира близо 3 пъти по-висок дял, отколкото при българите (съответно 8% и %). Макар и с по-малък дял от респондентите, чужденците оценяват по-добре от българите също ул. Витошка и София като град, докато българите се отдават предпочитания за църквата Св. София, Народния театър и други.

Прави впечатление, че Боянската църква е посочена от едва 1,9% (2 % от българите и 1,5% от чужденците) - изключително нисък резултат за обект на ЮНЕСКО. Относително висок е и делът на респондентите, които се затрудняват да посочат един най-известен обект, особено при чужденците (всеки 5-и). Сред посочените не фигурира нито едно събитие или маршрут, но това не бива да води до прибързани изводи доколкото при затворен въпрос изборът на анкетираните е предварително ограничен.

Въпросът *"Имате ли любим/предпочитан туристически обект или маршрут в района, в който се намирате?"* добавя информация за личното отношение на респондентите към (предполагаемо) по-обективната оценка за известност на обектите.

Предпочитанията на респондентите са разпределени между множество обекти като никой от тях не акумулира значително по-голям относителен дял. С лека преднина пред останалите са храм-паметникът "Александър Невски" и ул. Витошка с по 6,8 %. Между 3,4 и 4,2 % от анкетираните са посочили "Центъра", "Парк Витоша", "Ларгото" и "НДК".

Топ 3 на асоциациите, с които респондентите спонтанно свързват района, са Столица, храм-паметник Александър Невски и Витоша.

Анкетираните не са единодушни по въпроса кой трябва да бъде символът на района. Все пак най-голям дял от мненията събират храм-паметникът Александър Невски (13,8%) и Витоша (9,2%). Не липсват и предложения за събирателни образи/символи като вода (минерална вода), планина, зеленина/зелено и т.н.

----- www.eufunds.bg -----



Разсъждавайки около идеята за общ, единен символ, експертите се обединяват най-вече около **планините и минералните извори**, доколкото те са характерни за целия район.

Посочени са и някои символи - конкретни обекти, събирателни образи или понятия, които се свързани с отделни места от района.

Според експерт, участвал в проучването, най-привлекателното в **София** е нейната **неизвестност** (в смисъла на слаба популярност) и тази неизвестност може да бъде „патент“ на столицата.

В допълнение се отбелязва, че София има своята **специфична атмосфера**, за която допринасят зеленината и младите хора в града. В този ред на мисли няма забележителност, която задължително трябва да бъде видяна, а по-скоро трябва да бъде усетен духът на града.

Интересът на туристите към столицата привличат още:

- географското положение и произтичащата от него история – на пътя между Изтока и Запада, свързващ Европа от хилядолетия
- Древна Сердика
- минералната вода
- географската близост с Витоша
- храм-паметникът „Александър Невски“

За района на Кюстендил като основни символи се посочват:

- парк Хисарлъка
- Владимир Димитров – Майстора
- Празникът на черешата
- Минералната вода със своите лечебни свойства
- къща-музей на Дядо Ильо Войвода

Символите, посочени в Трън са:

- Трънско ждрело
- планината Руй и хижа Руй
- множеството манастири и църкви



Идеи за уникално предложение за продажба

В търсене на успешните идеи за уникално предложение за продажба експертите се насочват предимно към онези дадености, които към момента са по-слабо интегрирани в туристическото предлагане.

Според тях част от природните дадености и забележителности в района на София не се използват и не се рекламират. Експертите се единни в мнението си за важността на **Витоша** и уникалното предимството от факта да имаш планина в такава близост до столицата. Това е рядка даденост, която не се използва достатъчно.

Освен планината, тук може да се добавят **и множеството манастири**, които са подходящи за културно-опознавателен и религиозен туризъм, но към момента не се достатъчно познати.

София може да се позиционира добре в продажбата на **балнеопродукти**, които са все по-търсени от западноевропейските туристи. Централната баня трябва да функционира не като музей, а като съвременен СПА център, който да привлича туристи.

Във връзка с необходимостта да се търсят алтернативни обекти за туризъм, които не са фокусирани само в центъра на София, се посочват следните обекти и местности, които имат потенциал за развитие:

- Княжево
- Горна Баня
- Дворецът Врана
- Националният исторически музей (и идеята да се премести в сградата на ЦУМ, която в момента е празна)
- Боянската църква
- Софийската Света Гора
- Блатата Драгоманско и Алтимировско

- Различни специализирани музеи – напр. Политехническият музей
- Женският пазар , който започва да се превръща в една от горещите туристически точки на града от гледна точка на кулинарния туризъм, развлечения, пазаруване и социални контакти.

----- 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 Организацията 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.



- Социалистическото минало като атракция за туристите от Западна Европа (Един от експертите дава за пример квартали с типична социалистическа архитектура, напр. Дружба 1 и 2.)
- Дентален туризъм

По предложение на един от експертите **рекламата на София трябва да съчетава античността на града, археологията и планината** - Символите от герба на града, но в осъвременен модерен вариант. **Зеленият цвят е добра асоциация** за града и за Витоша. Трябва задължително да присъстват и **минералните извори**. В допълнение се предлагат и кулинарни продукти, характерни като цяло за страната: шопската салата, таратора и баницата.

Предложенията за **Кюстендил** са по-оскъдни и са по-скоро идеи за диверсифициране на продукта, като напр. възможностите за велотуризъм в планината Осогово, които да бъдат популяризирани, в т.ч. възможността за изкачване на връх Руен с колела.

Други възможности, които районът предлага и които със своята характерност би трябвало да са част от предложението за продажба на района:

- Планински туризъм
- Балнеолечебен туризъм
- Религиозен туризъм
- Стари крепости (Урвич, Кракра(Пернишка крепост)
- Туризъм в по-малко познатите от външните туристи местности - Лакатник, Искърското дефиле, водопадът Скакля

Идеи за уникално предложение за продажба

Повече от половината анкетирани определят като конкурентните предимства на региона, които биха му помогнали да се открие, възможностите за градски развлекателен и шопинг туризъм (67,7%) и културен туризъм (53,6%). Немалка част (по 31%) виждат отличителното в потенциала за делови и здравен туризъм, а всеки 4-и - във възможностите за планински туризъм. Тази подредба при общата извадка съответства напълно като идентифицирани предимства и застъпен дял от анкетираните при респондентите от България. Чужденците също "залагат" на възможностите за градски развлекателен и шопинг туризъм и културен туризъм, но със значително по-малък дял (по 43%). За сметка на това отдават малко повече значение на планинския туризъм (28,6%). Всички възрастови групи смятат за основна отличителна черта възможностите за градски развлекателен и шопинг туризъм (по 65% и повече), като единствено за хората над 55 г. фаворит са възможностите за



културен туризъм. Специфика се забелязва и в групата 36-45 г., където културният туризъм е с предпочитания под средното за района, за сметка на завиден относителен дял на деловия туризъм.

Трите думи, описващи най-добре района според респондентите на проучването, са столица, природа, култура.

Изграждане на марка на района

За сметка на това анкетираните засвидетелстват значително по-високи нива на подкрепа за създаването на местна туристическа „марка“ - над 73% от всички отговарят положително в една или друга степен. Подкрепа за идеята преобладава при всички групи, като най-голям е броят на положителните отговори при заведенията, а при хотелите се формира най-големия относителен дял на категорична подкрепа.

Поведение и предпочитания на туристите

Проведеното проучване сочи, че преобладават посещенията с продължителност до 5 дни (56,3%), като за всеки 4-и посетител на района пътуването е с престой до 2-3 дни (24,7%), а делът на дневните посетители е 14%. В същото време 25,9% от анкетираните посочват по-продължителен престой (над 10 нощувки), което е донякъде изненадващ резултат предвид минималния брой ваканционни дестинации и продукти в района. По-кратка продължителност се регистрира при българите, от които едва 5,1% декларират 6 и повече нощувки, докато при чужденците този дял е 65,5%. При чужденците прави впечатление и относително ниският дял на посещенията с до 3 нощувки, характерни за city-breaks и уикенд-посещенията от съседните държави. Установената продължителност на престоя кореспондира с изминатото разстояние до дестинацията - средно всички анкетираните посочват, че са изминали 274,22 км, но при българите то е доста по-малко – 153,32 км в сравнение с 2153.64 км за чужденците.

64,3% от анкетираните са избрали собствен транспорт за придвижване, като този вид е преобладаващ при българите - 66,4%. При чужденците половината (51,9%) са ползвали обществен транспорт, а 37% - собствен. Собствен транспорт е доминира при възрастните групи до 45 г. с дял от 72-78%, докато предпочитанията за ползване на обществен транспорт са най-изявени за групата над 55 г. (52,9%), но и при не малък дял от младежите до 25 г. (24,4%).

Близко 1/4 от анкетираните посещават района за първи път, като по националност отговорите са на двата полюса - едва 4,8% от българите и цели 60% от чужденците. Около 14% от анкетираните избират да се върнат за втори и трети път, а за почти 38%



дестинацията може да се оцени като "традиционна" (6 и повече посещения) - над 50% от българите и 13% от чужденците.

По отношение на възрастта логично най-голям е дялът на първото посещение при групата до 25 г. - 34,3%, но и не малка група от хората на средна възраст (46-55 г.) - 29,5%. Последващото отношение към дестинацията е сходно за всички възрастови групи - второ/трето посещение реализират 15-19% (с изключение на групата 26-35 - 8,1%), а в "традиционалисти" (6-10 посещения) се превръщат аналогичен дял - 15-19% от всяка възрастова група.

Българите и чужденците демонстрират различни предпочитания на въпроса "С кого пътувате?" - при българите най-голям дял посочват, че пътуват сами (40,4%), докато при чужденците най-много са пътуващите семейно - 39,5%. Преобладаващата част от респондентите в групата до 25 г. пътуват с приятели (55,2%), а семейното пътуване е приоритет за групата на 36-45 годишните - 48,2%. Пътуването сам заема значителен дял при всички възрастови групи, но е с водещ характер за групите над 46 г.

В структурата на разходите според анкетираните най-много средства се отделят за храна (66,8%), забавление и релаксация (56,9%) и настаняване (32,5%) като това са най-често посочените разходоёмки пера в пътуването и за българите, и за чужденците. Следва да се отбележи оскъдният дял на посочените отговори "за пазаруване" - едва 1%, което косвено конкретизира посочената по-горе водеща цел на пътуването "градски развлекателен и шопинг туризъм".

По националност приоритетността на разходите е идентична. Наблюдава се известна разлика в придадената относителната тежест на типовете разходи, като най-изявена е тя при разходите за настаняване - те са отбелязани от 23,6% от анкетираните българи и от двойно повече чужденци (50%).

Профил на туристите

Резултатите от проучването сред посетителите разкриват известни специфични характеристики в социално-демографския профил на посетителите.

Като цяло в структурата на гостите по пол се забелязва превес на мъжете, при което в двете основни групи потребители - българи и чужденци, е налице идентично съотношение - около 56 на сто от посетителите са мъже, а 44 на сто - жени.

Във възрастово отношение преобладаващата част от туристопотока е съставена от посетители между 26 и 45 години - почти 60 % от всички посетители, а относително най-малко са гостите на възраст до 25 г. и над 55 г. Сходна на общата възрастова структура се наблюдава и при българите, и при чужденците, като все пак трябва да се отбележат някои специфики при чужденците - относително по-висок дял на възрастовата група 46 - 55 г.

----- www.eufunds.bg -----



(всеки 4-ти) за сметка на значително по-нисък дял на гостите над 55 г. - едва 7 %. Подобна структура и доминиращият дял на посетителите в активна възраст кореспондира напълно с основните видове туризъм в дестинацията - градски развлекателен и шопинг туризъм и делови туризъм.

Огромната част от посетителите са икономически активни хора, като едва всеки 10-и принадлежи към неактивна група - учащи, пенсионери, безработни и т.н.. Сред чужденците преобладават заетите на изпълнителски длъжности - близо 65 %. Докато при българите освен този тип заети (46%) добре представени са и работещите на ръководна длъжност.

С оглед образованието водещо място имат туристите с висше образование, но по отделни групи се наблюдават известни разлики. При чужденците над 80 % от посетителите притежават някаква степен на висше образование. При българите този дял е значително по малък (близо половината) за сметка на сравнимо като стойности представяне на туристи със средно образование - почти 45 %.

Близо две трети от българите са семейни или живеещи с партньор на семейни начала като това е валидно и за българите, и за чужденците. Въпреки това едва всеки 5-ти посетител на дестинацията пътува с деца, а семейният модел на пътуване е малко по-застъпен при чужденците - всеки 4-ти посетител.

Посетителите на района са хора със средни и над средни доходи за съответните държави. За българите споделяният среден размер на месечния доход е малко над 1600 лв., докато при чужденците очаквано той е значително по-висок - над 8200 лв. Това означава, че и двете групи са в състояние да си позволят цената на туристическите услуги в района, както и че могат да си отделят средства за допълнителни услуги и свързани с посещението други разходи в дестинацията.

На фона на установените характеристики "обичайният" турист за района може да се определи като млад, образован, семеен (обвързан), но пътуващ без деца, икономически активен и печелещ на средно и над средно ниво. Отделните аспекти на този профил предопределят интереса към основните продукти на дестинацията - градски развлекателен и шопинг туризъм, културен туризъм и делови туризъм. Едновременно с това "динамичността" на този профил (образование, възраст, активност, финансови възможности) предполага потенциал за потребление и на друг тип, по-"активни" продукти, за които районът разполага с ресурси - планински (ски), еко и приключенски, спа (уелнес) туризъм.

Районът е поставен в различаваща се конкурентна среда по отношение на посетителите от България и от чужбина. На националния пазар конкуренцията е фокусирана най-вече в лицето на дестинации от Гърция - близо 45 на сто от българите са осъществили пътуване до южната ни съседка през последните 3 години. Другите дестинации, акумулиращи по-

----- www.eufunds.bg -----



сериозен интерес, са Италия, Сърбия и Турция, което очертава "регионален" характер на конкуренцията. Всеки 4-ти чуждестранен посетител на района през последните три години е реализирал посещение в Италия, всеки 5-ти - в Испания, а популярен избор са били също Франция, Германия и Австрия. тези резултати подсказват една значително разширена география на конкуренцията за чуждестранния турист и конкурентна среда в рамките на целия континент.

Намеренията за бъдещи пътувания в рамките на следващата 1 година са силно повлияни от пандемичната обстановка и ограниченията за пътуване. Близко половината анкетирани не посочват нито един отговор, което подсказва значителна резервираност относно възможностите за нормален туризъм в близко бъдеще. Все пак прави впечатление готовността за ново посещение в страната - всеки 4-ти българин и всеки 2-ри чужденец планира ново пътуване в България. При българите се затвърждава позицията на Гърция като основен конкурент и тя е в плановете на всеки 4-ти българин, а за чужденците сред по-отчетливите следващи цели на пътуване са Гърция, Франция и Турция.

Поведение и предпочитания на туристите

Според данните от изследването средният брой нощувки на турист към лятото на 2020 година е 6,23 и значително надвишава установеното през последните години в официалната статистика на НСИ - 1,7 - 1,9. Сред анкетираните стойностите варират в широки граници и намаляват с нарастването на възрастта. Едновременно с това се наблюдава и сериозен дисбаланс между българи и чужденци, съответно малко над 3 нощувки при българите и почти 10 за чужденците.

Практикуването на градски развлекателен и шопинг туризъм е основна цел на посещението за повече от половината туристи, както при българите, така и при чужденците. Със съпоставимо значение при чужденците като цел е и културния туризъм. При българите останалите цели на посещение са значително по-разнообразни като се открояват културен, делови, здравен туризъм и семеен отдих и почивка.

2/3 от туристите са организирали пътуването си в последния един месец, като това е особено видно при българите. Въпреки несигурността на ситуацията при чужденците е налице обичайното ранно резервиране - всеки трети е планирал пътуването 2-3 месеца по-рано, а всеки пети - 2-6 месеца или дори 6 и повече месеца преди пристигането.

Интересите, мотивиращи пътуването, са изключително разнообразни, но "почивка" е водещият интерес за над половината българи и над 80 на сто от чужденците. Културата, природата и стремежът към приключение са другите посочени интереси със значим дял от отговорите.

----- www.eufunds.bg -----



Еднозначно интернет е основният канал за информация, ползван от 85 на сто от посетителите на район. Телевизията и препоръка на приятели и познати са другите отличими източници.

Според проучването близо 2/3 от посетителите пътуват със собствен транспорт, като тази тенденция е по-силно изразен при българите. С нарастването на възрастта се наблюдава нарастване на интереса към обществения транспорт и той е предпочитан при посетителите над 55 г. Общественият транспорт има водеща роля при чужденците - на него разчитат над половината посетители, като тези резултати кореспондират с преимущественото използване на самолет като начин за достигане до района. Последващото придвижване на чужденците е силно зависимо от наличието на вътрешнорегионален транспорт, а избора и броя на посетените места и атракции е донякъде функция и транспортната им осигуреност. За сметка на това над 3/4 от българите са използвали за пристигането си автомобил, което предполага и улеснена мобилност в следствие при престоя в дестинацията, с възможност за посещение на голям брой обекти.

Обща и за двете групи е ниската степен на използване на предплатени туристически пакети - едва 16 на сто, като при чужденците все пак делът е малко по-висок и приблизително всеки трети е ползвал такъв пакет. Обичайно пакетът включва услуги по настаняване и хранене, като едва 14 на сто за ползвали и транспорт до дестинацията като част от него. Близо 2/3 от чужденците са ползвали настаняване на полупансион в пакета си, докато при българите предпочитанията към различните форми са по-равномерни.

Разходите за храна са най-сериозния разход на място в дестинацията за 2/3 от анкетираните - и българи и чужденци, а над половината отбелязват и разходите за дейности за забавления и релаксация. Важен дял заема и настаняването, отбелязано от всеки 2-ри чужденец и всеки 5-ти българин. Правят впечатление изключително малкото отговори, свързани с разходите за пазаруване (около 1 %). Пренебрежимо малко са посочили и "местен транспорт", което насочва към недостатъчна мобилност в рамките на района.

При престоя настаняването в хотел е предпочитания избор за около 2/3 от чужденците. Българите от своя страна използват много повече типове места за настаняване, а не малка част отсядат при приятели и роднини (почти всеки 5-ти). Всеки 5-ти българин е посетител за деня и не осъществява нощувка.

По отношение на времето в дестинацията туристите предпочитат самостоятелните обиколки и разходки и посещението на местни забележителности и културни обекти, като тези дейности се упражняват от над половината българи и над 2/3 от чужденците

Установеният модел на придвижване до дестинацията и високата степен на самоорганизиране на пътуванията поставят конкретни изисквания към транспортната

----- www.eufunds.bg -----



инфраструктура и услуги, така и към рекламата и информационното осигуряване. Значително нараства ролята на достъпа до информация преди пътуването и по време на пътуването, покритието на района с резервационни системи, мобилни приложения, ефективността на ТИЦ и т.н.

Интерес към района

През последните години за София, а и поради значението ѝ - и за целия район, водещите чуждестранни пазари са Италия, Германия, Израел, Гърция, Великобритания. Утежнените условия за пътува през лятото на 2020 г. , в т.ч. карантинни изисквания, спрени полети и т.н., доведоха до срив на редица пазари, особено на ключови такива като Италия и Израел. Това обяснява и специфичната структура по националност на чуждестранните гости в района през летния сезон. Сред обхванатите от проучването почти всеки 4-и е от Германия, а по-значимо представяне се наблюдава също от Чехия, Великобритания, Полша и Франция - все държави, с които се запази относително либерален режим на пътуване (с изкл. на Великобритания).

Предпочитания на чуждестранните туристи по националности

Сигурността, качеството на обслужването и чистотата са трите водещи фактора, които са повлияли на чужденците при избора на дестинация. Между отделните пазари се наблюдават сериозни различия. Факторът "цена" е с голямо и много голямо значение за 2/3 от анкетитраните, като за представителите на немалко държави цената е определяща за избора. Това се отнася предимно за балкански страни и страни от бившия източен блок - Чехия, Полша, Турция, Сърбия, Гърция. Качеството на обслужването е водещо за германци, французи и руснаци, а за гостите от Великобритания, Италия и Румъния сигурността е с първостепенно значение. Сами по себе си туристическите ресурси са водещ мотивиращ фактор при избора испанци и австрийци (природата), германци и великобританци (забележителностите). На местата за настаняване и заведенията за хранене се отдава значение от почти всички анкетираните. Гражданите на Чехия и Гърция придават по-голяма тежест на настаняването, докато македонци, сърби, австрийци и испанци - на възможностите за хранене.

Близо 90 на сто от всички анкетираните оценяват платената цена за получения продукт като оптимална за качеството му и дори по-ниска от приемливата.

Дегустацията на местни храни и напитки еднозначно е най-предпочитаната туристическа дейност сред чуждестранните гости независимо от тяхната националност. Средното ниво на интерес към останалите типове дейности е основно в долната част на оценъчната скала. Все пак интерес се проявява и към някои активни дейности в природна среда като



пешеходния туризъм, ездата и маунтийнбайка, докато към други като рафтинга, гмуркането и риболова той е незначителен.

По отделни националности се открояват и определени предпочитания. Интересът към пешеходния туризъм и конната езда се споделя от немци, французи, италианци и австрийци, като последните от своя страна са показват сериозно увлечение и към скалното катерене. Пейнтболът като дейност също има немалко почитатели сред немците, британците и поляците, докато по планинско колоездене привлича вниманието при чехи, поляци и гърци. Къмпингуването е предпочитана дейност за румънците, а анкетираните от Беларус оценяват най-високо конната езда.

Кухнята и местата за хранене, природата, а също и достъпността и удобството на пътуването са най-високо оценените елементи на посещението в дестинацията. Чужденците оценяват много високо също гостоприемството на местните хора, докато българите са положително впечатлени от забележителностите в района

Храната, гостоприемството и природата са най-добре оценените от немците елементи на дестинацията за сметка на инфраструктурата, която получава най-ниска оценка. Гостите от Обединеното кралство споделят мнението по отношение на храната и местната кухня, като изразяват задоволство и от пътуването. В оценките си те са най-критични към владенето на чужди езици.

Сред по-сериозно застъпените в проучването националности най-високо средно ниво на оценките споделят гостите от Чехия и Полша, като от всички аспекти най-високо оценени са достъпността, местната кухня и местата за хранене, и сигурността (за поляците). Тези страни не са традиционно водещи пазари за дестинацията и нивата на оценка вероятно са свързани с ефекта "приятна изненада", т.е. тези резултати насочват към неусвоен потенциал на тези пазари.

На другия полюс са посетителите от Румъния, Турция и Италия, при които оценките са на най-ниски средни нива. Румънците изразяват своето задоволство най-вече от близостта и местната кухня, италианците - от природата и гостоприемството, а турците са удовлетворени също от сигурността и ценовите нива.

Като цяло при чуждите туристи се наблюдава по-високо средно ниво на оценките по повечето елементи, включително и по такива, които се смятат за традиционно по-слаби за дестинациите в България - владене на чужди езици и надписи и указания на чужд език, сигурност, обслужващ персонал и т.н. Високата степен на удовлетворение трябва да бъде надградена и с развитие и при относително по-ниско оценените елементи като инфраструктура и транспорт.



Предложения за уникално предложение за продажба

Балканска столица, която върви смело по стъпките на Запада, без да забравя за своето богато историческо наследство. Вечер можете да споделите с нас модерна кухня и вълнуващ нощен живот, а през деня – да отдъхнете, опознавайки добре запазена архитектура и гостоприемната планина Витоша.

A Balkan capital that boldly follows the footsteps of the West, without forgetting its rich historical heritage. In the evening you can share with us modern cuisine and exciting nightlife, and during the day – relax, getting to know well-preserved architecture and the hospitable Vitosha Mountain.

Желано пазарно позициониране

Предпочитана дестинация на Балканите за уикенд почивки с цел забавление и културен туризъм от чужденци и гости от провинцията.

Preferred destination in the Balkans for weekend vacations, for entertainment and cultural tourism by foreigners and guests from the rest of the country.

Ключови послания на района

Делови: Навсякъде можете да правите бизнес, но тук ще бъде вълнуващо!

Културен: Палитра от влияния



*Планински/приключенски и еко: Свържи се с природата на една крачка
от вълнуващия град*

Религиозен: Към вярата се върви по добре скрити пътеки

*Млади хора (city breaks): Страхотните гледки вървят добре със
страхотни коктейли!*

Business: You can do business anywhere, but here it will be exciting!

Cultural: A palette of influences

*Mountain / adventure and eco: Connect with nature one step away from the
exciting city*

Religious: There are well-hidden paths to faith

Young people: Great views go well with great cocktails!

6. 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 копирайътри;
- 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

----- 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 Организацията 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.



- 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 променени.
- 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 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 копирайтъри, 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



СОФИЯ

ЧУЙ СЪРЦЕТО НА
БЪЛГАРИЯ



СОФИЯ

УСЕТИ РИТЪМА НА
БЪЛГАРИЯ



СОФИЯ

НЕ ПРОПУСКАЙ
ПРЕЖИВЯВАНЕТО



СОФИЯ

ПОЧУВСТВАЙ РИТЪМА
НА БЪЛГАРИЯ

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



СОФИЙСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

БЕЗБРОЙ ЛИЦА



СОФИЙСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

НАПРАВИ СПОМЕНИ



СОФИЙСКИ
ТУРИСТИЧЕСКИ РАЙОН

ТВОЯТА МОДЕРНА
ПРИКАЗКА

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.



7. 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 копирайъри, 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.



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ



СОФИЯ

ПОЧУВСТВАЙ РИТЪМА
НА БЪЛГАРИЯ



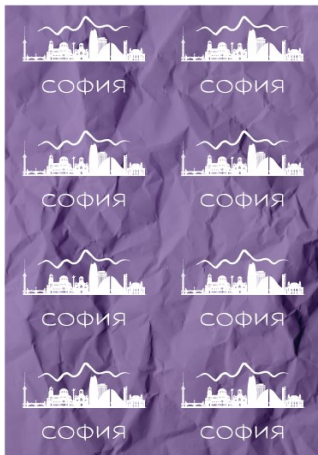
СОФИЯ

ПОЧУВСТВАЙ РИТЪМА
НА БЪЛГАРИЯ



СОФИЯ

ПОЧУВСТВАЙ РИТЪМА
НА БЪЛГАРИЯ



Проект BG16RF-OP002-2.010-0002 „Повишаване на капацитет и функционалност на Организацията за Управление на Градските Райони, Оперативна конкурентоспособност“ 2014-2020, финансиран от Оперативна програма „Иновации и конкурентоспособност“ от Европейския съюз чрез Европейския фонд за регионално развитие.

създаване
и инициализация
и финансирана



8. 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 продукти, 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. Разработването на продуктовата политика е в пряка връзка със спецификите на потребителите и на пазарите, затова и в този случай тя трябва да бъде съобразена с основните акценти от изследванията сред посетителите и МСП.

Основната цел на пътуването за 51,3% от респондентите е практикуването на градски развлекателен и шопинг туризъм - съответно 51% от българите и 52% от чужденците. Втората по важност цел на пътуването е практикуването на "културен туризъм" (31,5% от анкетираните), като тук е най-съществената разлика с оглед националността - докато всеки пети българин посочва тази цел на пътуване, то при чужденците тя е отбелязана при повече от половината анкетираните (53%), което прави културния туризъм най-честата цел на пътуването.

Като трета по важност за района цел на пътуване с 16,8% от отговорите се очертава деловият туризъм (съответно 18,3% и 14%). "Семейна почивка и отдих" като цел заявяват 14,1% (съответно 10,4% и 21,5%), като е обект на спекулации доколко високият дял при чужденците означава ваканционен тип пътуване или по-скоро отпуска, прекарана със семейството.

Всички останали посочени възможни цели на пътуване не генерират структуроопределящ резултат и с оглед на ресурсите подсказват възможен потенциал за развитие - здравен туризъм (9,1% и 8%), планински (3,3% и 5%), религиозен (2,8% и 1,5%), ски (1% и 1,5%) и т.н.

----- www.eufunds.bg -----



Интересно е, че и българите, и чужденците дефинират едни и същи интереси, играещи ключова роля при избора на дестинация. Анкетираните отдават най-голямо значение на почивката (съответно 59% и 81%), културата (39 % и 58%), природата (22% и 48%) и приключенията (40% и 46%). На следващо място значение се отдава на посещението при роднини и приятели и нощния живот. За отбелязване е ниският дял на "спорт" (5,6 %) и символичното представяне на СПА (0,2%) сред отговорите, т.е. липсват на асоциации за района със спорт (напр. ски) и СПА туризъм и той не привлича посетители с такива интереси.

Основните видове туризъм при анкетираните българи и чужденци са идентични - градски, културен, делови и планински туризъм. При българите обаче се наблюдава по-широко познаване на възможностите и за други видове туризъм, докато при чужденците по-значим дял показват още само здравният (14,8 %) и спортният туризъм (11,1%).

Респондентите в проучването потвърждават, че са разполагали с предварителна информация за по-голямата част от типове ресурси и възможности за туризъм в района. Най-голям дял е делът на разполагалите с информация за природата/природни забележителности и културни паметници и атракции (над 80 %), за възможностите за развлечение и местата за хранене (над 70 %), както и за местата за настаняване (57%). Най-малко предварителна информация са имали анкетираните относно възможностите на района ловен, риболовен, голф и друг спортен туризъм (20,7%), които и обективно имат по-слабо разпространение и по-тясна целева група. С оглед ресурсите на района като недостатъчна може да се окаже предварителна информация за възможности за лечение/отмора в санаториуми/балнео-лечебни места, за бизнес и за фестивали, събори и др. културни прояви.

Важен въпрос при изследване на модела на поведение в дестинацията е какви дейности осъществяват туристите в рамките на пътуванията си. В това отношение посетителите на района от двете целеви групи – българи и чужденци имат идентични предпочитания. Повече от половината от всички респонденти отбелязват като предпочитани дейности самостоятелните обиколки/разходки (61,8%) и посещенията на местни забележителности и културни/исторически обекти (57,6%), като при чужденците и делът на практикуваните е по висок от средния за района - съответно 68% и 72%. Пазаруване и посещение на пазари е третата по значение дейност при престоя в дестинацията и се практикува съответно от 35% от българите и почти 40% от чужденците. Сред останалите дейности следва да се отбележи интересът на българите към посещения на фестивали и събития (22,6 %), както и предпочитанията на чужденците към дегустации на местни деликатеси и продукти.

Пряко свързан с предпочитаните дейности е изборният вид туризъм за практикуване в дестинацията. Преобладаващата част от респондентите в изследването (близо 62%) посочват градския развлекателен и шопинг туризъм като практикуван вид, този дял е

----- www.eufunds.bg -----



идентичен при българите и чужденците. Втори по популярност е културният туризъм с дял от 41 % от всички анкетираните. Следва да се отбележи, че при чужденците се регистрира по-нисък резултат (33%), въпреки че преобладаващата част от тях имат и интерес към културния туризъм, и предварителна информация за възможностите (виж по-горе). Възможните обяснения са свързани както с евентуални затруднения и резерви за придвижване и посещение по време на пандемията и/или липсата на достатъчен интерес конкретно към обектите в района, така и с възможна недостатъчна коректност при попълване на анкетите. Деловият туризъм е третият по-важност реално практикуван туризъм, с еднаква тежест и за българите, и за чужденците (20-21%). Упражняване на останалите видове туризъм е реализирано от чувствително по-малък дял от респондентите (под 10%). Все пак за отбелязване е здравният туризъм (средно 9,3 %), религиозният туризъм при българите (9,7%) и планинският туризъм, практикуван от чужденците повече, отколкото от българите (съответно 8,3 и 6,6%)

Разрезът по възрастови групи показва интересни връзки между възрастта на посетителите и практикувания вид туризъм. Очаквано градският развлекателен и шопинг туризъм е най-практикуван при младите хора (до 35 г.) и интересът към него намалява с възрастта, въпреки че е упражняван от немалка част от респондентите и в другите възрастови групи. Водеща целева група за културния туризъм са отново хората до 35 г. - половината от тях са го практикували в дестинацията. Деловият туризъм е приоритетен за групите на възраст 35 - 55 г., тоест на най-активните икономически, докато интересът към здравния туризъм подчертано нараства с възрастта на респондентите.

По отношение на потенциално развитие на допълнителни дейности, които могат да се предложат в района, всеки 5-и от анкетираните оценява "дегустацията на храни и напитки" като дейност с много голямо значение. По-изявен интерес се отбелязва и към пешеходния туризъм (9,4%) и конната езда (9,1 %).

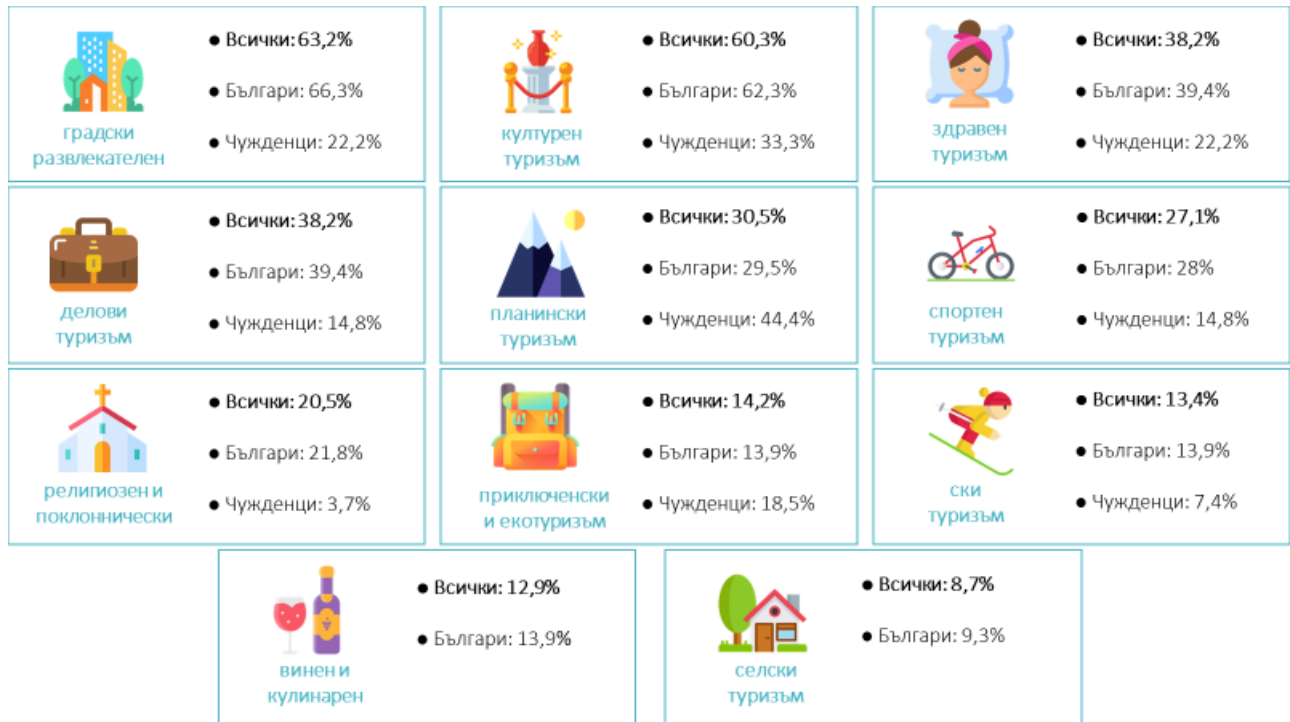
В същото време като усреднен индекс освен "дегустацията на храни и напитки" и "пешеходен туризъм", в Топ 5 на предпочитанията на потребителите попадат планинското колоездене, спускането по въжена линия (планински тролей) и пейнтболът.

Над 60% от всички анкетираните смятат, че в района трябва да се развият градски развлекателен и шопинг туризъм и културен туризъм. Освен за тях, респондентите - българи виждат района и като дестинация за здравен, делови, планински, спортен и религиозен туризъм. За разлика от тях, при чужденците най-сериозен дял има планинският туризъм, следван от културния, градския и здравния туризъм. Те оценяват по-ниско възможностите за делови и спортен туризъм, за сметка на приключенския и екотуризма.

Като видове туризъм предложенията на база на анкетата съвпадат относително с широката специализация на района от Концепцията за туристическото райониране, но



анкетираният виждат едно значително по-различно приоритизиране - водеща позиция на градския развлекателен и шопинг туризъм и по-голяма тежест на здравния и планинския за сметка на най-вече на MICE и деловия туризъм.



Според представителите на МСП в проучването най-голяма част от посетителите практикуват градски развлекателен и шопинг туризъм, следван със сходни относителни дялове от деловия туризъм (38.2%) и културния туризъм (37,5%). Мненията на отделните групи обаче се разминават значително. За хотелите/хотелите със заведения техните посетители са преимуществено делови туристи и участници в конгреси и бизнес прояви - 66,7%. Заведенията възприемат своите клиенти като практикуващи градски развлекателен и шопинг туризъм (75 %). При туроператорите/агентите преобладават туристи, практикуващи културен (51,7%) и градски развлекателен и шопинг туризъм (41,4%), а всеки техен пети турист - планински, ски или приключенски/еко туризъм.

Прави впечатление, че не се предлагат специфични продукти/услуги и/или програми, които са свързани с конкретния район, в който се намират, като тази тенденция обхваща около и над 90% от анкетираният в отделните групи.

Най-важните фактори, привличащи в най-голяма степен туристите, съгласно представите на респондентите, са доброто съотношение цена-качество на туристическите продукти

----- 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 Организацията 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.



(55,3%) и хубавата природа (52%). Важна роля имат интересните културни и исторически забележителности и ниските ценови равнища (на стоките и на туристическите услуги), докато добрата храна и възможностите за съчетаване на туристически продукти са посочени при по-малка част от анкетираните.

ИЗВОД: Районът има отлични перспективи за развитие на база на стабилен интерес към градския развлекателен и шопинг туризъм и културния туризъм. Малко на по-заден план остава деловият туризъм, който е заложен в основната продуктова специализация на района. Затова пък е налице сериозен потенциал по отношение на всички продукти, залегнали в разширената специализация. Заслужава да се отбележи, че интересът към религиозния и поклонническия туризъм в Софийския туристически район е значителен, особено сред българските посетители. Той е дори по-голям от този в Рило-Пиринския район, в чиято основна специализация продуктът фигурира. Необходимо е в продуктовата политика да залегне и развитието на продуктите в останалата част на района, а не само в столицата.

Възможности за устойчиво развитие на туризма на ниво район:

Тип туризъм	Приключенски и екотуризм
Целева група	Българи, 18-55 години, живеещи в границите на района; Чужденци, 18-55 години, с поне 3-дневен престой в Софийския туристически район
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 и други. Нощувките по маршрута са в къщи за гости или на палатка.
Основни забележителности	Пещери Духлата и Темната дупка, Лакатнишки скали, Драгоманско блато, Дендрариум, Вазовата пътека, Водопад Скакля, Джуглата, Ждрелото на р. Ерма
Продължителност на престоя	Еднодневен или двудневен



Сезонност	Април - Октомври
Тип туризъм	Планински ски / Спортен
Целева група	Българи, 18 – 50 години, живеещи в туристическия район; Чужденци, 18 – 35 години, с поне 4 нощувки в туристическия район
Специфика	Практикуване на зимни спортове, екстремни водни спортове и риболов, планински преходи с АТВ, УТВ, моторни шейни, кросови мотори.
Основни забележителности	Витоша, язовири Искър, Панчарево, Негован и Суходол, Горна Малина
Продължителност престоя	на Еднодневни или двудневни пътувания с нощувка в къмпинг или на палатки
Сезонност	Целогодишно

Тип туризъм	Културно-исторически
Целева група	Българи, 35-55 години, от София; Чужденци, 35-55 години, с поне тридневен престой в София
Специфика	Обиколка на обекти на културата извън столицата от всички исторически периоди и цивилизации - праисторическа, тракийска, римска, византийска, османска, както и от българското Възраждане. Включен обяд, време за снимки и покупка на сувенири. В случай на престой с нощувка, следва да се предлага с настаняване в хотел, с включени закуска и вечеря.



Основни забележителности	Урвич, Хисарлъка, Кюстендил, термите на Пауталия, Кракра, крепост Стенос, Правец, Етрополе, пантеон „Майка България“ (Гургулят)
Продължителност престоя	на Еднодневни или двудневни пътувания
Сезонност	пролет, лято и есен

Тип туризъм	Културно-исторически
Целева група	Българи, на възраст над 30 г., от провинцията Чужденци, на възраст 25 – 65 г.
Специфика	Опознавателна обиколка на основните забележителности в столицата на България. Културно-историческото наследство на София от всички епохи се поднася в комбинация с посещения на централни локации, популярни сред местните хора. Както сред българите, така и в чужбина това пътуване трябва да се промотира като основополагащо за опознаване на дестинация България. През летните месеци турът следва да се предлага и като допълваща престоя екскурзия преди/след основното пътуване до българското Черноморие.
Основни забележителности	Историко-археологически резерват „Сердика — Средец“, Ларгото, Музей за история на София/Централна минерална баня, Народен театър „Иван Вазов“, НДК, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“, Народна библиотека „Св. Св. Кирил и Методий“, Национална галерия „КВАДРАТ 500“, Царски дворец, Лъвов мост и Орлов мост, Храм-паметник „Александър Невски“, Ротонда „Свети Георги“, църква „Света София“, църква „Света Петка“, Боянска църква, Камбаните, Копитото
Продължителност престоя	на Две или три нощувки

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 Организацията 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.



Сезонност	Целогодишно
Тип туризъм	Делови (MICE) туризъм
Целева група	Делови хора, политици, културни деятели, дипломати, научни работници и др. Българи на възраст над 30 г. от други райони в страната; Чужденци над 30 г.
Специфика	По-високи изисквания към условията и качеството на предлаганите услуги. Туристически места с висока категория луксозни конгресни центрове, хотели и курортни комплекси: InterContinental Sofia, Hilton Sofia, Grand Hotel Sofia, Sofia Hotel Balkan, Holiday Inn Sofia, Hotel Anel, All Seasons Residence Hotel, Casa Boyana Boutique Hotel, Maison Sofia Hotel, Grand Hotel Millennium Sofia, Hyatt Regency Sofia, Emirates Apart Residence, Hotel Marinela Sofia, Riu Pravets, Национален дворец на културата и ИНТЕР ЕКСПО център. Съчетание с културен и градски развлекателен туризъм. Опознавателна обиколка на основните забележителности в столицата на България. Културно-историческото наследство на София от всички епохи се поднася в комбинация с посещения на централни локации, популярни сред местните хора
Основни забележителности	Историко-археологически резерват „Сердика — Средец“, Ларгото, Музей за история на София/Централна минерална баня, Народен театър „Иван Вазов“, НДК, Софийски университет „Св. Кл. Охридски“, Народна библиотека „Св. Св. Кирил и Методий“, Национална галерия „КВАДРАТ 500“, Царски дворец, Лъвов мост и Орлов мост, Храм-паметник „Александър Невски“, Ротонда „Свети Георги“, църква „Света София“, църква „Света Петка“, Боянска църква, Камбаните, Копитото



Продължителност на престоя	Една или две нощувки
Сезонност	Целогодишно

Тип туризъм	Религиозен и поклоннически
Целева група	Семейства с деца, живеещи в рамките на Софийския туристически район; Българи на възраст над 40 г. от други райони в страната; Чужденци над 40 г., с планиран поне 3-дневен престой в туристическия район
Специфика	Обиколка на манастирите от т.нар. Софийска Света гора, с възможност за отдих и пикник в подходящи за целта площи, непосредствено до посещаваните обекти. В зависимост от продължителността на престоя, броят на манастирите варира, като в рамките на един ден следва да се планира посещението на не повече от 3 манастира.
Основни забележителности	Седемте престола, Земенски манастир, Боянска църква, Германски манастир, Драгалевски манастир, Кремиковски манастир, Бистришки манастир, Дивотински манастир „Св. Троица“, Обрадовски манастир „Св. Мина“, Гигинския манастир
Продължителност на престоя	Еднодневен или двудневен
Сезонност	Март - Ноември

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, сауна) и възможност за доплащане за други процедури.
Основни локации	София, Панчарево, Банкя, Пчелин, Правец, Кюстендил
Продължителност на престоя	Уикенд или 5-дневен престой
Сезонност	Целогодишно

Съществуващи марки и продукти	Интегриран туристически продукт „Дестинация Земен“ Приключенски парк „Липница“ Хидропарк „Вятърните мелници“ Национален екологичен детски комплекс, с ежегоден „Фестивал на радостта“ Предвижда се създаване на бранд „Костинброд – градът на Константин Велики“ Програма „Легендите за Кюстендилския регион“ Международен фестивал на маскарадните игри Рок фестивала „Китариада“ Предвижда се създаване на „Бранд Правец“ Моцартови празници Сурвакарски фестивал „Магията на Сурва“ Национален конкурс „Мария Смилова“
-------------------------------	--



Като възможност се посочва създаването на запазена марка за алтернативен туризъм - „Своге – Царството на приключенския и екстремн туризъм“

Поход "По алеята на безсмъртието – Сливница 1885 г."

Регионален туристически продукт на туристически район „София – Своге - Ихтиман“

Дни на черешата – Кюстендил

София Филм Фест

Киномания – София

SOFIA SUMMER FEST

Софийски международен панаир на книгата

КвАРТал Фестивал

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 извършеното проучване. Възприемането на туристите зависи от качеството на продукта, от репутацията на дестинацията и от удовлетвореността на предлаганите услуги.

Запитани кои фактори са най-важни за избора на дестинацията от страна на туристите, анкетираните открояват в мненията си добрите цени (33,6%). Като относителна тежест следват, забележителностите, лесната достъпност, рекламата и качествените услуги.

Най-голяма част от респондентите отдават висока важност на фактора "цена" - 64,1%, което подчертава важността на добрата оценка за съотношението цена-качество. С висока степен на важност са оценени от повече от половината анкетирани и фактори като "настаняване" (55,4%), забележителности (50,7%), обслужване и сигурност (по 50,5%).

----- www.eufunds.bg -----



Най-малък е делът на високите оценки за важността на местата за хранене, което е озадачаващо на фона на разходите за хранене в дестинацията.

По отношение цената на заплатения пакет се наблюдава значителна разлика между българи и чужденци, като разходите на чужденците за пакет са 6 пъти по-високи от тези на българите - 650 лв. срещу 108 лв. Възрастовата група 36-45 г. прави най-голям разход за пакет, докато при останалите групи средната цена е под средното ниво за района.

Над 66% от анкетираните оценяват платената цена като оптимална за качеството на ползваните услуги. Като цяло по-благосклонни са чужденците - 77% я намират за оптимална, а 9,5% дори за ниска. От своя страна българите са малко по-критични - 13,7% я смятат за висока в сравнение с едва 4,5% от чужденците.

Факторът "цена" оказва съществено влияние за анкетираните при избора на дестинация, като за над 75% от тях го оценяват като голямо (около 46%) и много голямо (около 22%). Тази тенденция е по-изявена при българите, докато близо половината от чужденците оценяват влиянието на цената като "малко" и "средно". Цената играе водеща роля при анкетираните от всички възрастови групи, като единствено младежите до 25 г. са раздвоени в оценката за значението ѝ.

Най-важните фактори, привличащи в най-голяма степен туристите, съгласно представите на респондентите, са доброто съотношение цена-качество на туристическите продукти (55,3%) и хубавата природа (52%). Важна роля имат интересните културни и исторически забележителности и ниските ценови равнища (на стоките и на туристическите услуги), докато добрата храна и възможностите за съчетаване на туристически продукти са посочени при по-малка част от анкетираните.

Преобладаващата част от представителите на МСП (54,6%) оценява като най-изявена промяна в потребителското поведение тенденцията да се търсят по-изгодни оферти. Паралелно с това обаче сериозна част смята, че клиентите са повишили интереса си към услугите с по-високо качество (44,7%). Ако тези промени касаят базови характеристики на туристическия продукт, то други две идентифицирани промени в поведението са конкретно свързани с района - все повече клиенти го препоръчват на свои познати/близки и все повече клиенти са склонни да повторят посещението.

ИЗВОД: Близо 80 на сто от посетителите намират цените в района за адекватни, но в същото време открояват и голямото значение на цените за тях лично. Това може да означава възможност за отлив на посетители, при чувствително повишаване на цените. Особено чувствителни в ценово отношение са българските туристи, които в огромното си мнозинство са от останалата част на страната, която се характеризира с по-ниски доходи и стандарт на живот. При близо половин милион посетители годишно в извън кризисна



година, за този факт следва да се държи сметка. Разумните цени за настаняване и изхранване неминуемо ще доведат до отделянето на повече средства за допълнителни дейности и развлечения. Това от своя страна може да увеличи средната продължителност на посещението, която за последните 5 години неизменно е в границите 1,7 – 1,8 нощувки.

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.

В практиката 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.

Нагласите и практиките на туристите обуславят адекватното съчетаване на двата подхода. Степента, в която се практикува ползването на закупен предварително пакет и предплатени услуги кореспондира с начина на организиране на пътуването и е с ниски стойности за района - едва 16,2% (съответно 9,1% и 30 %).

При половината от ползвалите пакети, (49%) в него се включва настаняване на полупансион, като това е най-предпочитаната база за чужденците (63,3%). Предпочитанията на българите към типа настаняване са по-балансиранни. За отбелязване е ниският дял на посочилите транспорта до дестинацията като елемент от пакета, съответно 30,6% от българите и едва 3% от чужденците. Възможно обяснение е ползването на резервационни системи за сметка на пакети от туроператори, в някои от които транспортът е включен.

По време на престоя самостоятелните обиколки са предпочитаната форма за запознаване в дестинацията, а едва 17% от анкетираните предпочитат да ползват туристически/екскурзоводски услуги. Тази структура на предпочитанията показва минимални разлики при разреза на респондентите по националност. Най-резервирани към ползване на туристически/екскурзоводски услуги са посетителите на възраст до 35 г. (9-11%), докато в по-горните възрастови групи делът на ползване се покачва до 20-24 на сто.

----- www.eufunds.bg -----



Каналите за онлайн дистрибуция намират широко приложение сред анкетираните представители на МСП. Над 70% разполагат със собствен сайт, чрез който извършват продажби, в т.ч. близо 69% от анкетираните хотелиери и над 93% от туроператорите/агентите. Вторият по популярност канал са онлайн резервационните системи (41,4%), които се ползват при 100% от хотелите.

Секторът на хотелиерите демонстрира най-сериозна диверсификация, като всеки трети хотел е интегриран в глобална дистрибуционна система, всеки пети продава чрез сайт за колективно пазаруване. За сравнение ресторантьорите са значително по-консервативни, като всеки 4-и заявява, че не използва канали за онлайн дистрибуция.

Сумарно за цялата извадка най-голям е делът на фирмите, които смятат, че финансовото им състояние се е влошило през последните 3 години - 40,8%, а други 35,5% го виждат като непроменено. Най-песимистични по отношение на финансовите си резултати са хотелите/хотели със заведения, като при тях структурата на отговорите е аналогична на общата извадка. За разлика от тях, при половината от заведенията (50%) по-скоро не забелязват промяна, докато единствено при туроператорите/агентите преобладават тези, чието финансово състояние се е подобрило (55,2%). При тях е най-нисък и делът на фирмите с влошени показатели - 13,8%.

ИЗВОД: Каналите за дистрибуция в Софийския туристически район се използват по-балансирано, в сравнение с останалите райони. Регистрира се най-високото ниво на ползване на резервационни и дистрибуционни системи, най-добро е и качеството на уеб ресурсите. В същото време няма индикации, че кризата не води до повишаване на предприемчивостта и креативността по отношение на каналите за дистрибуция. Това вероятно се дължи от една страна на очакването, че проблемът с пандемията ще се реши скоро, а от друга във въздържането от поемането на допълнителни разходи за инвестиции, такси и лицензи.

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.

Над 83% от анкетираните се информират от интернет за туристически места и продукти. Други важни източници на информация са телевизията и препоръките от приятели и познати, като тяхната роля е по-голяма при българите (38,3% и 34,8%), отколкото при чужденците (по 26 %). При останалите източници двете групи демонстрират съществени разлики. Всеки пети чужденец ползва каталог на туроператор, за сметка на 1 от 10 при

----- www.eufunds.bg -----



българите. Билбордовете (12,7%) и радиото (10,4%) са отличими информационни източници за българите, докато при чужденците използването им е по-скоро символично. Интернет е доминиращият информационен източник за всички групи на възраст до 55 години, като делът му варира от 83 до 91 на сто. Единствено анкетираните в групата над 55 г. демонстрират относителен баланс между източниците като интернет, телевизията и препоръките на близки и приятели.

Най-гледаните телевизии са БТВ и НОВА ТВ (19,9% и 16,3%), като при българите първенец е БТВ – 29,9%. Чужденците са посочили турски телевизии на първо място, Discovery Channel, National Geographic Channel и музикални телевизии на първите три места.



Телевизията

- Всички: bTV (19,6%); Nova TV (16,3%); BNT 1 (4,4%) ... Не знам (32,5%)
- Българи: bTV (29,9%); Nova TV (24,6%); BNT 1 (6,6%) ... Не знам (11,9%)
- Чужденци: Discovery Channel (3,5%); National Geographic Channel (2%); ... Не знам (73%)

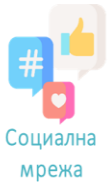
Най-често посещаван онлайн сайт/портал, свързан с туризъм, са сайтовете grabo.bg, booking.com, travelagency.bg и pochivka.bg/bgstay.com. Българите възприемат като сайт/портал за туризъм също facebook и grabo.bg, докато чужденците отбелязват основно booking.com и facebook. Националният туристически уеб-портал има символично приложение и за българите, и за чужденците (съответно 1,3 и 0,5%).



Онлайн сайт/
портал, свързан с
туризъм

- Всички: booking.com (6,7%); travelagency.bg (4,9%); pochivka.bg / bgstay.com (3,7%) ... Не знам (54%)
- Българи: booking.com (8,6%); travelagency.bg (7,4%); pochivka.bg / bgstay.com (5,6%) ... Не знам (39,8%)
- Чужденци: booking.com (3%); Facebook (1%) ... Не знам (82%)

2/3 от анкетираните посочват facebook и Instagram като предпочитани социални мрежи. При българите facebook се ползва от по-голям дял от анкетираните, в сравнение с чужденците (съответно 63 % и 47 %), докато използването на Instagram е съизмеримо (9 % и 14 %). Останалите социални мрежи се ползват ограничено и при двете групи .



Социална
мрежа

- Всички: Facebook (57,7%); Instagram (10,6%); Google (4,4%) ... Не знам (19,2%)
- Българи: Facebook (63,2%) Instagram (9,1%); Google (5,3%) ... Не знам (14,7%)
- Чужденци: Facebook (47%); Instagram (13,5%); Twitter (4,5%) ... Не знам (28%)

Двете най-предпочитани авиокомпани са и за българите, и за чужденците са нискотарифните WIZZ AIR и Ryanair, което потвърждава тяхната стимулираща роля през последните години за туризма в района. На трето място при българите е националният превозвач Bulgaria Air, а при чужденците със сходно представяне следват Lufthansa, Air France и British Airways.



Авиокомпания

- Всички: WIZZ AIR (20%); Ryanair (7,9%); Bulgaria Air (4,7%) ... Не знам (54,9%)
- Българи: WIZZ AIR (26,4%); Ryanair (10,4%); Bulgaria Air (6,6%) ... Не знам (44,4%)
- Чужденци: WIZZ AIR (7,5%); Ryanair (3%); Lufthansa.com (2,5%) ... Не знам (75,5%)

Анкетираните българи и чужденци са посочили booking.com като резервационна система, която използват приоритетно. При българите на второ място е посочена trivago, докато при чужденците няма друга система, която да се отличава в отговорите със значима тежест.



Резервационна
система

- Всички: booking.com (29,8%); trivago (10,4%); Airbnb (2,4%) ... Не знам (51,2%)
- Българи: booking.com (36,5%); trivago (15,7%); Airbnb (2,8%) ... Не знам (37,8%)
- Чужденци: booking.com (16,5%); Airbnb (1,5%) ... Не знам (77,5%)

Българите и чужденците са на противоположни мнения по въпроса "Смятате ли, че районът е достатъчно рекламиран?" При българите преобладават положителните отговори (58,2%), докато повече от половината чужденци (52%) са на мнение, че районът не е достатъчно рекламиран.

Като най-ефективни канали за реклама с почти идентични дялове са посочени телевизионна/радио реклама и рекламата в интернет. Българите отдават минимално предимство на телевизията/радиото, докато за чужденците интернет е категоричен приоритет. Традиционните специализирани канали за туристическа информация - борси и изложения и туристически издания, имат пренебрежимо малък дял. Налице е и подчертана зависимост между възрастта и считаните за приоритетни канали - телевизията увеличава своя дял с нарастване на възрастта на анкетираните, докато за интернет се регистрира обратната тенденция.



За промотиране на дейността си туристическите фирми използват най-често интернет - 72,4% от отговорите, като преобладаващата част от тях присъстват и в социалните мрежи (55,3%). На подсекторно ниво се забелязва ясна разлика в избора на рекламните канали. Хотелите и туроператорите/агентите ползват в много висока степен интернет и социалните мрежи, но всеки пети от тях разчита и на традиционни канали като специализираните борси и изложения. За разлика от тях заведенията залагат на социалните мрежи (над 80% от анкетираните) и не толкова на интернет (сайтове, реклами).



Като най-ефективна респондентите оценяват рекламата в интернет (75%) и социалните мрежи (55,9%) и това мнение, с известни разлики в относителната тежест на двата канала, се споделя от всички групи. От останалите рекламни канали се открояват единствено борсите и изложението и специализираните издания (при хотелите) и телевизията/радиото (при заведенията).

Общо мнение сред интервюираните е, че регионът не се рекламира като цялостен туристически продукт. Недостатъците в рекламните дейности са на всички нива - липсват усилия както цялостно за региона, така и на ниво отделна община и местен бизнес, особено извън столицата.

Липсата на реклама се припознава като една от причините за непълното използване на ресурсите, например ключовите символи за района като минералната вода и културно-историческите обекти не се популяризират и техният потенциал остава недостатъчно използван.

Отчасти София все пак прави изключение - по отношение на столицата туристите са сравнително добре ориентирани за централните забележителности на града, но липсва тотално информация за нещо извън стандартната обиколка на градските забележителности.

Дигиталните форми на реклама набират скорост и според експертите трябва все повече да се залага на тях. Подходящо е и да се използват блогъри, чието мнение става все по-значимо при избора на туристически дестинации. Препоръчва се и рекламата в YouTube като евтин вариант, който дава резултат почти веднага. Едновременно с това трябва да се поддържа добра и актуална информация в популярни сайтове като Trip Advisor и онлайн платформите.

За туроператорите, които рекламират на територията на други държави, е от голямо значение да знаят дали към момента на територията на страната, в която рекламират, върви национална реклама на България. Това би способствало за постигане на по-голяма синергия в рекламата и съответно би довело до по-добър ефект.

Конкретно предложение е идеята да се разработи страница, която да се зарежда на летището (напр. при ползване на Wi-Fi мрежата). Тази страница трябва да дава информация за забележителностите, за транспортните връзки и други необходими.

Интервюираните споделят и чуждестранен опит при рекламата чужбина, например Турция, която се рекламира като дестинация в Северна Италия по външната част на градските автобуси и спирките.

ИЗВОД: Необходим е диференциран подход към местните и към чуждестранните туристи. Може да се помисли за нещо като кампания под условното мото „Посети София“, ориентирана към българските граждани в провинцията, с цел опознаване на забележителностите на столицата и, евентуално, шопинг. В подобна кампания може да се включат и сайтовете за колективно пазаруване, с цел постигане на по-изгодни цени на настаняването и изхранването. Предвид обема и характеристиките на туристопотока в района, използването на телевизионна реклама на генериращите пазари изглежда като съвсем не лоша идея. Доминанцията на онлайн рекламата,



разбира се, изобщо не подлежи на съмнение. Препоръчително е активното използване на социалните мрежи чрез таргетирана реклама, насочена към посетителите в момента на осъществяване на визитата. Подобен подход може да доведе до повишаване на интереса към допълнителните дейности, увеличаването на продължителността на престоя и на разходите в дестинацията. Добра опция е и рекламата в бордните списания на нискотарифните авиокомпани и националните превозвачи на България, Германия, Италия, Великобритания и Франция.

Механизми за финансиране и планиране на туристическата реклама на район

Общото мнение на експертите е, че районът не се рекламира достатъчно. Рекламата е като цяло остаряла, използва огромен ресурс, но без конкретни резултати. Едно от споделените мнения е, че не трябва да се разчита на бюджетни средства. Туристическият данък не е достатъчен и липсва гаранция дали средствата в последствие (след събирането му) се дават точно за реклама.

Друго мнение е, че що се отнася до рекламирането на региона в цялост, следва да има национална реклама, финансирана от бюджета, в която може да се включи и бизнесът. Колкото повече бизнесът е включен в рекламирането, толкова повече ще има отношение към цялата дестинацията, а не само към собствения обект.

Не всички са единодушни, че бизнесът трябва да инвестира в реклама. Има респонденти, които смятат, че бизнесът няма възможност в момента за участие в националната реклама на България.

Предложения за участие в специализирани борси, изложения и други събития

Мненията по отношение на ползите от участие на борси и изложения са противоречиви. Според някои борсите трябва да съществуват, защото те имат своето значение, което не може да бъде изцяло заменено от новите технологии. Те са една възможност за срещи и обсъждане между партньорите, своеобразно „свервяване на часовниците“.

Друго изразено мнение (БТС) е, че използването на борси е „архаизъм“ и не са достатъчни като средство на реклама. Според експерта тези изложения не успяват да привлекат туристи и не оправдават средствата, които се влагат в тях.

До известна степен двете мнения се съчетават в извода, че самите изложения и борси по-скоро имат променена функция. Те вече не се ползват толкова като канал за привличане на туристи, а по-скоро за среща на представителите от бранша.

Изразено е мнението, че механизмът за участие на борси трябва да бъде променен. Според туроператори техните представители трябва да имат предимство пред общините в участието на борсите, тъй като именно те разработват и продават продукта. Особено при специализираните изложения, на които се рекламира целево, трябва да се изпращат с предимство такива туроператори, които са фокусирани върху конкретния продукт.



Препоръки към регионалния маркетинг в туризма

Проучванията недвусмислено очертават актуални проблеми за бизнеса в сектора, които изискват както действия от самия бранш, така и намеса от администрацията.

Безспорно пандемията от Covid-19 определя като първостепенна грижа съхраняването на фирмите и техния капацитет. Очакваните преки действия на държавата са свързани с различни аспекти от дейността, но най-вече:

- осигуряване на достъп до финансови средства. Анкетното проучване показва преобладаващ дял на вътрешно финансиране при фирмите, което в условията на свити или отсъстващи приходи е крайно затруднено. С това фирмите са изправени пред невъзможност не само да инвестират в дейността си, но и изобщо да покриват текущите си разходи;
- пандемичната обстановка е динамична и условията за пътуване (включително административни) или предоставяне на отделни услуги непрекъснато се променят, което затруднява фирмите в упражняването на тяхната дейност и създава резерви у самите туристи за ползването на туристически услуги. При тези условия е необходима повече предвидимост в действията на администрацията при въвеждането на ограничения, прилагане на практики за мониторинг и контрол, които селектират, а не да забраняват и - по отношение на международния туризъм - дипломатически усилия на ниво двустранни отношения ниво за самите туристи
- реклама на дестинацията, като сигурно място. Тук е важно да се открие необходимостта от действителни мерки и подготовка, които да подплатят тази реклама - единни стандарти за дейността в условията на Covid-19 за различните типове дейности и услуги, установени протоколи за действие в различни ситуации и т.н.

Паралелно със спешните действия, администрацията би следвало да запази ангажимента си както по отношение създаване на благоприятни условия (среда за бизнес), така и конкретно по поддържането и развитието на определени елементи от туристическия продукт, с което да подкрепи бизнеса в създаването на конкурентен продукт. Проучванията и констатираните недостатъци и потенциал за развитие подсказват необходимостта от:

- повишаване интензитета на инвестициите в общата инфраструктура - най-вече пътна, но и в благоустрояване и чистота;
- мерки за насърчаване на инвестициите в обща и специализирана туристическа инфраструктура, както в по-малките дестинации, така и в общините, където изобщо няма туристическо предлагане към момента;

www.eufunds.bg



- решителни действия, които да позволят усвояването на потенциала на определени ресурси. Потенциалът на Витоша (и другите планини) и на спа-ресурсите е разпознат от туристическия бранш от години, но са необходими конкретни концептуални, законодателни и инвестиционни стъпки за насърчаване на неговото усвояване;
- повишаване на степента на взаимодействие с бизнеса. Въпреки усилията, браншът продължава да се чувства изолиран от процесите на планиране (напр. разработване на стратегически документи) и в ролята на "потърпевш" (във връзка с разработването и прилагането на законови и административни норми). Много по-интензивно сътрудничество е необходимо и на чисто техническо ниво, например по отношение на рекламата в чужбина;
- подкрепа за ОУТР. Успехът на стартираната политика на регионализация в настоящия етап изисква още по-сериозна настойчивост от страна на МТ, особено в аспекти като финансиране на дейността на ОУТР

Друга група мерки са свързани с реакцията и възможните действия на самите фирми по ключови проблеми и във връзка с повишаването на тяхната конкурентоспособност.

- наличието на персонал и неговата квалификация като проблем придобива все по-силно значение. По-интензивно взаимодействие с ВУЗ-овете, инвестиции в обучение и по-високи нива на заплащане, гъвкавост по отношение условията на труд са примери за възможни мерки, с които да се въздейства;
- повишаване на инвестициите в НИРД и въвеждането на иновативни продукти, услуги и практики категорично биха могли да осигурят конкурентно предимство;
- степента на участие и доверие в браншовите и другите туристически организации сред представителите на бизнеса все е на ниско ниво, а този тип партньорство не само осигурява по-добро представителство на интересите, но и е предпоставка за конкретни ползи за бизнеса (напр. по отношение на рекламата, създаването на нови продукти и т.н.);

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 открие 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

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.



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, Ангилла, 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

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, 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 отдих 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 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

----- 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 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 офиси 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

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“.

www.eufunds.bg



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 на 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 обещават да променят туристическия сектор и в бъдеще. Повечето туроператори, които се занимават с екскурзоводски услуги, са уверени, че в крайна сметка ще се върнат към по-традиционните групови екскурзии. Но междувременно тенденцията да се предпочитат по-персонализирани пътувания, наложила 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 управляват "лошите новини" и възникващите проблеми по-ефективно. Само по този начин могат да се изградят взаимоотношение 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 изложения

Участие в регионални, национални и международни туристически панаири, организиране на регионални туристически панаири. Въпреки че е доста скъпо, този метод директно помага да достигнете до целевите си групи -възможни дистрибутори и потенциални посетители, за кратко време и в голямо количество. Участието в съвместни изложби, организирани от регионални или национални туристически асоциации или организиране на изложбен щанд с няколко други доставчици на туристически услуги от района е задължително

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

Основната специализация на Софийския туристически район в делови и културен туризъм, добрите дадености за градски развлекателен и шопинг туризъм, планински и здравен туризъм, както и профила на чуждестранните посетители по националности, предопределят промотиране на дестинацията на следните туристически събития:

Най-важните международни събития



ITB - Берлин, Германия

- 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.
- 78 500 посетители
- 28 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 1 туристическа фирма



MITT - 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

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



UITT - Киев, Украйна

<https://www.uitt-kyiv.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
- 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 - Щутгард, 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

----- 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 Организацията 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 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



SAJAM
TURIZMA 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



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
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 4 общини и 5 туристически фирми



IMTM – Тел Авив, Израел

<https://www.imtm-telaviv.com/>

- Най-голямото туристическо събитие за Източносредиземноморския регион. Събитието се посещава основно от професионалисти
- 1870 изложители от 52 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 Организацията 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

- 26 800 посетители
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 2 туристически фирми



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



Tourism, Leisure & Hotels – Кишинев, Молдова

<http://www.tourism.moldexpo.md/>

- Професионално събитие, без масова публика
- 86 изложители от 8 страни
- 8415 посетители
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 11 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



FITUR – Мадрид, Испания

<https://www.ifema.es/en/fitur>

- Едно от най-големите изложения, предназначено основно за професионалисти
- 10 487 изложители от над 160 страни
- 253 490 посетители през 2019 г., от които 142 642 професионалисти и 110 848 туристи
- 150 000 м² изложбена площ

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 1 община и 9 туристически фирми



IFTM TOP RESA – Париж, Франция

<https://www.iftm.fr/en-gb.html>

- Най-важното туристическо събитие за професионалисти във Франция
- 1 694 изложители от над 540 страни и региони
- 34 000 посетители през 2018 г.
- 33 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 2 общини и 4 туристически фирми

Тематични събития



Holiday & SPA Expo – София, България

<https://holidayfair-sofia.com/>

- Българско събитие, придобило международно значение. Основно се посещава от туристически организации, опериращи на Балканите
- 380 участници
- 20 000 посетители



IGTM – Уелс

<https://www.igtmarket.com/>

- Най-голямото събитие за голф туризъм
- Специализирана борса за B2B срещи
- 350 туроператори и 600 доставчици на голф услуги
- През 2018 г. на българския щанд са участвали 4 туристически фирми



IMEX - Франкфурт, Германия

<https://www.imex-frankfurt.com/>

- Най-голямото събитие за конгресен и бизнес туризъм
- Предназначено само за професионалисти

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

- 3500 изложители от 160 страни и региони през 2018 г.
- 18 000 м² изложбена площ
- През 2019 г. на българския щанд са участвали 1 община и 6 туристически фирми



EAG European Amusement & VAE Visitor Attraction Expo - Великобритания

<https://eagexpo.com/eag-online-2021/>

- Най-голямото международно професионално събитие за развлекателни и хазартни игри, гейминг и атракциони. Събитието дава платформа за изява на предоставящи и по-специфични развлекателни услуги – стени за катерене, паник стаи, увеселителни паркове, включително водни такива, ледени пързалки и други
- Над 200 изложители
- 5000 участници



MEDTRAVELEXPO – Москва, Русия

<https://www.mte-expo.ru/en/>

- Едно от най-големите изложения за медицински и уелнес услуги, подобряване на здравето и лечение
- 160 изложители от 12 страни
- 8 800 посетители
- 50 000 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
---------	---------------------	------	-------------------------

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.



Международен фестивал на маскарадните игри „Сурва”	гр. Перник	януари	Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва” се провежда всяка година в последните събота и неделя на месец януари. Участниците се представят в традиционни роли и костюми в рамките на 5 минути. Участието ще се журира с първа, втора и трета награди в три категории: костюм на мечката, костюм на мечкаря, представяне на персонажите.
Международен София Филм Фест	гр. София	Март месец	Международният филмов фестивал София Филм Фест (Sofia International Film Festival) е най-мощният кинофестивал в България и едно от водещите филмови събития в Централна и Източна Европа. Историята му започва през 1997 и всяка година привлича повече от 85 000 зрители. Фестивалът влиза в класацията на 50-те топ фестивала според сп. „Варайъти” (Variety). Фестивалът представя актуалните тенденции в световното кино и най-новото от регионалното и българско кино.



Международна туристическа борса „ВАКАНЦИЯ & СПА ЕКСПО“	гр. София	22-23.04	<p>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.</p> <p>Събитието 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.</p> <p>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.</p> <p>Разширява се и профилът на участниците, в изложението се представят самостоятелно исторически и археологически музеи, природни резервати, състави за автентичен фолклор и обичаи.</p>
--	-----------	----------	---



„Празник на черешата“	Градинката пред община Кюстендил	Юни	<p>На “Празника на черешата” животът се превръща просто в купа с череша.</p> <p>Първият етап преминава под надслов – „Черешата в занаятите”. Десетки занаятчии от цялата страна подреждат свои изделия в Градската градина. Излагат се произведения на изкуството, посветени на черешата – кукли, бижута, пластики, икони и различни автентични произведения, майсторски изработени от сръчните ръце на художници и занаятчии.</p> <p>Паралелно с това се провежда фолклорния празник “Черешчица род родила”. В богата художествена програма, състави, танцови формации и индивидуални певци представят магията на черешата и въздействието ѝ върху българския фолклор.</p> <p>Акцентът на празника е изложението с конкурсен характер, в което вземат участие читалища, неправителствени организации, сдружения, детски градини и училища от Кюстендил и региона.</p> <p>Всяка година партньор на Общината е Институтът по земеделие – Кюстендил, който представя разнообразието и новостите в черешопроизводството на Кюстендилския регион.</p>
„Пауталия“ – международен фолклорен фестивал	гр. Кюстендил	Юни - Юли	<p>Ежегодно в края на юни и началото на юли месец, в град Кюстендил се провежда международен фолклорен фестивал „Пауталия“.</p> <p>Основната цел на фестивала е да даде поле за изява на фолклорни състави и изпълнители от различни държави, които да покажат богатството на своя фолклор, а по този начин и да съхрани и популяризира българското народно творчество и да покаже неговото достойно място сред другите народи. Събитието е с конкурсен характер.</p>



Музикален фестивал „Моцартови празници“	гр. Плевен	Юли	Фестивалът се провежда в рамките на няколко фестивални дни и вечери на няколко сцени в град Плевен. В него участват редица известни артисти от българската и световната сцена. Всяка година програмата е разнообразна – симфонични концерти, опера, балет, джаз концерти, оперети и други.
8-ми конгрес на БУБСПА	София	26-27 септември	Годишен конгрес на Български съюз по балнеология и СПА туризъм.
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.
Байк и рън за Чепън	Община Драгоман	април	Състезание по планинско бягане и колоездене с благотворителна кауза



Национален туристически събор "Златна есен - Етрополе"	гр. Етрополе	октомври	Туристически събор „Златна есен – Етрополе” – Туристическият събор се провежда всяка година по случай Световния ден на туризма – 27-ми септември. Ученици от цялата страна обичащи спорта и туризма участват в походи и спортно-туристически състезания. Дисциплините, в които се състезават са: спортно-туристическа щафета, теглене на въже, построяване на палатка за време, дартс, колокрос и майсторско управление на велосипед.
МОГА фестивал	гр. Етрополе	08.10 – 10.10	МОГА фестивал Етрополе се провежда всяка година в края на месец август. Фестивалът обединява най-различни дейности с развлекателна и образователна цел – спорт, култура, изкуство и екология. През трите фестивални дни се провеждат туристически походи, велообиколки, еко презентации, работилници за изкуство, куклен театър на открито и много други. Концертните вечери преминават с участието на български артисти от различни музикални жанрове.
Национален фолклорен фестивал „Шопски наниз“	гр. Костинброд	Краят на Април	Неговата цел е да популяризира, издири и съхрани наследствата на шопската фолклорна област, да стимулира дейността на културните и образователни институции в посока на изучаване и развитие на българския фолклор.
Фолклорен фестивал „Хайдушки ручей“	с. Градец, община Костинброд	юни	Целта на проявата е да издирва и съхранява песенното, музикалното и танцовото богатство на българина, вплетено в неговия бит и култура.



Атрактивна изложба на зайци	Гр. Костинброд	ноември	Изложба на зайците от порода - Немски гигант. Оценяването по европейски критерии от високо професионални съдии от Германия и Сърбия.
Международен A to jazZ Festival	Гр. София	юли	A to JazZ предлага много вдъхновяващи активности наред с традиционните джем сешъни, детска образователна програма, пъстър арт базар, страхотни коктейли и невероятните емоции, които очакват всички почитатели на музиката в летните вечери. Входът за фестивала е свободен. Хиляди гости от страната и много чуждестранни гости посещават фестивала, за да се насладят на великолепните концерти на артисти от Европа и България. В програмата на A to JazZ Festival намират място едни от най-големите имена от световната, българската и европейска джаз сцена, като предлага възможности за приятно джаз изживяване под открито небе.
Международен фолклорен фестивал „Витоша“	Гр. София	юли	Международният фолклорен фестивал „Витоша“ се провежда всяка година през месец юли и е с особена национална значимост. На форума си дават среща представители на различни култури от цял свят. Стотици танцьори, музиканти и певци стават съпричастни на една магическа интернационална сила, която ги обединява, а именно голямата любов към фолклора, който тяхните предци са сътворили през вековете. Целта на фестивала е да се популяризира танцовото изкуство на различни български региони и запознаване с фолклора на гостуващите държави



Mish Mash Fest	Гр. София	Март, юни	Градски фестивал и празник на добрия вкус. Селекция на независими автори и дизайнери, които са доказали своята висока класа.
Национален фестивал на клубовете за български народни танци „От Трън побаво нема“	Гр. Трън	юни	В него участват клубове за български танци и любителски ансамбли, които правят един красив празник. В сърцето на прословутия трънски хумор, остроумие и гостоприемство, се вихрят уникални танци. Характерното е, че всеки може да е облечен в свой национален костюм – не е задължително всички да са еднакво облечени, и така празникът добива още повече колорит.
Фермерски фестивал Оборище	Гр. София	юни	Всяка последна неделя от месеца до края на годината, всеки път от 11 до 18 ч., ще има фермерски фестивал в началото на ул. „Оборище“, зад храм-паметника Ал. Невски. Ще бъдат представени познати и нови производители от цялата страна, с най-доброто от продукцията им за сезона; ще има арт зона и козметика, традиции и занаяти, музика, тематични работилници за малки и големи.



Международен фестивал „Киномания”	Гр. София	Април, ноември - декември	<p>За 33 години от съществуването си фестивалът се налага като чакано събитие, което има своята вярна публика. Селекцията е изключително прецизна, като всяка година форматът се надгражда, за да остане атрактивен за зрителите. КИНОМАНИЯ не търси дефиниция. Тя е онова време всеки ноември, когато се докосваш до многото лица на киното. Всяко влизане в салона е запомнящо се ново изживяване.</p> <p>Събитието е атрактивно, защото предлага горещи заглавия от световните кинофестивали, най-доброто, най-интересното и най-провокативното, произведено през годината и хитови заглавия, златни класики, детско кино, кулинарни и музикални филми, автобиографични и документални прожекции, фестивал на френското кино.</p>
Международен фестивал „Софийски музикални седмици“		23.05 - 01.07	<p>Фестивалът е носител на лейбъла за качество „Европа за фестивалите, фестивалите за Европа” на Европейската фестивална асоциация. Целта на фестивала е да представя най-значителното от световната музикална класика и българското музикално творчество от всички музикални жанрове.</p>
Season of Classic Films '2021	Гр. София	юни	<p>Проектът "A Season of Classic Films" за втори път ще организира безплатни прожекции на екрани из цяла Европа, поместени във времевия диапазон декември 2020-юни 2021 година. Целта е след отбелязването на Световния ден на аудиовизуалното наследство на 27 октомври да бъдат прожектирани изтъкнати заглавия от историята на европейското кино, наред с не толкова добре познати богатства на лентата, представени в дигитално реставрирани копия за съвременната публика.</p>

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.



Световен театър в София	Гр. София	юни	СВЕТОВЕН ТЕАТЪР В СОФИЯ е платформа за представяне на международни театрални и танцови продукции. Тя се стреми да покаже пред столичната публика водещи имена и тенденции в театъра по света. Нейната селекция включва събития от програмата на Международния театрален фестивал „Варненско лято“, но понякога и спектакли, поканени специално за София.
Sofia Coffee Festival	Гр. София	юни	Основната програма на Sofia Coffee Festival предлага да на посетителите да се потопят в света на кафето, като имат възможност да се срещнат с най-големите производители на кафе, да научат интересни факти за ободряващата напитка – как и къде расте; как се обработва и приготвя; да опитат различни вкусове и блендове от цял свят; да видят и изберат най-добрата машина за кафе – за дома, офиса, заведението или хотела.
Национален фестивал за народни хора „Хоро се вие, извива“	Гр. София	март	За пореден път Народно читалище „Димитър Динев“ – София организира Национален фестивал за народни хора „Хоро се вие, извива“. Станалият традиция фестивал-конкурс се утвърди не само като място, където се състезават клубовете за народни хора от цяла България, а и като празник на българските народни танци. Целта му е да популяризира и съхранява българския танцов фолклор! Дава възможност за докосване и представяне на балканския фолклор и танци.



Sofia Travel Fest	Гр. София	март	Туристическият фестивал ще ви отведе в прекрасния свят на пътешествията. Еднодневното събитие ще ви срещне с пътешественици и разказвачи чрез интерактивни презентации, които ще разкажат за преживяното от тях.
Национален китарен фестивал за поп, рок и джаз „Музика без граници“	Гр. София	март	Национален китарен фестивал за поп, рок и джаз „Музика без граници“ ще се проведе в края на март. Целта на събитието е да се даде възможност на участниците във фестивала да представят уменията си, да се обменят методическа и практическа информация в областта на музиката, да се популяризира класическата, поп, рок и джаз музиката. Във фестивала мога да вземат участие млади таланти, центрове за обучение, частни школи и музикалните училища от цялата страна. Участниците могат да се представят със солови изпълнения, дуа, триа и формации.
Фестивал на шопския хумор	с. Чепинци	март	Фестивалът на шопския хумор в софийското село Чепинци се провежда на площада на селото от 19 години. В програмата участие ще вземат танцьори, певци и хумористи от район Нови Искър като акцент е културата и фолклорът на шопския край. Активно участие в празника вземат самодейните състави от читалището в селото.



Международен фестивал за съвременен танц и пърформанс Антистатик	Гр. София	май	В София се провежда Международния фестивал за съвременен танц и пърформанс „Антистатик“. В съгъстения политически дневен ред „Антистатик“ издига #ГласЗаТанц! Глас „ЗА“ изкуството – като измерение, което не просто познава в дълбочина миналото и разбира линиите на настоящето, но умее и да създава бъдеще. Фестивалът среща българската публика с артисти от Канада, Израел, Бразилия, Франция и Германия, както и с артисти от новата си програма „Център/Изток“ от Хърватия, Словения и Румъния.
Европейски музикален фестивал	Гр. София	юни	„Европейски музикален фестивал“ е създаден през 2001 г. Форумът има за цел да представи на столичната публика изявени български и световни звезди от сферата на класическата музика. В програмата се търси многообразието на жанрове и видове музика. Съчетаването на различни подходи към класическата музика обогатява познанията на публиката.
Национален фолклорен фестивал „Лазарица“	Гр. Елин Пелин	17.04	Национален фолклорен фестивал „Лазарица“ е посветен на песните, танците, наричанията и обичаите на пролетните празници – Лазаровден, Цветница, Великден, Гергьовден. Целта на фестивала е да съхрани за поколенията богатите фолклорни традиции, да обнови и обогати националното ни танцово и песенно културно наследство, да стимулира процесите на съхраняване и популяризиране на местната и регионална специфика на пролетната обредност, като част от системата на фолклорната култура и мястото ѝ в съвременните културни процеси.

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.



9. 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;
- 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 взема 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

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.



информационно осигурена. За тази цел се препоръчва създаването на база данни, със следната структура:

- Описва се йерархичната зависимост, залегнала 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.

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.

www.eufunds.bg



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.

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:

- Последниците 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
 - o Рискове, които заплашват да осуетят успешната реализация на Стратегията
 - o Възможностите за тяхното усъвършенстване се съчетават с избягване на рисковете за отрицателни последици
 - o Институционална и организационна среда е необходима за осигуряване участието на заинтересованите страни в осъществяването на Стратегията
 - o 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.

10. 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;

www.eufunds.bg



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;

----- www.eufunds.bg -----



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.

В NST 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 NST 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.

(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;



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 сформира 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 комисииите 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) Условието 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.



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:

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;

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. създава и ръководи консултативния съвет по чл. 13, ал. 1;
 3. създава Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО);
 4. определя категорията на туристически обекти по предложение на ОЕККТО 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. ежемесечно 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.

----- www.eufunds.bg -----



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.
- (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 ОЕККО 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 ОЕККТО по предложение на съответните ръководители на сдруженията по ал. 3. По преценка на кмета на общината в състава на ОЕККТО може да бъдат включени и други експерти. Кметът на общината със заповед утвърждава правилник за организацията и дейността на ОЕККТО.

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 (ОЕЕКТО). В състава на ОЕККТО се включват с равен брой гласове представители на местната администрация, от една страна, и на местните, регионалните 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). Организациите 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,

www.eufunds.bg



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. Организациите 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;
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:

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.



11. 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 3 200 000 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.).

Дейност	2021	2022	2023	2024
Рекламни материали и проучвания				
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	

www.eufunds.bg



ЕВРОПЕЙСКИ СЪЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИ ФОНД ЗА
РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ



ОПЕРАТИВНА ПРОГРАМА
ИНОВАЦИИ И
КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТ

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
Реклама				
Премиум интернет реклама в сайтове и платформи, свързани с планиране на туристически пътувания и сайтове с висок трафик	35,000.00	65,000.00	75,000.00	90,000.00
Таргетирана и контекстуална реклама (при зададени социо-демографски и други параметри на таргет групата) в търсачки и социални мрежи – видео, банери и др.	40,000.00	85,000.00	90,000.00	100,000.00
Реклама чрез интернет инфлуенсъри – спонсориран пост/статия, снимки и др./ относно дестинацията в социалните мрежи	35,000.00	50,000.00	55,000.00	60,000.00
Реклама чрез клип, представящ дестинацията (до 30 сек.)	70,000.00	120,000.00	140,000.00	155,000.00
Радио реклама (до 30 сек.)	30,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Реклама чрез билбордове и постери	45,000.00	70,000.00	75,000.00	80,000.00
Публикуване на рекламни карета в преса	65,000.00	70,000.00	70,000.00	70,000.00
Събития				
Популяризиране на фестивали и събития, провеждани в района	25,000.00	35,000.00	40,000.00	45,000.00
Туристически изложения в България	30,000.00	40,000.00	45,000.00	45,000.00

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

Туристически изложения в чужбина	30,000.00	60,000.00	70,000.00	75,000.00
PR комуникация и инсентив събития				
Платени прес съобщения, статии, видеа и цялостен PR	20,000.00	25,000.00	25,000.00	25,000.00
Опознавателни пътувания за инфлуенсъри, блогъри, влогъри, медии	15,000.00	45,000.00	45,000.00	50,000.00
Спедиентски турове и информативни турове за представители на българските и чуждестранни туроператори	25,000.00	30,000.00	30,000.00	40,000.00
	585,000.00	828,000.00	877,000.00	910,000.00
ОБЩО	3,200,000.00			

12. 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	Развитие и позициониране на Район София като	Развитие на MICE туризма на основата на градските ресурси на столичния град	ежегодно	Развитие на MICE туризма на основата на градските ресурси на столичния град	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/

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 преживяване то на туристите в района	дестинация със собствена марка за делови, културен, здравен, градски и шопинг туризъм на основата на столичната културна и институционна среда, планинската природа и балнеоресурсите в района					заинтересовани страни		оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на всички видове и форми на културно-исторически и фестивален туризъм в град София	ежегодно	Развитие на всички видове и форми на културно-исторически и фестивален туризъм в град София	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на планински пешеходен и планински ски	ежегодно	Развитие на планински пешеходен и планински	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

		туризъм и крайградски отдих в района на Витоша		ски туризъм и крайградски отдих в района на Витоша		сдружения/ заинтересовани страни		орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на балнео, СПА и уелнес туризъм в Кюстендил, Баня и Правец	ежегодно	Развитие на балнео, СПА и уелнес туризъм в Кюстендил, Баня и Правец	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест орантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на Софийската Света гора	ежегодно	Развитие на религиозен и поклонически туризъм на основата на Софийската Света гора	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/ заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/рест 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

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 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/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		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	ежегодно	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	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Развитие на екстремните атракции, които набират все повече популярност сред		Развитие на екстремните атракции, които набират все	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторанти/

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

		туристите - въжени градини, тролеи, велосъветки.		повече популярност сред туристите - въжени градини, тролеи, велосъветки.		заинтересовани страни		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/ресторанти/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Създаване и популяризиране на бранд на ТР София	ежегодно	Развитие и популяризиране на бранд на ТР София	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

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

		Интернет реклама в България и на целеви пазари в чужбина – премиум интернет реклама, таргетирана и контрукстуална реклама, реклама чрез интернет инфлуенсъри	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Телевизионна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез клип, представящ дестинацията	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Радио реклама в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		Външна реклама в България и на целеви чуждестранни пазари чрез билбордове и постери	ежегодно		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

		Публикуване на рекламни карета в преса в България и на целеви чуждестранни пазари	ежегодно		МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/заинтересовани страни	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/ оператори/ тур. сдружения/ЕС
		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.	ежегодно	Дигитално интерактивно представяне на	МТ/ОУТР	Общини, туристически сдружения/	-	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/

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

		международни) екомаршрути (пешеходни, вело, конни и други)		мрежата от обозначени (вкл. международни) екомаршрути (пешеходни, вело, конни и други)		заинтересовани страни		оператори/ тур. Сдружения/ЕС
	Укрепване на институционалната рамка	Подобряване на функционирането на ТИЦ	ежегодно	Подобряване на функционирането на ТИЦ	ОУТР, туристически и сдружения, ТИЦ			
		Увеличаване на капацитета и ресурсната обеспеченост 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				

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

		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	ежегодно	Провеждане на информационни срещи за разнообразяване на предлагането на туристически услуги в туристическите места и обекти и подобряване на тяхното качество	ОУТР, туристически и сдружения, ТИЦ			
	Провеждане на проучвания от маркетингането 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				

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 качеството на предлаганите услуги	Цел 1. Подобряване на качеството на туристическите продукти	1.1. Подобряване на транспортната инфраструктура (пътна, жп, летищна, пристанищна)	Ежегодно	Удовлетвореност на туристите от качеството на транспортната инфраструктура	МТ/ОУТР	МРРБ, МТИТС	-	Държавен/общински бюджет/АПИ
		1.2. 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
		1.3. Подобряване на водоснабдяването и качеството на питейната вода в туристическите места	Ежегодно	Подобрено водоснабдяване и качество на питейната вода в туристическите места	МТ/ОУТР	МОСВ, МЗ, ВиК оператори	-	МРРБ/общини /ВиК дружества
		1.4. Подобряване на пречистването и отвеждането на отпадъчните води в туристическите места	Ежегодно	Подобрено пречистване и отвеждане на отпадъчните води в туристическите места	МТ/ОУТР	МРРБ, МОСВ, Общини, ВиК оператори	-	МРРБ/Общини /ВиК дружества/ хотелиери/ресторанти/оператори

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

	1.5. 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
	1.7. Опазване на чистотата на водните басейни и прилежащата им крайбрежна 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
	1.8 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
	1.9. Подобряване на инфраструктурата за предлагане на приключенски туризъм и екстремни спортове (скално или планинско катерене, скачане с бърджии, рафтинг и други),	Ежегодно	Подобрена инфраструктура за практикуване на екстремни спортове	МТ/ОУТР	МТ/ Общини /хотелиери/ресторантьори/оператори/ тур. 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

		при спазване на режимите на защитените територии						
		1.12 Взаимодействия с авиокомпаниите за откриване и поддържане на допълнителни въздушни връзки за летището в София	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	Подобряване на сигурността на туристите в туристическите места в района	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини
		Организация и поддържане на висока степен на безопасност на движението в рамките на туристическите места в района	ежегодно	Безопасност на движението в рамките на туристическите места в района	ОУТР	МВР, Общини	-	МВР, Общини
		Поддържане на висока степен на безопасност на съоръженията в	ежегодно	Осигурена безопасност на съоръженията в туристическите места и съоръжения в района	МТ	МИ, ДАМТН, КЗП	-	МИ, ДАМТН, КЗП/ хотелиери/ресторанти/

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 места и съоръжения в района						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
		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,	-	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 Организацията 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

						съсловни организации		
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 брой български и чуждестранни туристи	ежегодно	Установени контакти с национални и международни туроператорски фирми за привличане на по-голям брой български и чуждестранни туристи	ОУТР	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС
		Организиране на срещи за насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и	ежегодно	Насърчаване на взаимодействието между ТИЦ в туристическия район и	ОУТР, туристически и	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 Организацията 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

		ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите		ОУТР за единно информационно осигуряване на туристите	сдружения, ТИЦ	заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации		
		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 на дейностите за развитието на туристическия район	ежегодно	Участието на регионалната и местната власт в стратегическото планиране и реализирането на дейностите за развитието на туристическия район	ОУТР, туристически и сдружения	Общини, Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/ програми на ЕС/ заинтересовани 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 Организацията 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

		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/заинтересовани страни
Повишаване на конкурентоспособността на туристическия район	Предоставяне на подкрепа на МСП за участие в международни събития и изложения	Участие в специализирани борси и изложения	ежегодно	Участие на МСП в специализирани борси и изложения	ОУТР	Общини, МСП/ Хотелиери, ресторантьори и други заинтересовани страни, НПО организации, съсловни организации	-	Държавен бюджет, МТ/програми на ЕС/заинтересовани 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 Организацията 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

		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/ заинтересовани 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/ заинтересовани 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

13. Приложения:

- Приложение 1: Комуникационен план на 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.