

ДЕСИСЛАВА АЛЕКСОВА

**МОДЕЛ
ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ
НА ФОРМИРАЩА СЕ
ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ
ПО ПРИМЕРА НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД**





Международно Висше Бизнес Училище
International Business School



ФОНД
НАУЧНИ
ИЗСЛЕДВАНИЯ

МИНИСТЕРСТВО НА ОБРАЗОВАНИЕТО И НАУКАТА

Десислава Алексова

**МОДЕЛ ЗА УСТОЙЧИВО
РАЗВИТИЕ НА ФОРМИРАЩА СЕ
ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ
ПО ПРИМЕРА НА
ОБЩИНА БОТЕВГРАД**

**Издателство на МВБУ
2019**

© Десислава Алексова, автор, 2019

Рецензенти:

проф. д-р Мария Воденска

проф. д-р Борис Колев

проф. д-р Николина Попова

Анелия Монева, редактор

Радостина Ценова, дизайн на корицата

Издателство на МВБУ

София, 2019

ISBN 978-954-9432-92-3 (pdf)

По проект „Разработване и апробиране на модел за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма в България (на примера на националните курорти)“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с договор № КП-06-Н25/3 от 13.12.2018 г.

СЪДЪРЖАНИЕ

ПРЕДГОВОР	9
-----------------	---

ГЛАВА ПЪРВА.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКА РАМКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО.....13

1. Методически аспекти за анализ и оценка на устойчиво развитие на туристическа дестинация	13
2. Методика за проучване на туристическите ресурси	18
3. Териториална система на отдиха и туризма на местно ниво	22
4. Туристическа дестинация. Жизнен цикъл на туристическа дестинация	29
5. Концептуална рамка на устойчивото развитие на туристическа дестинация	38
6. Европейска система от индикатори за устойчиво развитие на туризма (ETIS) и прилагането ѝ на местно ниво.....	44
7. Туристическо райониране и микрорайониране.....	59
8. Резюме и заключения.....	68

ГЛАВА ВТОРА.

ПРОУЧВАНЕ И АНАЛИЗ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД КАТО ТУРИСТИЧЕСКА

ДЕСТИНАЦИЯ..... 71

1. Проучване на външните фактори, влияещи върху устойчивото туристическо развитие в община Ботевград.....	71
1.1. Политически фактори.....	72
1.2. Икономически фактори.....	73
1.3. Социално-културни фактори	74
1.4. Екологични фактори.....	75
1.5. Технологични фактори.....	76
2. Проучване на вътрешните фактори, влияещи на устойчивото туристическо развитие в община Ботевград.....	77
2.1. Местоположение и транспортна достъпност	77
2.2. Икономическа характеристика	79
2.3. Демографска характеристика	80
2.4. Образование	81
2.5. Здравеопазване.....	83
2.6. Социална структура на община Ботевград.....	84
2.7. Комунално-битови нужди.....	85
3. Проучване и анализ на туристическия потенциал на община Ботевград	85
3.1. Туристически ресурси	86
3.1.1. Природни туристически ресурси.....	86
3.1.2. Антропогенни туристически ресурси	94
3.2. Материално-техническа база на туризма	100
3.3. Ролята на местната власт и другите заинтересовани страни за устойчиво туристическо развитие.....	108
3.4. Роля на кадрите за развитие на туризма	114

4. SWOT анализ на туристическия сектор в община Ботевград	116
5. Резюме и заключения.....	119

ГЛАВА ТРЕТА.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО И АНАЛИЗА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД ЗА УСТОЙЧИВО

ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ 121

1. Резултати от анкетните проучвания на територията на община Ботевград и работата с фокус групи.....	121
1.1. Резултати от анкетните проучвания сред местната общност	123
1.2. Резултати от анкетните проучвания сред посетителите на община Ботевград	136
1.3. Резултати от работата на работните групи	141
1.4. Анализ на работните срещи, проведени с фокус групи	144
1.5. Резултати от срещите с представители на съседните общини	151
2. Основни изводи за предлагането на устойчив туристически продукт на територията на община Ботевград.....	156
2.1. Устойчиво развитие на спортен, приключенски и екстремн туризъм.....	158
2.2. Устойчиво развитие на планински, селски и екотуризъм.....	164
2.3. Устойчиво развитие на културен и фестивален туризъм.....	168
2.4. Устойчиво развитие на ловен и риболовен туризъм	178
2.5. Устойчиво развитие на доброволчески туризъм.....	179
3. Основни изводи за туристическото търсене и потребителските нагласи	181
4. Резюме и заключения.....	183

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРЕПОРЪКИ ЗА УСТОЙЧИВОТО

ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД 185

1. Определяне на стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.....	185
2. Туристическо микрорайониране на община Ботевград и създаване на регионален туристически продукт	188
2.1. Концепция за туристическо микрорайониране на община Ботевград	188
2.2. Устойчиво развитие на туризма в Централна туристическа зона „Ботевград”	194
2.3. Устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Боженица”	199
2.4. Устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Ржана”	201
2.5. Предложения за създаване на регионален туристически продукт	204
3. Предложение за уникално позициониране и развитие на туризма в община Ботевград	213
3.1. Препоръки за създаване на туристически бранд Ботевград	213
3.2. Предложение за разработване и внедряване на доброволна сертификация за качество „Запазена марка Ботевград”.....	215
3.3. Необходими дейности и мерки за създаване и внедряване на туристически бранд „Ботевград”.....	218

4. Предложение за подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата.....	226
5. Предложение за институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни	228
6. Предложение за устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград.....	231
6.1. Предложения за устойчиво развитие на приключенски и екстремн туризъм.....	232
6.2. Предложения за устойчиво развитие на културен и фестивален туризъм.....	241
6.3. Предложения за устойчиво развитие на доброволчески туризъм	246
7. Резюме и заключения.....	250
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	251
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	255
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. Читалищна дейност в община Ботевград	257
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. Списък на категоризираните заведения за хранене и развлечение на територията на община Ботевград	260
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. Анкетна карта за местното население в община Ботевград	264
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. Анкетна карта за посетителите на община Ботевград.....	268
ПРИЛОЖЕНИЕ 5. Работни карти за участниците в работните групи.....	273
ПРИЛОЖЕНИЕ 6. Списък на пещерите в община Ботевград	277
ПРИЛОЖЕНИЕ 7. Рекламни материали на община Ботевград.....	283
СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ.....	289
СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ.....	291
СПИСЪК СЪС СЪКРАЩЕНИЯТА.....	293
БИБЛИОГРАФИЯ	295

Тази книга е финансирана по проект „Разработване и апробиране на модел за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма в България (на примера на националните курорти)“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с договор № КП-06-Н25/3 от 13.12.2018 г. и е предназначена както за студенти-бакалаври и студенти-магистри, изучаващи туризъм в различните университети, стопански и географски факултети в страната, така и за преподаватели и експерти по туризъм, туристически организации, институции и предприемачи в областта на туризма. Заедно с това тя се явява полезно практическо ръководство за местните власти и организациите за управление на туристическите райони в страната.

Основен мотив за написването ѝ е както натрупаният преподавателски и научно-изследователски опит на автора в областта на планиране и развитие на туризма, така и наличието на богат професионален и експертен опит като консултант в областта на туризма и опазването на природните ресурси, към различни общини и неправителствени организации. Д-р Десислава Алексова е активен член на Българска туристическа камара, главен асистент в Международно висше бизнес училище (МВБУ) – Ботевград, член на обществения съвет към Министерство на туризма. Притежава значителен професионален опит във водещи туроператорски фирми, дирекцията на природен парк „Витоша“, Национален природонаучен музей – БАН и неправителствени организации в областта на екологията, образованието и туризма. В качеството си на експерт по туризъм е участвала в над 20 международни проекта, свързани с регионално развитие на туризма; проучване на туристическия потенциал и изготвяне на стратегически и програмни документи в различни общини в България, част от организационния екип на т. нар. Международни пътуващи университети на Софийско гражданско сдружение „Щастливеца“ в Чипровци и Западна Стара планина, чиито дейности са насочени към интердисциплинарно обучение. Има 15-годишен преподавателски опит в Нов български университет, Висше училище по агробизнес и развитие на регионите, Частен професионален колеж „Интербизнес“, Център за професионално обучение на планински водачи, сертифициран обучител по ключови компетенции на педагогически специалисти. Автор е на над 50 научни публикации, част от които публикувани в международни реферирани издания; участва активно в проучвания, научни конференции и симпозиуми, дебати и обществени събития, свързани с насърчаване на гражданското общество, развитието на туризма и опазване на околната среда, инициатор и участник в редица доброволчески инициативи.

Допълнителен мотив на автора е участието в първото по рода си проучване на туристическата среда на община Ботевград, изготвянето на анализи, концепции, програмни и стратегически документи, свързани с устойчивото развитие на туризма в общината. Също така натрупаният практически опит и научно-изследователска дейност с приложна насоченост при развитие и реализиране на продуктовата политика на община Ботевград, подготовка и провеждане на събитийни прояви, туристическа интерпретация на обектите и атракциите, обект на туризма в община Ботевград, както и успешно защитената дисертация в професионално направление 3.9 „Туризм“ от област „Социални, стопански и правни науки“ на тема „Изследване на туристическия потенциал на община Ботевград за устойчиво развитие на дестинацията“.

Искам да благодаря на научният ръководител на дисертацията ми проф. д.ик. н. Соня Милева, моите рецензенти – проф. д-р Мария Воденска, проф. д-р Борис Колев и проф. д-р Николина Попова. На доц. д-р Вера Николова, доц. д-р Мария Станкова, доц. д-р Йордан Йорданов, д-р Борис Гълъбов, доц. д-р Стела Балтова, инж. Ангел Жиланов и г-н Иван Гавалюгов за положителните отзиви и становища, свързани със защитения дисертационен труд и настоящата книга. Специална благодарност изказвам на участниците в работните групи, фокус групите и участниците в екипите, свързани отделните проучвания и инициативи, както и на Таня Шнел за помощта като ГИС експерт, методическите насоки на доц. д-р Румен Драганов, доц. д-р Елка Дограмаджиева, арх. Мариела Андреевска, Българска туристическа камара, Асоциация на парковете в България, Исторически музей Ботевград, Община Ботевград, „Яна тур“ ООД и „УАЙЛДАН“ ЕООД.

ПРЕДГОВОР

България разполага с богат туристически потенциал, който представлява стабилна основа за развитието на туризма. Използването на тези уникални богатства засега е твърде неефективно. Развиват се предимно морският и планинският туризъм, като останалите форми на туризъм са в начална фаза. Като страна с четири ясно изразени сезона, България има възможност да развива успешно алтернативни видове туризъм. Това е от изключително значение за преодоляване на диспропорциите в икономическото развитие на отделните региони на страната. Чрез успешното и устойчиво развитие на разнообразен туристически продукт ще може да се снижи до минимум сезонността в туристическото предлагане, ще се повиши възможността за привличане на по-платежоспособни туристи, България ще застане по-стабилно на европейските и световни туристически пазари.

Развитието на туризма зависи в голяма степен от ангажираността на публичния сектор, тъй като този бизнес е твърде интегриран с другите публични услуги: водоснабдяване, електроснабдяване, интернет-достъп и комуникации, благоустрояване на населените места, състояние на транспортната инфраструктура, достъп към и до туристически атракции и обекти, чистота, здравеопазване, сигурност. Наличието или липсата на проекти, подкрепящи туристическата инфраструктура върху определена територия, имат съществено значение за конкурентоспособността на туризма. Затова и политиката на общинските власти и тяхното отношение към проблемите на сектора са сред ключовите фактори за развитието на една туристическа дестинация.

В контекста на политическа среда в България, община Ботевград се намира в сравнително благоприятно положение. Кметът на общината демонстрира политическа воля за развитие на туристическия сектор и готовност за целеви действия в тази посока. Създаден е Консултативен съвет по въпросите на туризма, изготвени са задълбочени проучвания, програмни и стратегически документи в областта на туризма, назначен е служител с длъжност експерт по туризма. Секторът на туристическите услуги обаче не е развит в синхрон с националните пропорции, за сметка на една добре функционираща икономика, с промишлено-аграрна структура. Развити отрасли на промишлеността са: електроника, машиностроене, металообработване, хранително-вкусова и текстилна промишленост, строителство, дърводобив и други. Над 15 високотехнологични предприятия, които са с чуждестранно участие, изнасят по-голямата част от своята продукция на външни пазари.

Актуалността на темата се свързва с неразпознаваемостта и неефек-

тивното използване на туристическите ресурси в община Ботевград на настоящия етап. Традиционно общината е развита като индустриална, характеризира се с ниска безработица, което наред с историческите предпоставки, обяснява липсата на предприемачески потребности от страна на местното население. Туризмът фигурира във визията на програмни документи и влиза в дневния ред на общината, но практически все още липсват реализирани целенасочени местни политики в сектора. Същевременно устойчивото развитие е заложено в Националната стратегия за развитие на туризма и представлява приоритет на Световната туристическа организация. Това налага адаптиране и прилагане на утвърдени методики за устойчиво развитие на туристическа дестинация.

Туризмът в община Ботевград до скоро не е бил актуална тема, но предвид настъпилите промени и възможностите на района за устойчивото му и комплексно развитие, както и перспективите пред общинска администрация за участие в проекти и привличане на инвестиции и външно финансиране, темата става все по-актуална. Още повече, че до момента подобни изследвания не са правени. Всичко това е обект на внимание от страна на общинското ръководство и ще бъде част от визията на общината за развитие в сектор туризъм.

Предмет на изследване в книгата са проучването, анализът и оценката на туристическия потенциал (туристически ресурси / атракции, човешки ресурси, материална база, административен капацитет), като подсистеми на териториалната система за отдиха и туризма) ТСОТ и изследване на взаимовръзките между тях.

Обект на изследване е туристическият потенциал на община Ботевград в качеството на териториална система за отдих и туризъм. Като туристическа дестинация общината притежава ограничени ресурси за развитие на някои специализирани видове туризъм. Съхранената природа, растителното и животинско разнообразие и защитени зони са основна предпоставка за развитие на екологичен и в частност орнитоложки и ботанически туризъм. Благоприятните форми на релефа и някои неблагоустроени пещери, в съчетание с малки водопади, биха могли да привличат туристи за приключенски и екстремен спорт и туризъм. Историческите и религиозни паметници са основа за комплексно предлагане на културен и религиозен туризъм. Ресурсите на община Ботевград все още не се използват рационално за устойчиво развитие на алтернативни видове туризъм, въпреки кръстопътното разположение на региона и добрата транспортна достъпност със столицата. Общината няма работеща стратегия за развитие на туризма все още, но усилията на местната власт са в тази насока, като за основа е положен научно-изследователски подход.

Целта на изследването обхваща анализ и оценка на ресурсния потенциал, както и формулиране на стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.

Във връзка с посочената цел са формулирани следните основни изследователски задачи:

1. Изясняване същността на ТСОТ на местно пространствено ниво и разкриване на взаимовръзките на отделните подсистеми.

2. Анализ и оценка на подсистемите на ТСОТ на община Ботевград за очертаване насоките за устойчиво развитие.

3. Методика за оценка на туристическите ресурси и извеждане на критерии за оценка на туристическия потенциал на местно ниво.

4. Проучване на съществуващите схеми за туристическо райониране и разработване на туристическа схема за микрорайониране в пределите на община Ботевград.

5. Формулиране на цели и стратегически приоритети за устойчиво туристическо развитие на община Ботевград.

За постигане на изследователската цел и решаване на основните задачи в книгата е използвана съвкупност от общонаучни и частни методи, съответстващи на интердисциплинарния и хетерогенен характер на ТСОТ на местно ниво – методи на анализ и синтез, *камерален метод* (литературен обзор, официални информационни източници и др.), *математико-статистически методи* (за обработка и анализ на събраната първична и вторична информация), *картографски метод* (за пространствен анализ на изследваните обекти и явления в пределите на проучваната община), ГИС (за картиране на природния туристически ресурсен потенциал, за разработване на схема за микрорайониране, включително обосновка на границите и др.), SWOT анализ, *социологически методи* (за проучване на нагласите, настроеността, мненията на заинтересованите субекти) и др.

Основните подходи на изследването са системният, свързан със системния характер на ТСОТ и емпиричният подход, използван за набиране на необходимата по обем и характер първична количествена и качествена информация (ниска степен на проученост на обекта на изследване). Използваните методи на изследване стъпват на дедуктивен подход, тоест изводите се извеждат по логически път от общите положения към частните случаи. Използвани са още подход на проучвания и систематизиране на информация на литературни източници и планови документи; набиране, обработка, систематизиране и интерпретиране на статистически данни и документи; метод на критичния анализ и експертна оценка; метод на сравнителния анализ; анкетен метод и натурно обследване; аналитично-прогнозен метод; научен анализ и синтез, работа с фокус групи; теренно наблюдение.

Защитаваната изследователска теза е, че постигането на устойчиво развитие на туристическа дестинация на местно ниво е възможно само при системно използване и прилагане на критериите и показателите за анализ и оценка на туристическия потенциал, ясно дефиниране и следване на стратегическите цели и приоритети за устойчивото развитие на туристическа дестинация.

Основните проблеми и ограничения са свързани с липсата на базова информация за туристическите ресурси и обекти на територията на общината, доставчиците на услуги и състоянието на туристическото предлагане. При анкетните проучвания, насочени към посетителите, сериозен недостатък се оказва, че почти никой от анкетирания не е пътувал в община Ботевград с цел туризъм. Пълната липса на научно-изследователски проучвания и налична статистическа информация възпрепятства изготвянето на задълбочени анализи. Липсата на традиции в областта на туризма и фактът, че никога преди това общината не е работила целенасочено за развитието на сектора, се оказва друг сериозен ограничителен фактор, тъй като все още няма актуализирани регистри на категоризираните туристически обекти, липсва достатъчно статистическа информация, а наличната е частична и показва, че все още съществена част от туристическите обекти са в сивия сектор. Има разминавания на базови данни (за места за настаняване, културни паметници, спортна инфраструктура и др.) в програмни и стратегически документи, което налага изискване на справки от официалните институции. Част от туристическите маршрути и част от защитените територии по ЗЗТ са недостъпни, проучвани са на терен заедно със служители на ДСГ Ботевград и еколога на Община Ботевград, а друга част не е имало възможност да бъдат обходени, поради обрастване с растителност, липса на маркировка и непроходимост.

ГЛАВА ПЪРВА.

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКА РАМКА НА ИЗСЛЕДВАНЕТО

Теоретико-методологическата рамка на изследването включва методическите аспекти за анализ и оценка на туристическия потенциал на устойчиво развитие на местно ниво, анализ на съществуващите териториални системи на отдиха и туризма и прилагането им на местно ниво; изясняването на концептуалната рамка на устойчивото туристическо развитие на глобално и местно ниво; възможностите за внедряване на Европейската система от индикатори за устойчиво развитие на туризма (ETIS), в резултат на които са изведени критерии и показатели за устойчиво развитие на местно ниво.

Целта е да бъдат представени хронологично основните понятия в теорията на туризма, свързани с настоящото изследване. Изясняването на понятието териториална система на отдиха и туризма (ТСОТ) е насочено към системния подход, използван за проучването. Следва необходимост да се дефинира понятието туристическа дестинация, отделните етапи в нейното развитие, създаване на имидж и позициониране. Влиянията на туризма върху туристическите дестинации налагат да бъде изяснено понятието устойчиво развитие, да се дефинира неговата концептуална рамка и да бъдат изведени индикатори, съобразно утвърдени европейски критерии.

В последния параграф на първа глава е направен анализ на съществуващите схеми на туристическо райониране с цел избиране на критерии за разработване на таксономична схема за туристическо микрорайониране на избраната дестинация.

1. Методически аспекти за анализ и оценка на устойчиво развитие на туристическа дестинация

Създаването на модел за устойчиво развитие на формираща се туристическа дестинация включва проучването на външните и вътрешните фактори на средата, туристическия потенциал, условията и възможностите за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград. Изследването стъпва на използване на широка палитра от общи и частни научни методи: **количествени**, включващи анкетни проучвания и **качествени**, включващи допитване.

Изследователското проучване е насочено към запознаване и ясно дефиниране на изследователските проблеми, отчитане на съществуващите

ограничения, проучване на съществуващи хипотези и концепции, с цел определяне на най-добрия дизайн на проучване, методи на набиране на данни, както и избор на субекти.

В процеса на изследване са използвани **техники за набиране на първична информация**, в това число интервю и анкетни проучвания, както и **техники за набиране на вторични данни**: преглед на съществуващите информационни източници, набрани за други цели и наличната информация. Всички информационни източници са анализирани за достоверност и надежност, което е наложило в процеса на изследователската работа актуализация на съществуващите данни, включително базова информация като списък с културно-историческите обекти на територията на общината, съществуващи маршрути, налични места за настаняване, материално-техническа база (МТБ), заведения за хранене и развлечения (ЗХР), предлагани атракции и услуги и др.

В хода на работата по изпълнение на задачите са прилагани **два подхода: системен и интегрален**. По този начин се цели да се анализира системата за развитие на туризма в нейната цялост, при отчитане на взаимната обвързаност на съставлящите я елементи, като функционирането ѝ се разглежда в контекста на общото социално-икономическо развитие на дестинацията.

В изготвения ситуационен анализ са идентифицирани, анализирани и обобщени туристическите ресурси, материалната база, наличните услуги и продукти, както и стимулите за развитие на туризма: поддържане на туристическата инфраструктура, подпомагане на местните предприемачи, активности за развитие на туризма в града и региона. Представена е настоящата ситуация, както и причините, довели до нея, като политики, развитие, местна самоинициатива. Обърнато е специално внимание не толкова на наличните туристически ресурси, а на потенциала и тяхната обживяност и създадената инфраструктура. В резултат е изготвен SWOT анализ, очертаващ рамката на вътрешните и външните фактори за развитието на туризма на територията на общината.

Като част от първичните проучвания са използвани **качествени проучвания** – дискусия в рамките на формирани **работни групи** по конкретни теми и **фокус групи** с представители на местната власт, туристическия бизнес, просветни и културни дейци и местни лидери на мнение. Целта е получаване на по-задълбочени резултати при работа с непредставителни извадки и с по-малък обем. Недостък при тях е, че анализът на данните е в по-голяма степен субективен, което налага по-високи изисквания към компетенциите и квалификацията на изследователя. Именно заради това резултатите от работните групи и фокус групите са анализирани и въз основа на сравнителен анализ с данни от анкетни проучвания. Участниците в работните групи и фокус групите са подбрани въз основа на личен опит и експертност по изследваните въпроси. Към качествените методи е проведен

метод на допитване под формата на интервю с представители на културни и просветни институции (директор и уредник на музей, читалищни дейци, педагози), доставчици на туристически услуги (ресторантьори, хотелиери, собственици на конни бази, доставчици на услуги, свързани с предлагане на екстремни спортове, производители на фермерски продукти, занаятчии и др.), горски служители, членове на МИГ Ботевград, спортни клубове, общински съветници, кметове на села и кметски наместници.

Проведените интервюта в рамките на проучването са: *неструктурирани*, при които фокусът е върху темата на изследването, въпросите са отворени без определен ред на задаване и възможност да се задават и допълнителни въпроси, като неговата цел е да изясни основните проблеми: дефиниране на символи на Ботевград; нагласи, свързани с развитието на туризма; любопитни исторически факти и местни легенди; идентифициране на потенциални туристически атракции и маршрути и др.; *стандартизирани*, с цел достигане на спонтанни и искрени отговори на закрити въпроси със строго определена последователност; *полуструктурирани* – представяващи комбинация от свободното и стандартизираното интервю, както и *структурирани*, чиято цел е да се проучи определен аспект на дадено явление и да се навлезе колкото се може повече в дълбочината на изследвания проблем. Посочените емпирични методи на изследване са допълвани с провеждане на *свободни разговори*, чиято цел е да се провери истинността на проучваните проблеми и явления.

По време на проучването на туристическата среда в община Ботевград бяха формирани няколко работни и фокус групи с различна насоченост, както следва:

- **дискусии в работни групи:** четири групи с по 4-5 човека (един модератор, един представител на местната власт /общински служител/ и двама или трима представители на местната общност /специалисти в определени тематични области, предприемачи и представители на културни и спортни институции/, като групите бяха формирани с тематична насоченост: *материално културно наследство* и възможности за развитие на културен и селски туризъм; *нематериално културно наследство* и възможности за развитие на фестивален туризъм; *природни ресурси* и възможности за развитие на приключенски, планински и екотуризм; *спорт* и възможности за развитие на спортен и ученически туризъм. Стремежът е да се постигне експертиза във всяка една от четирите сфери.

Целта е в рамките на проведени четири работни срещи да бъдат идентифицирани основните туристически ресурси на територията на общината, предлаганите услуги и продукти в областта на туризма и съпътстващите го дейности, туристически маршрути и потенциални туристически атракции, идентифициране на ограниченията, свързани с предлагането на специализирани видове туризъм, както и очертаване на възможности за устойчиво развитие на туризма на предварителен етап. Авторът участва като модера-

тор на 2 от фокус групите: 1) за природните ресурси и 2) за спорта, както и в анализите на резултатите и обобщаването на генерираната информация за материалното и нематериалното културно наследство, природните ресурси на община Ботевград, идентифициране на туристическите маршрути (пешеходни, велосипедни и конни), структуриране на направените предложения от участниците във всяка група.

- **Четири фокус групи** по 12 човека, представители на: местната власт, културни и просветни дейци, местен бизнес и местни лидери на мнение, участващи в 4 дискусии по определена тема, свързана със символите на община Ботевград и спецификата на туристическото предлагане. Методът цели в свободна дискусия модераторът да не задава точно определени въпроси, а по-скоро да следи и насочва разговора, който да следва развитието на основната тема, като дискусията се записва на аудиозапис, за да може по-късно да се анализират отговорите на участниците. Всяка дискусия продължава един час, като целта е на всяка следваща среща темата да се надгражда. Дискутираните теми са фокусирани върху: символите на община Ботевград, характерните особености на всяко селище, съществуващи предания и легенди, които да спомогнат при туристическата интерпретация и характерната идентичност на района, както и да дадат насоки за уникално туристическо позициониране на дестинацията и създаване на туристически бранд Ботевград. Участието на автора се състоя в моделиране на последните две срещи с всяка една от фокус групите, анализиране и обобщаване на резултатите (обобщаване на резултатите от четирите срещи на всяка фокус група, обобщаване на резултатите от всички срещи на четирите фокус групи и интегрирането им с резултатите от работата с работни групи).

- **Две срещи с представители на съседните общини:** срещите са проведени с кметове и техни представители от Ботевград, Правец, Етрополе, Горна Малина, Елин Пелин, Своге, Мездра и Роман, както и участници в туристическото предлагане: ДПП Врачански балкан, Сдружение „Тринога”. фирма „УАЙЛДАН” ЕООД. Първата среща е опознавателна с цел запознаване с основните туристически обекти и събития във всяка община, МТБ, възможности и предизвикателства. Втората среща е надграждаща, проведена с цел дискутиране на общи туристически маршрути и продукти и възможностите за развитие на регионален туризъм. Резултатите от срещите са използвани за формиране на предложения за регионален туризъм.

Използваните **техники за количествени проучвания** при първичните проучвания обхващат проведените **самостоятелни анкетни проучвания** и работни срещи сред следните целеви групи *представители на местната общност* – местен бизнес, местна власт, културни и просветни дейци, местни лидери на мнение; експерти в различни направления, свързани с туризма; партньори; изследване потенциал за партньорство – провеждане на *дълбочинни интервюта* с представители на съседни общини, професионални организации, институции на национално, регионално и

местно ниво (РИОСВ София, ДПП Врачански балкан, ДГС Ботевград, ДЛС Витиня и др.), *набиране на първична информация*, обработка и анализ на факти и документи.

Анкетните карти са изготвени от автора по проект: «Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в община Ботевград» (2017) с цел проучаване нагласите за устойчиво развитие на туризма на местните жители и посетителите на община Ботевград, както и оценка на туристическия потенциал на общината. Направена е също така оценка на влиянията на туризма върху цялостния социално-икономически живот в община Ботевград от позициите на местното население. Предмет на оценка са трите вида основни влияния на туризма: икономически, социални и екологични. Анкетата включва също и оценка на основните елементи на ТСОТ на местно ниво: А. ресурсен потенциал от гледна точка на 1) атрактивността на туристическите ресурси и 2) степента им на усвоеност, Б. МТБ на туризма и В. видовете туризъм, подходящи за устойчиво туристическо развитие в общината. Анкетата не е представителна за генералната съвкупност, но тя представя реална картина на отношението, в момента на изследването, на местното население към развитието на туризма, респективно реалистичността на реализиране на различни инициативи и проекти, свързани с развитието на туризма. Анкетните карти са разработени въз основа на анализ на значителен брой научни трудове в изследвана област в България и чужбина (Воденска, 2006; Popova 2002; Butler, 1980; Gunn, 1988; Liu, 1987 и др.).

От групата на **емпиричните методи** приложение в дисертацията са намерили: метод на *теренни наблюдения* (в периода 12.06.2017 г. - 31.08.2018 г.), *анализ, синтез и оценка*, приложени при проучване на ресурси (туристически, финансови, институционални, инфраструктурни), туристическата среда, изпълнение на стратегическите документи, както и на туристически пазари, тенденции, нагласи и оценки на заинтересованите страни.

Количествената първична и вторична информация е обработена със **стандартни статистически методи**. Източници на вторична информация са: *статистически данни* от институционални системи и регистри, резултати от проведени наблюдения, *информация от предходни многократни проявления* на изследваните събития и процеси, *наблюдения и типологични преброявания* на изследвани обекти за създаване на първоначални данни за статистиката.

Географски методи са приложени за изготвяне на *пространствен анализ на ресурсния потенциал, локализиране на изследваните обекти*, както и *картиране за създаване на изходни данни за обекти*, предмет на изследването за изследване потенциала за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.

Предвид, че за първи път се прави подобно изследване на микрора-

йон, включващ територията на общината без наличието на предварителни анализи и първична информация, използваната методика има интердисциплинарен подход и съчетава различни методи и техники на изследване за целите на настоящото проучване.

Проучванията и резултатите са надградени и допълнени с интегриране на действащи и предстоящи проекти на община Ботевград с одобрено финансиране, както и предложения на местни предприемачи и неправителствени организации, предоставени по време на работата с фокус групите, които при осъществяване на публично-частни партньорства могат да бъдат успешно реализирани.

Основната цел на използваната методика е да се набави информация за нагласите, проблемите, перспективите и готовността на местния бизнес да се включи в развитието на града и региона в сферата на туристическото предлагане, като по този начин се спомогне за създаването на ефективен диалог между местната власт, образователни и културни институции и местния бизнес и се допринесе за взаимно разбиране и генериране на идеи. Важно място е отделено за анализ на това как реагира местното население, местния бизнес на проекти, които са спомогнали развитието на града и конкретно развитието на туризма в общината.

2. Методика за проучване на туристическите ресурси

Община Ботевград разполага с разнообразен, но ограничен и недостатъчно усвоен ресурсен потенциал, развитието на който ще допринесе за:

- диверсификация и подобряване на качеството на местния туристически продукт;
- възможност за целогодишно туристическо предлагане;
- повишаване на посетителския интерес, насърчаване на предприемачеството за развитие на селски туризъм и разширяване на материално-техническата база (МТБ);
- създаване на трудова заетост в по-малките населени места в общината, чрез предлагане на специализирани услуги, свързани с местната култура, развитие на занаяти, производство и предлагане на местна продукция и др.;
- повишаване на конкурентната способност на специализираните туристически продукти, чрез прилагане на нови форми на пространствена интеграция, включително и регионален туристически продукт със съседните общини;

Насоките за устойчиво развитие на туризма на местно ниво са свързани особено тясно с трите основни приоритета на Стратегия „Европа 2020“: а) за устойчив растеж, чрез по-ефективно използване на ресурсите за насърчаване на по-екологична и по-конкурентоспособна икономика и б) за приобщаващ растеж – постигане на социално и териториално сближаване

чрез ефективно интеграционно териториално управление, основаващо се на разкриване и оценка на ресурсния потенциал на община Ботевград.

Във връзка с гореизложеното, основната изследователска цел на настоящото проучване е разкриването на съществените характеристики и особености в пространственото разпространение на природните и антропогенни туристически ресурси, техният потенциал за устойчивото развитие на туризма в община Ботевград и оценката му от гледна точка на възможността за прилагане на нови подходи в пространствената организация, координация и териториалното управление на туризма на местно ниво в съответствие с европейските политики в сферата на устойчивото туристическо развитие (ESTG 2007). Резултатите ще помогнат за решаването на една от главните задачи за планирането и формирането на местните туристически политики в туризма: постигане на интегрирано туристическо развитие на териториалните единици (селища и туристически микрорайони – туристически зони, туристически ядра, туристически места и туристически точки) и на цялата община като административно-териториална единица.

В основата на методическата рамка е залегнала методика за оценка на културно-историческия потенциал на България (Попова, 2011), за разработването на която са използвани широкопопулярни в теорията на отдиha и рекреацията теоретико-методически постановки (Murphey, P. 1985, Cffoper, S and Wanhill, S., 1997 и др.), както и теоретико-методически постановки от съвременната политическа европейска практика, разглеждащи туризма като:

- силно динамично явление, което протича пространствено неравномерно и води до възникването на териториални диспропорции в развитието му на различните пространствени нива;

- разбирането, че проблемите, свързани с организацията и управлението на туризма възникват и се разрешават в местните общности (общински и селищни), поради което основна ключова роля имат местните власти и местните неправителствени туристически организации;

- именно на местно ниво следва да се формулират и реализират политиките за устойчиво и балансирано усвояване на природните и антропогенни туристически ресурси;

- туристическите ресурси са основен териториално-локализиращ фактор на туризма, влияещ при формирането и функционирането на регионалните и локални туристически структури на различните пространствени нива, включително общини, градове и села;

- качествените и количествени характеристики на туристическите ресурси са една от причините за хоризонталните различия при развитието на туризма, водещи до формирането и развитието на разнородни териториални структури със специфични характеристики: капацитет, комфорт, надеждност, устойчивост и ефективност, което от своя страна обосновава необходимостта от въвеждането на типови критерии за анализ и оценка на ресурсния потенциал.

Типовите критерии за анализ и оценка на ресурсите са свързани с някои от основните им количествени и качествени параметри: атрактивност, разнообразие, обем, териториален характер, необходимост от опазване. Sustainable Tourist Group (STG), UNWTO от своя страна обуславя обвързването на оценката им с особеностите на устройственото развитие: развитие на *туристически центрове* (по-големите градове, в които има критична маса инфраструктурни елементи); развитие на *културно-туристически коридори*, които се превръщат в опорни точки за създаване на допълнителна туристическа производствена дейност; развитие на *туристически вериги* около популярни туристически атракции (обикновено изкуствено свързани в затворена верига малки градчета).

Изложените основни теоретични постановки очертават ключовите съдържателни аспекти на методиката, а именно:

- Прилагане на местен подход (на ниво община) при разкриване, измерване, анализ и оценка на ресурсния потенциал за устойчиво развитие на туристическа дестинация;

- Необходимост от научно-обосована методика с практическо-приложен характер за бърза и точна оценка на ресурсния потенциал за устойчиво развитие на туристическа дестинация;

- Въвеждане на опростени типови индикатори/критерии, които да се прилагат за бърза и точна оценка на ресурсния потенциал в отговор на конкретни нужди на туристическата управленска практика: за целите на териториалното управление, за целите на регионалния маркетинг, диверсификацията на туристическия продукт и др.

Прилагането на методиката ще позволи да се разкрият регионалните различия в пространственото разпределение на туристическите ресурси и да се дефинират конкретни приоритети на местната власт в организацията, планирането и териториалното управление на туризма. Ограничителен фактор се явява липсата на типови индикатори за оценка на различните характеристики, свойства и качества на туристическите ресурси, което налага използване на нов подход за разкриване, измерване и оценка на туристическия потенциал.

Въвеждането и обосновката на опростени типови индикатори, характеризиращи общите и специфични особености на ресурсния потенциал, използването на съвременен ГИС метод за регистриране и обработка на информацията, позволява създаването на база данни, която може да бъде допълвана и интерпретирана за различни цели, като същевременно позволява съпоставимост на данните с бъдещи изследвания за установяване на настъпили промени. Сравнителната оценка е неотменим елемент на мониторинга на туристическото развитие при управление на туризма на местно ниво, а получените резултати от прилаганата методика дават отговори на важни управленски въпроси за:

- актуална териториално диференцирана оценка на ресурсния потен-

циал и идентифициране на основните проблеми във връзка с пространствените различия в разпространението му;

- най-перспективни туристически локализации (или туристически зони, в зависимост от използваната таксономична схема) за развитието на специализирани видове туризъм;

- актуализирана типология на общините въз основа на идентифицирания по обем, структура и степен на усвоеност ресурсен потенциал за прилагане на подходящи пространствено диференцирани политики за развитие на специализирани видове туризъм, формулирани въз основа на информирани управленски решения;

- създаване и поддържане на актуална териториално и видово диференцирана база данни за ресурсния потенциал на местно ниво.

За целите на анализа на туристическия ресурсен потенциал и на ефективен мониторинг на развитието на специализираните видове туризъм е уместно да се използват съвременни методи на географски информационни системи (ГИС), създаващи бази данни, които да послужат за основа на сравнителен анализ на бъдещите динамични промени, както и възможности за клъстеризация (типология) на локалните административно-териториални единици (общини) и териториални единици (селища, туристически комплекси и др.) за разкриване на пространствени несъответствия в съществуващото развитие на различните видове туризъм. Типовите критерии за бърза оценка, отговаряща на съвременната нужда на туристическата управленска и производствена практика, които са в съответствие с изложените теоретико-методически постановки (Попова, 2011) включват: туристическа *атрактивност* (привлекателност), *достъпност*, *обем* (количество, брой), *структура* (разнообразие, видове), *териториална концентрация* (гъстота на единица площ). Типовият критерий за *достъпност* показва времевата достъпност до обектите, съответно: до 30 минути, между 30 минути и 1 час, над 1 час. Особено важно е значението за достъпността до културно-историческия ресурсен потенциал и възможността за разработване на културни коридори, включително трансгранични; за туристическите маршрути (пешеходни, велосипедни и конни) и възможностите за туристическа интерпретация с тематична насоченост; за природния туристически потенциал и възможностите за практикуване на приключенски, планински, екстремни и екотуризм, насочени към съответния таргет туристи. По типовия показател *обем на туристическите обекти* са обособени 5 групи общини, които притежават културно-исторически обекти с национално значение. Приблизително половината общини не притежават културно-исторически обекти с национално значение (112), с над 100 обекта е само една община – Пловдив, между 41 и 100 са общините Несебър, Шумен, Велики Преслав и Варна, между 11 и 40 културно-исторически обекти с национално значение притежават 31 общини, 53 общини, сред които и Ботевград, притежават между 5 и 10, а останалите 63 общини – между 1 и 4.

Използването на опростени типови критерии за провеждане на оценки на ресурсния потенциал на местно ниво дава възможност за получаване на точна оценка за същностните особености и специфики в пространствените характеристики на ресурсите и прилагане на нови подходи при анализа им в съответствие с новата концепция за пространствена организация, осигуряваща конкурентна способност на туристическия продукт. (Попова, 2011)

По-добро пространствено координиране и териториална интеграция на трансграничните проекти ще се постигне чрез проектна синергия и прилагане на новите форми на пространствена организация на туризма: трансгранични културни коридори и туристически зони към основните от тях.

Прилагането на методиката е свързано и с някои ограничения, най-вече по отношение на недостатъчната информационна обезпеченост със статистическа, нормативна, административна и маркетингова информация, което затруднява провеждането на системни и регулярни практически ориентирани проучвания, както и провеждане на мониторинг за развитието на специализираните видове туризъм. Съществуват пропуски и в правното регламентиране на туристическите обекти на основата на прилагане на пазарно-ориентиран подход и по този начин се затруднява вземането на управленски решения, свързани с използването им за целите на туризма.

Успешното прилагане на методиката е свързано с въвеждане на туристически мониторинг на локално ниво, генериране на информационна база данни по ключови типови критерии, разработване на систематизирани инвентаризационни списъци на туристическите обекти на територията на общината, провеждане на регулярни и систематични проучвания на туристическия ресурсен потенциал: обем, разнообразие, степен на усвоеност и пространствена конфигурация чрез прилагане на унифицирана методика за осигуряване на съпоставимост на резултатите като база за вземане на информирани решения. Разработването на методики за осигуряване на статистическа информация, регламентирани със Закона за туризма, ще предостави допълнителни предимства. Разработването на частни методологични въпроси, свързани с източниците и технологиите за генериране на данни по типовите критерии и други ключови показатели, свързани с проучване на туристическия потенциал, както и регламентирането на базов типове критерии за туристическа атрактивност допълнително ще допринесат за успешното прилагане на методиката.

3. Териториална система на отдиха и туризма на местно ниво

Териториалните системи на отдиха и туризма (ТСОТ) предоставя възможност за прилагане на системен подход при комплексните туристически изследвания. Системният подход представлява съвкупност от принципи и методи за комплексно изучаване на обекта като единно цяло и на неговите еле-

менти при отчитане на специфичните и закономерни връзки на взаимодействие, които съществуват между тях. По този начин чрез изследване на отделните елементи и структури на системата се спомага за формирането на изводи за цялата система. Изясняването на структурата на TCOT е необходимо условие за използване на системния подход. Приемането на туризма като система от взаимосвързани елементи, при липсата само на един от които тя престава да функционира, налага възприемането на определен модел на TCOT за конкретното туристическо изследване. (Воденска, Асенова, 2011)

Структурните изменения под влияние на глобализацията имат пряко влияние върху цялата система на туризма. Интегрираните туристически изследвания изискват наличието на теоретично обосновани и приложно ориентирани модели на обекта на изследване. За изходна основа се възприема определен модел на системата на туризма. Както бе отбелязано, в литературата са известни различни подходи за определяне на модел на туристическата система (Виж Таблица 1).

Таблица 1.

По-значими модели за туристическата система за отдиха и туризма

Автори	Теоретични модели
Wolfe (1964)	Модел на рекреацията на открито, с описание на основните съставни компоненти, връзки и зависимости между тях.
Преображенский В. С. и колектив (1975)	Модел на териториалната рекреационна система, представен като сложна, динамична, отворена, управляема и частично самоуправляваща се, основана на туристическите обществени потребности. Включва подсистемите (1) задоволеност на почиващите, (2) степен на запазване на съответствията между природните комплекси и изискванията за почивка, (3) степен на запазване на полезните свойства и възможностите на техническите системи и (4) състояние на обслужващия персонал, отчитани от органите за управление (политики и управленски решения).
Leiper, Tourism attraction system (1990), The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist, and the Tourist Industry, (1979)	Концептуализира туризма като отворена система от пет съставни елемента – един човешки (туристи), три географски елемента (генериращ регион, дестинация или приемащ регион и транзитен път) и един индустриален елемент – туристически индустрии. Всички елементи са под влияние на външни фактори като политическа, икономическа и технологична среда.
Mathieson & Wall (1982)	Модел, акцентиращ върху влиянията на туризма в приемащото място. Въвеждат се категориите натиск и капацитет на територията, които зависят от динамич-

Автори	Теоретични модели
	ния елемент – количествени и качествени характеристики на туристите.
Mill R. Morrison A, (1985)	Съставните елементи на модела са търсене (детерминанти на туристическото търсене, поведение и покупка); маркетинг (стратегия на субектите от страна на предлагането за планиране, промотиране и дистрибуция на туристическия продукт); дестинация (развитие и планиране); пътуване (туристопотоци, начин на пътуване и пазарни сегменти) свързани помежду си чрез покупка, форми (проява) на туристическото пътуване, туристическия продукт и маркетинг/реклама.
Gunn A. (1988);	Системата на туризма, функционира под влияние на конкуренция, предприемачество, финанси, местна общност, природни и антропогенни ресурси, организация и лидерство. Водещото е отношението на населението по отношение развитието на туризма.
Britton (1991) Cornelissen (2005)	Системен модел, обвързващ глобалното производство – потребители, производители, туристически продукт и други регулиращи организации (държава, НПО).
Alger (1988); Milne, S.; Ateljevic, I., (2001),	Модел за двупосочен поток, обмен и въздействие между глобалното (на макро ниво) и локалното (на микро ниво).
Бъчваров (1975), Маринов (1997), Воденска (2006);	Териториалната система на отдиха и туризма (ТСОТ) включва такива основни вътрешни елементи като туристически контингент, туристически ресурси, материално-техническа база, орган за управление, обслужващ персонал. Към външните елементи на системата се отнасят среда с генетични условия (отговорни за туристическите потребности и търсене, формиращи изискванията към вътрешната структура) и транспортната подсистема осигуряваща връзките между ТСОТ и генетичните условия, въведената подсистема - местна околна среда като оценка и реакции на населението към туризма и влиянията му.
(Buhalis D., Tourism Analysis Framework, 2013)	Туристическата система е представена като взаимодействие на екзогенни (външни) фактори и пазарни сили, които оказват влияние върху вътрешните съставни елементи на системата. Към екзогенните фактори се отнасят политически, законодателни, демографски, глобалното затопляне и климатични промени, търговски блокове, социални, икономика и регионално развитие, финансови пазари, международна

Автори	Теоретични модели
	<p>търговия, технологии, транспорт, сигурност и безопасност. Непосредствената вътрешна среда е представена като процес с входящи ресурси и резултати, удовлетворяващи различните заинтересовани страни. Към входящите ресурси се отнасят природни, социокултурни, капиталови и икономически, образование и обучение. Зантиресованите страни включват местното население, пътуващите (туристи и екскурзианти), местната туристическа индустрия, международна туристическа индустрия, държавни и национални туристически организации. В центъра на системата са средата с генетичните условия и дестинацията (региона) обвързани с транспорт и участие на посредници. Влияние върху транспорта оказват новите туристически продукти, човешките ресурси, устойчивото развитие, етична и социална отговорност. На посредниците влияние оказват тотално управление на качеството, ИКТ, глобализацията, концентрацията и стратегическите алианси, както и партньорства по веригата за доставки.</p>

Източник: Милева С. Структурни изменения и темп на развитие на туризма под влияние на глобализацията, С. 2015 Изд. Avangard Prima, с.240-241

Най-значимите модели са описани от автори като (Mill R. Morrison A, 1985; Gunn, 1988; Poon, 1993; Inskeep, 1997; Leiper, 1979; Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., Scott N., 2009). От българските автори задълбочени изследвания върху туристическата система имат Бъчваров М. (1975), Еврев Н. (1999), Воденска М. (1998, 2006), Попова Н. (1984, 1993), Маринов (1988, 1991, 2003), Станев П. (1985, 1979).

За целите на настоящето изследване са проучени по-популярните схеми на TCOT: Костровицки (1977), който разграничава три подсистеми в системата: рекреационни ресурси, туристи, социално-икономически и правни условия за рекреация; на Benthien (1981) разкриваща взаимовръзките на търсещите почивка с геокомплексите, инфраструктурата, държавните органи и бизнеса; на Преображенский (1975), която е по-сложна и динамична, характеризираща се с функционална и териториална цялост, в която обединяваща роля играят туристическите потребности; на Бъчваров (1975), която е изградена от вътрешна структура, обхващаща, функционалните фактори и тяхното взаимодействие и външна – обхващаща връзките с генетичните условия и транспортните средства. Като недостатък на посочените системи е отчетена липсата на връзка между търсенето и предлагането, които са в основата на пазарната икономика и влияят върху ефективното планиране и развитие на туризма, формирането и качеството на ту-

ристическия продукт. С цел да се избегнат тези слабости са проучени някои модели на автори, акцентиращи върху взаимодействието между търсенето и предлагането: Mathieson, Wall (1982), Krippendorf (1986), Gunn (1988), Mill, Morrison (1985), Kaspar (1991), Freyer (1995), като последните двама включват различни среди в модела: икономическа, социална, екологична, политическа и др., но без разкриване на функционалните и пространствените им връзки.

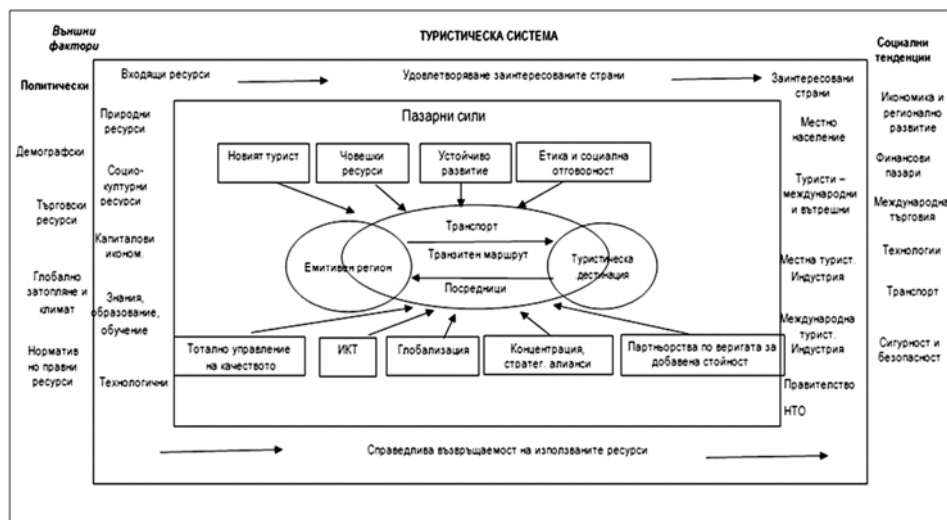
Направеният обзор показва, че концептуалната рамка на туризма по Mathieson, Wall (1982) представя най-цялостно рамката на понятието туризъм и дава възможност за комплексно изследване на община Ботевград като дестинация за устойчив туризъм, отдих и рекреация. Моделът представя туризма като съвкупност от три основни елемента: динамичен (пътуване до избрана дестинация), статичен (престой в дестинацията) и елемент, произтичащ от двата предходни и включва влиянията на туризма (икономически, социални и физически). С тази модел се въвеждат категориите натиск и капацитет на територията и се акцентира върху влиянията на туризма, които зависят както от характеристиката на дестинацията, така и от количествените и качествените характеристики на туристите.

Съгласно модела на териториалната система за отдих и туризъм (Преображенский, 75; Бъчваров М., 1975; Воденска М., 2006) туристическата система, известна още като ТСОТ (териториална система за отдих и туризъм) включва туристическото място и съставните елементи (подсистеми) на вътрешната и външна структура. Към вътрешната структура се отнасят туристическите ресурси, отговорни за специализацията, качеството и атрактивността на предлагането; туристическият контингент, като централна подсистема, задаваща изискванията към нейното функциониране; МТБ и инфраструктура, които влияят на достъпността, степента и характера на използване на ресурсите, обема и структурата на туристопотоците и реалния капацитет на системата; обслужващият персонал като връзка между всички останали подсистеми и функционирането на системата като цяло (Воденска, 2006). Туристическата система влиза във връзки и взаимодействие с други системи с еднакви или различни от нейните порядък и функция, както и със суперсистемата като цяло. Към външните системи се отнасят икономическата система (микро и макро ниво), социалната (обществена) система, политическата система на държавно устройство и политика на управление и други. Особено значение за туризма има генетичната област, отговорна за потенциалното търсене в международния туризъм.

Освен вътрешните връзки, системата се характеризира и с външни връзки или взаимоотношения с външната среда. Външните връзки са два вида – входни и изходни. Входът е множеството въздействия на заобикалящата среда върху системата, а изходът са взаимодействия, които системата оказва в процеса на своето функциониране и развитие върху останалите системи. В съответствие с характера и структурата, системата преоб-

разува и трансформира входа в изход, изразени в операторни уравнения от линеен или нелинеен тип. Според предназначението моделите биват евристични (в посока от обекта към субекта като средство за познавателния процес) и управленски (в посока от субекта към обекта като средство за управление на икономическите процеси).

Особен интерес представлява моделът на Бухалис (2013) тъй като отразява сложната и комплексна външна среда и факторите на влияние върху туристическата система (Фиг. 1). За първи път в анализа на туристическата система се включва глобализацията, както и такива съществени проявления и преки последствия като сигурност и безопасност.



Фигура 1. Концептуална рамка за анализ на туристическата система
Източник: Buhalis, D. *Tourism Analysis Framework*, 2013, с. 43

Общото при всички тях е, че туризмът следва да се възприема не просто като стопански отрасъл, а като система от взаимосвързани елементи. В изследването на Лейпър (Leiper, 1979) към системата на туризма се идентифицират три основни подхода за изучаване – икономически, технически и холистичен, като авторът се обявява за холистичния подход и необходимост от специфична методология за изследване и анализ.

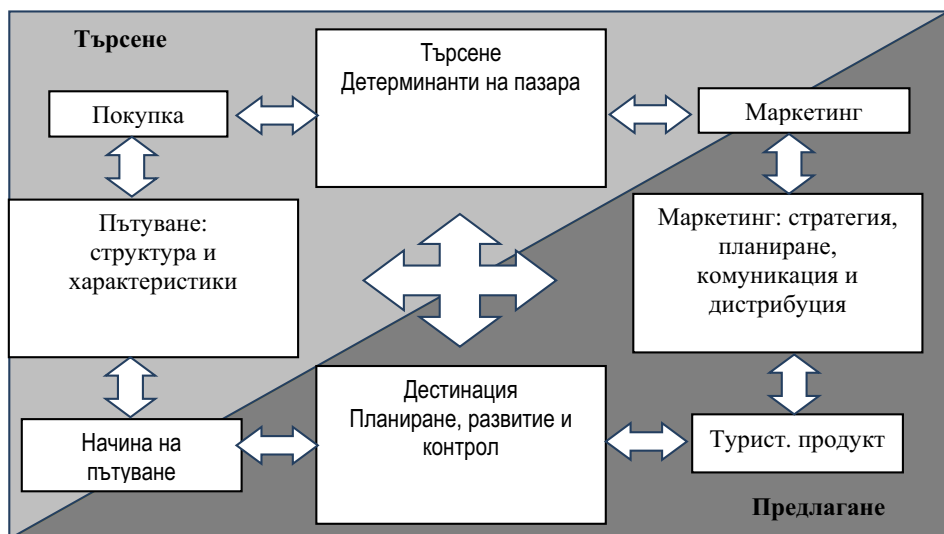
По концептуализацията на туристическата система, структура и взаимосвързки работят редица автори като в своята статия Гетц (1986) обобщава 47 модела, а Лейпър (1990) посочва, че туризмът не е просто „индустрия“, а „...система от основни взаимосвързани и взаимозависими компоненти. В литературата се срещат различни подходи към туристическата система – от гл. т. на туристически ресурси (Leiper, *Tourism attraction system*, 1990),

носещ капацитет; туристическо търсене и поведение (Song & Witt, 2000, Plog S., 1972, Gunn C., 1994, Iso-Ahola, 1982), динамика на развитие на макро ниво (Cornelissen, 2005), планиране и управление – жизнен цикъл на дестинацията/курорта (Butler R., 2006, Getz D., 1986, Pearce D., 1981); прогнозни модели – иконометрични, времеви, влияния на туризма (Mathieson A., Wall A., 1995), взаимодействие между търсене и предлагане (Gunn A., 1988; Mill R. Morrison A, 1985; Inskeep E., 1997; Ракаджийска С., 2007; Маринов В., 2003). Може да се обобщи, че от 70-те години се разработват множество теоретични модели за изследване на туристическата система, които са в основата на съвременните научни изследвания и планиране в областта на туризма и очертават съдържателния обхват на анализите и прогнозите.

Повечето модели акцентират върху отделни съставни части на системата и взаимовръзките помежду им – статични, динамични и следствени. Както посочва Гетц (1986) в туризма няма общоприета успешна методология за анализ и оценка на туристическата система и причинно-следствените връзки на взаимодействие между отделните елементи. В този смисъл, повечето модели са описателни и частично обяснителни, идентифицирайки интерактивните фактори, формиращи търсенето при различни обстоятелства.

Друг възможен подход в изследването на системата на туризма е разглеждането като *динамична система, основана на взаимодействието между търсене и предлагане* (Dwyer L., Edwards D., Mistilis N., Roman C., Scott N., 2009; Mill R. Morrison A, 1985; Ракаджийска, 2007; Маринов 2003). От прагматична гледна точка считаме, че този подход, основан на взаимодействието между търсене и предлагане, в най-голяма степен ще позволи разкриването на основните структурни изменения в туризма. Търсенето се идентифицира с туристическото търсене на пазара, а предлагането с дейността на туристическите предприятия (производители, посредници), транспорт, атракции, маркетинг и реклами. Моделите, основани на търсенето и предлагането, са прагматичен подход, който приемаме за настоящето изследване.

Подходящ подход за изследване на структурните изменения и темп на развитие, под влияние на глобализацията (входящи и изходящи външни връзки извън туристическата система) е анализът на динамика на проявление върху вътрешните връзки между търсене и предлагане на ниво туристически пазар (вътре в системата), отразяващи функционирането на системата и отделните ѝ части (виж *Фиг. 2*). Това ще позволи формирането на изводи за функционирането на цялата система. Подходът стъпва на основния принцип на системния подход, че всяко изменение на един от елементите на системата ще промени частично или напълно останалите съставни елементи и системата като цяло (Mathieson A., Wall A., 1995).



Фигура 2. Схема на туристическа система за отдиха и туризма
Източник: визуализация по Mill and Morrison (1992), pp.9-11

4. Туристическа дестинация. Жизнен цикъл на туристическа дестинация

Разглеждането на теорията за жизнения цикъл на туристическата дестинация и проследяването на етапите от нейното развитие, е възможно единствено след изясняване на самото понятие туристическа дестинация, във всички негови аспекти.

Съществуват редица определения на термина „дестинация“. Самото понятие „туристическа дестинация“ (от англ. destination) се разбира, от една страна, като значение за място или целева среда, където туристът отива, а от друга – като основна част от туристическата система без еднозначна дефиниция. Десетки чуждестранни и български автори анализират и интерпретират обозначаването на целевата за туристите територия, в която се концентрира туристическата дейност. Туристическата дестинация е мястото и неговото селищно, природно и културно-историческо разположение, заедно с техническата, туристическата, търговската и спортно-развлекателната инфраструктура, предназначена за отдих и развлечения на туристите.

Според Дейвидсън и Мейтланд (1997), цит. от Маринов и Ракаджийска (1998), дестинациите са център на внимание, защото се явяват като стимулатори на туристическите посещения и са местата, в които се създава основната част от туристическия продукт, съсредоточава се туристическата индустрия и се търпят голяма част от въздействията на туризма (Ракаджийска, Маринов, 1998).

В монографията „Туристически дестинации”, Рибов и др., анализират различни дефиниции и определят понятието като целева географска територия с различни дадености, характерни особености или атрактивни места, които се отличават със способността си да привличат туристи. Туристическите дестинации могат да бъдат държави, региони, градове и други населени места, които привличат туристи и където е съсредоточена туристическа дейност. В тях са съсредоточени туристически атракции и обекти и се проявяват икономическите социалните и физическите влияния на туризма. Туристическата дестинация представлява целевата среда, където туристите изразходват средства и потребяват туристически услуги и продукти. (Рибов, Станкова, Димитров, Гръчка, 2008). Традиционно дестинациите се приемат за добре дефинирани географски области като държава, остров, град и пр. Определени обаче като „концепция на възприятието, която може да бъде представена обективно от потребителите, това е съобразно техния опит, възприятия, културни познания, ниво на образование, цел на пътуване и пр.“

В същото време Станкова посочва, че туристическата дестинация обединява в себе си целта на пътуване и туристическия продукт като съвкупност от услуги. Това предполага въвеждане на ключови критерии по отношение на дестинацията:

- територията ѝ трябва да представлява интерес за посещения;
- особеностите ѝ трябва да удовлетворяват или да способстват за удовлетворяване на потребностите на туриста;
- привлекателността на района за туриста зависи от потребностите и възприятията му;
- разглеждана като съвкупност от туристически съоръжения и услуги, тя е единица за конкуренция при вътрешния и международен туризъм. (Станкова, 2010)

Воденска и Асенова (2011) разглеждат туристическата дестинация в контекста на ползите, които туристът потребява в дадено туристическо място или район. Цитирайки Bieger (1987), те определят туристическата дестинация като „географско пространство (място, селище, регион), което се избира от съответния посетител (или сегмент от посетители) като цел на туристическото пътуване, разполага с необходимите за престоя съоръжения за настаняване, хранене, развлечение и други рекреационни дейности и е действителният продукт и конкурентна единица в туризма, която трябва да се управлява като стратегическа бизнес-единица”.

Световната организация по туризъм през 2007 (A practical guide...2007) посочва, че оптималното управление на равнище дестинация е субнационално (регионално и местно) и че именно на местно ниво се усещат влиянията на туризма. Това е мястото, където са разположени туристическите ресурси, които се въвличат в туристическия оборот, където пребивават туристите и се създават техните преживявания. Именно на

местно ниво могат да бъдат най-ефективно приложени принципите на устойчивото развитие и да се проследят резултатите от реализираните дейности и марки. Възприетото определение гласи, че „местната туристическа дестинация е физическото пространство, в което туристът реализира поне една нощувка и което включва в туристическия си продукт туристически атракции и услуги, които са достъпни в рамките на еднодневно двупосочно пътуване. Тя има физически и административни граници, в рамките, на които се осъществява управлението, както и изграден имидж и възприятия за нея, които представляват нейните конкурентни предимства. Местните дестинации обединяват различни заинтересовани страни, включително местната общност, като си взаимодействат със съседни дестинации и формират такива от по-високо териториално ниво.” (Воденска, Асенова, 2011)

В Закона за туризма (2015), понятието туристическа дестинация е дефинирано като „регламентирана съвкупност от икономически, социални и културно-екологични дейности, осъществявани в туристически обекти с реални граници, с цел създаване, реализация и потребление на стоки и услуги, формиращи атрактивността на туристическия продукт (пакет) с устойчива конкурентоспособност и ефективност”.

Според Емилова и Великова (2016) туристическата дестинация може да се определи още като „регламентирана съвкупност от икономически, социални и културно-екологични дейности, осъществявани в туристически обекти с реални граници, с цел създаване, реализация и потребление на стоки и услуги, формиращи атрактивността на туристическия продукт (пакет) с устойчива конкурентоспособност и ефективност. От икономическа и управленска гледна точка, туристическата дестинация е мястото, където туристът пребивава за определен период от време, при определени финансови условия, въз основата на договорни отношения”.

Според Алексиева и Темелкова (2019) туристическата дестинация е определяна като „място, което предлага продукт/преживяване, задължително потребявано на нейната територия, тя осигурява професионално обслужване, за да могат туристите да направят своя избор между предлаганите атракции/забележителности, услуги/съоръжения, привлекателност/достъпност, от една страна, както и като пространствена цел на туристическото пътуване, фокусираща вниманието на изследователите към туристическо място, което задоволява потребностите на потребителите или в което се създава основната част на туристическия продукт”.

Според други учени, цитирани от същите автори, тя може да се анализира в рамките на широка пространствена скала – от обединени в регион държави до конкретен туристически обект/атракция, отразявайки взаимоотношенията между туристическото търсене и предлагане на основата на целева пространствена насоченост на туристопотока към конкретна приемателна територия. Те разглеждат туристическата дестинация като явление със сложно съдържание, което през различните етапи от своя жизнен ци-

къл „има различни пазарни характеристики, генерира различно предлагане и привлича различно търсене, търпи различни последствия от туризма, нуждае се от различна маркетингова стратегия и различен маркетинг микс“. Като пространствена цел на туристическото пътуване, тя обобщава всички важни елементи на избраното място, които задоволяват специфичните потребности и желания на туристите.

Според Горчева и Божинова (2011), цит. от Алексиева и Темелкова, (2019) утвърждаването на дадена туристическа дестинация изисква разглеждането ѝ като сложна система, която се влияе от обединяващите компоненти на външната и вътрешната среда. Това определя важността на особеностите и характеристиките на вътрешната среда, която донякъде може да се управлява и контролира от участниците в публичния и частен сектор, от представителите на туристическата индустрия.

Концепцията за жизнения цикъл на туристическата дестинация или територия е описана най-пълно от Butler (1980). Според него, не може да има съмнение, че туристическите територии са динамични и непрекъснато се променят. Тази еволюция е обусловена от различни фактори – изменения в предпочитанията и потребностите на посетителите, постепенното влошаване и възможното заменяне на сградите и съоръженията и измененията (или дори изчезването) на физическите или културни атракции, които обуславят първоначалната популярност на територията. В някои случаи тези атракции може да бъдат използвани за други цели или да се разглеждат като по-малко значими в сравнение с други по-важни атракции.

Развитието на дестинацията е представено като преминаване през спектър, постепенно и бавно, но понякога и бързо, към потенциала на нейната смърт. Дестинационните ареали носят в себе си потенциала на собственото си унищожение, тъй като те се стремят да се комерсиализират и по този начин губят голяма част от своите качества, които първоначално са привличали туристите.

Макар че някои автори се обявяват против нелинейните модели на социалната промяна, изглежда че общият модел на еволюцията на туристическата територия е постоянен. Стойностите на растежа и промяната могат силно да варират, но крайният резултат е един и същ във всички случаи.

При развитието на туризма туристическата дестинация минава през различни етапи на еволюция. Butler ги разглежда като цикъл от шест етапа от еволюцията на туристическия район: етап на изследване; етап на включване; етап на развитие; етап на укрепване; етап на застои и етап на упадък.

Идеята за жизнения цикъл на туристическата дестинация е използвана и доразвита от редица автори. Особен интерес представлява разработената от Соорег (1997) система от показатели, позволяваща да се определи със сравнително голяма точност стадия на развитие, на който се намира определена дестинация.

Според Соорег (1997) туристическите дестинации, намиращи се на **етапа на въвлечане** се отличават със следните особености - броят на посетителите е незначителен, нараства с бавни темпове, но вече е придобил известна регулярност. Това са предимно неорганизиранни туристи, които избягват големите курорти. Някои местни жители започват да създават съоръжения за посетителите (главно настанителна база). Контактите между посетителите и местното население се засилват и много местни жители се включват в обслужването на посетителите. Очертава се туристическият сезон и настъпва приспособяване на местното население или поне на тази част от него, която е включена в обслужването на туристите. Може да се очаква създаването на някои нива на организацията на туристическите пътувания и е налице необходимост от регулиране на някои натоварвания (транспорт, настаняване и др.). Относителният дял на чуждестранните посетители е все още малък, ниски са и абсолютните стойности на туристическото развитие като цяло. Приходите са незначителни, конкуренцията е слаба. Някои курорти може да не преминат в следващия стадий на развитие. Според Butler (1980) в тях се наблюдава прекален оптимизъм по отношение на бъдещото туристическо развитие, еуфория на населението в неговите очаквания.

Етапът на развитие според Соорег (1997) отразява формирането на обособен туристически пазарен ареал, оформен отчасти от силно рекламиране в районите, генериращи туристите. Повечето показатели са с все още умерени абсолютни стойности, но преобладава тенденцията към тяхното увеличаване. С напредване на стадия абсолютните стойности се увеличават, а тенденциите на нарастване обхващат все повече показатели.

В ранния етап на развитие е налице силна местна инициатива и контрол. Съоръженията се създават предимно от местни жители и предприемачи, обслужването се извършва главно от местни жители. Разчита се главно на наличните физически и антропогенни атракции, като не се влагат особено големи инвестиции за тяхното развитие и усъвършенстване. Природната среда е сравнително непроменена. Броят на туристите във върховия сезон се изравнява с броя на местното население.

При **напреднал етап на развитие** местната инициатива и контрол рязко намаляват. Някои съоръжения, създадени от местни жители, се ликвидират, отстъпвайки пред по-големи и съвременни съоръжения, създадени от външни организации. Физическите и културните атракции се развиват и реализират специално, като оригиналните атракции се допълват с изкуствено създадени. Промените във физическата среда стават забележими и не всички те се приемат добре от местното население. Обикновено е необходимо включване на регионални и национални органи в планирането и управлението, но често те влизат в конфликт с предпочитанията на местното население. Броят на туристите във върховия сезон започва да надминава броя на местното население. Привлича се неместна работна сила и се

развиват допълнителни съоръжения за туристическото стопанство. Увеличава се делът на чуждестранните посетители. На този етап се очаква да възникнат или да се проявят проблеми с влиянията на туризма, особено ако местните структури, управляващи, вземащи решения и контролиращи туристическото развитие, са слаби и неподготвени.

В стадия на укрепване (Cooper, 1997) прирастът на туристите намалява, но броят им продължава да нараства с по-бавни темпове и надминава броя на постоянното население. Голяма част от икономиката на района се обвързва с туризма. Маркетингът и рекламата са широкообхватни и се стараят да разширят туристическия сезон и пазарния ареал. Дават се големи привилегии и същевременно се поставят ограничения пред туристическата индустрия, но се вземат малко решения (ако изобщо се вземат). Големият брой туристи и съоръжения за тяхното обслужване може да предизвика опозиция и несъгласие сред местните жители, особено сред тези, които не са включени в туристическата индустрия, което се проявява в известна деприватизация и ограничаване на тяхната активност. Курортите формират добре оформен стопански район (тил) и в зависимост от продължителността на стадия на включване старите съоръжения започват да се разглеждат като вторични и нетърсени. Абсолютните стойности на показателите са все още високи, но голяма част от тях показват тенденция към устойчиво намаление.

В туристическите дестинации, достигнали етапа на стагнация е достигнат върховият брой на посетителите. Границите на капацитета на много елементи са достигнати или надминати, което е свързано със изяви екологични, социални и икономически проблеми. Територията има добре оформен имидж, но вече не е модерна. Разчита се на значителна повтаряемост на посещенията. Налице е свободна леглова база и са необходими големи усилия за поддържане нивото на посещенията. Имиджът на курорта започва да се отделя от неговата географска среда. Новото развитие е в периферни райони по отношение на първоначалната туристическа територия и съществуващите имоти често могат да сменят своите собственици.

При проучване възможностите за устойчиво туристическо развитие на дадена дестинация следва да бъде използван системен подход, съобразно подсистемите на териториалната система на отбиха и туризма. Това включва проучване, от една страна, на външните фактори, които влияят на устойчивото ѝ развитие: политически, икономически, социално-културни, екологични и технологични фактори, проучване на вътрешните фактори на дестинацията, от друга: местоположение и транспортна достъпност, икономическа характеристика, демографска характеристика, образование, здравеопазване, социална характеристика и др., както и проучване и анализ на нейния туристически потенциал: туристически ресурси (природни и антропогенни), инфраструктурна обезпеченост, кадрова обезпеченост.

Съществуват различни модели за териториална организация на туристи-

ческата дейност и развитие на туристическите дестинации. Миосек, цит. от Рибов (2008), използва географски и психологически подход при разработването на модел, включващ четири стадия (Рибов, Станкова и др., 2008):

- Първи стадий на **формиране на туристическа дестинация**: територията се открива от туристите, които имат само бегла представа за ресурсния ѝ потенциал; местното население има предположения за възможните изгоди от туристическото обслужване; появяват се първите туристически обекти и комплекси.

- Втори и трети стадий се извършва **насищане на територията с туристическа инфраструктура и суперструктура**; повишава се осведомеността на туристите за дестинацията; местното население и местната власт започват да предприемат действия за изпълнение на обслужващите функции.

- Четвъртият стадий се характеризира с оформяне на туристически локализации, курорти и системи от курорти, наплив и **струпване от туристи, широка популярност**, необходимост от разработване и реализация на планове за развитие на територията и управление на туристическите потоци.

Този модел кореспондира с теорията за продуктовия жизнен цикъл на дестинацията, която се разглежда като стандартна маркетингова концепция и обхваща четириетапно развитие на продукта от въвеждането му на пазара (откриване), през ръст (отговор на местното население и поява на инициативност), зрялост (институционализация) и загуба на пазарни позиции и западане (насищане и отчуждаване). Проучването на особеностите и характерните черти, с които се отличава всеки от четирите етапа, дава възможност на управляващите субекти (институции, организации и други заинтересовани страни) да осигурят непрекъснато успешно развитие на дестинацията, в контекста на устойчивото туристическо развитие (Рибов, Станкова и др., 2008).

Воденска (2001) обвързва влиянията на туризма (икономически, социо-културни и екологични) със степента на развитие на туристическите дестинации.

По отношение на **икономическите влияния** се определят 5 фактора, които оказват влияние върху обема на туристическото въздействие (Archer 1991, цит. от Воденска 2001), а именно:

- *Първоначален обем и интензивност на разходите* на туристите, който определя цялостната сила на икономическото влияние;

- *Ниво на икономическо развитие на дестинацията*, където при равни други условия, колкото по-развита е дадена икономика, толкова почувствителен е ефектът на туризма върху нея и обратното;

- *Размерът на икономическата база в района на дестинацията*: колкото повече разходи на туристите се превръщат в доходи за местната общност, толкова по-силно ще бъде икономическото влияние върху дестинацията;

- *Взаимовръзки на туристическата индустрия с останалите икономически сектори* на дестинацията: колкото повече изисквания на туристите могат да бъдат задоволени от местната икономика, толкова по-изразена ще бъде вторичната добавена стойност;

- *Ниво на рециклиране на туристическите разходи* в рамките на дестинацията: колкото по-малко средства напускат туристическата дестинация при всеки кръг икономически дейности, толкова по-благоприятно ще бъде икономическото влияние на туризма.

Към тези фактори могат да се добавят още: същността и активността на основните туристически съоръжения, нивото на приспособяване на дестинацията към сезонността на туристическото търсене, относителен дял на собствеността на туристическите обекти от външни фирми и внос на заетите в туризма, тип и брой туристи, среден разход на турист по време на престоя и др. (Воденска, 2001)

Социалните и културните влияния върху устойчивото развитие на туристическата дестинация са свързани с допустимия капацитет на натоварване на дестинацията, влиянието, което посетителите оказват върху ценностната система на местното население, както и въздействието на посетителите върху местната култура, традиции и изкуства. Когато дадена дестинация е в начална фаза от своето развитие (формираща се туристическа дестинация), броят на посетителите поощрява местната икономика, туризмът стимулира културния обмен, създава се публика и условия за мецеанство и патронаж на местната култура и обратното: при напреднал стадий на развитие на туристическа дестинация се наблюдават конкуренция за пространство и използване на туристически обекти и съоръжения между местните жители и посетителите, съпротива срещу промените в житейските ценности, негодуване от влиянието на традиционните пазарни сили и механизми, върху традиционните и др. (Воденска, 2001)

Според Дохеу (1976), цит. от Воденска (2001) взаимните влияния между туристите и домакините могат да бъдат представени посредством променящи се степени на раздразнение у местното население, в зависимост от броя на туристите и заплахата, за местния начин на живот. В модела на Дохеу дестинацията преминава през пет етапа на развитие:

- *Етап на еуфория*, при който местната общност е ентузиасирана от развитието на туризма и открива възможности за генериране на ползи;

- *Етап на апатия*, при който с разрастването на индустрията, местната общност започва да възприема туриста като даденост и установява по-формален контакт;

- *Етап на раздразнение* при доближаване или превишаване на точката на насищане и възникване на необходимост от разширяване на съоръженията за обслужване;

- *Последен етап*, при промяна на средата и унищожаване на това, което е привлякло първоначално туриста. Екосистемата вече е различна и

отново може да привлече масови туристи, много по-различни от тези, които с радост са посрещали в началото.

От екологична гледна точка, туризмът може да бъде стимул за съхраняването на природните ресурси и възстановяването на културно-исторически ценности, като същевременно е източник на икономически средства, с които това може да бъде постигнато. От друга страна туризмът е свързан с антропогенен натиск, натоварване на средата, води до шумово и прахово замърсяване, увеличаване на отпадъците, унищожаване на биоразнообразие.

Степента на въздействие, положителните или отрицателни екологични влияния на туризма са пропорционални на степента на развитие на дадената туристическа дестинация, оценката на природните ресурси и управлението на антропогенното въздействие. Основен проблем при напреднал стадий на развитие на туристическа дестинация, се явяват обемът на туристическите потоци и изградените над допустимия капацитет съоръжения. Това налага съображенията във връзка с опазването на околната среда да бъдат неделима част от планирането на туристическата дейност. От съществена важност е предварително да бъде извършена оценка на природните ресурси, съобразно капацитета на територията, така че туризмът да бъде основен двигател на усилията за постигане на консервация. В противен случай, при липса на висококачествена околна среда, туристите биха предпочели да посетят друга, алтернативна дестинация (Воденска, 2001).

Пренасищането на туристическия пазар с множество дестинации в различен етап на своето развитие и характеризиращи се с разнообразни туристически ресурси, възможности и условия за пътуване, предопределя необходимостта от тяхното уникално позициониране. Разпознаваемостта на дадена туристическа дестинация е свързана с възможностите ѝ да привлече желаните посетители, да си създаде разпознаваемо и стойностно за целевите потребители име и да установи позиция на пазара спрямо основните конкуренти.

Имиджът на туристическа дестинация се свързва предимно с представа, възприятие, мисловна конструкция. Самият термин „имидж“ произхожда от английски език „image“ и има различни значения в различните речници. Доганов и Дуранкев го определят като „образ, представа, мисъл“. Според BBC English Dictionary (1992) думата означава „мисловен образ на нещо или някого“, а в Oxford Advanced Reader's Dictionary (2000) е дефиниран като „впечатлението, което човек, организация, продукт и др., създават пред обществото“. Дефиницията, дадена от Доганов в Българска рекламна енциклопедия (2001) е, че имиджът представлява „единство от всички представи и емоционални възприятия, които едно или група лица свързват с някого или нещо“.

Според Енрике Алканиз, цит. от С. Маринов (2015), имиджът на туристическа дестинация се дефинира, като цялостно индивидуално възпри-

ятие или набор от впечатления за дадено място или мисловен образ, които оказват въздействие върху поведението на туристите. Следователно имиджът на туристическа дестинация е представата на действителните и потенциални туристи за съответната туристическа дестинация в определен период от време. Той формира определени очаквания спрямо пътуването и може да бъде мощен стимулатор или спирачка при туристическото търсене (Маринов, 2015).

Изграждането на имидж на туристическа дестинация в маркетингов план благоприятства нейното устойчиво развитие и позициониране спрямо потребностите на туристите, чрез уникални характеристики и качества на нейните природни и антропогенни ресурси, съобразено конкурентните ѝ предимства, качеството и разнообразието на туристическите услуги и продукти и др. От своя страна уникалното позициониране на туристическа дестинация и утвърждаване на имидж е свързано с развитието на нейния бранд. Речникът за Бизнес и мениджмънт (Oxford Dictionary of Business and Management, 2009) определя бранда като: *"име, знак или символ използван за идентифициране на продукти или услуги на продавача (име) и да ги разграничат от стоките на конкурентите."* При създаването на туристически бранд е важно да се отчете, че общата визуална идентичност трябва да бъде съобразена с местните представи за мястото и да бъде представена на местната общественост и подложена на обсъждане, това следва да се направи с цел нейното приемане и въвличане на лидерите на мнение в общината в процеса. Така ще бъдат контрирани възможни негативни реакции в последствие.

5. Концептуална рамка на устойчивото развитие на туристическа дестинация

Понятието туристическо развитие се използва от 70-те години на миналия век, за да се изрази приносът на туризма в социалното и икономическо благополучие на дадена общност. Според Pearce (1991), цит. от Воденска, в тесен смисъл, туристическото развитие е процес на осигуряване на условия и услуги, които да задоволяват потребностите на туристите. От друга страна, чрез туристическото развитие, разглеждано като моментно състояние, може да се очаква постигането на определени желани резултати. Според Асенова (2012), туристическото развитие трябва да се разглежда в неговия контекст, като се избягва наложената практика да се отчетат само икономическите интереси, породили необходимостта от целенасоченото му развитие.

В научната литература са известни голям брой модели на туристическото развитие. Един от първите е моделът на Miossec (1976, 1977, по Pearce, 1991, цит. от Воденска, 2019), който е пространствено-времеви модел на структурно развитие (еволюция) на туристическа дестинация с 5

фази на развитие. Развитието се проследява на основата на: база за престой и услуги, транспортна мрежа, поведение и отношение на туристите, отношение на местното население и местната власт. Няколко години покъсно, използвайки идеята за жизнения цикъл на продукта, Butler (1980) създава модела на еволюция на туристическа дестинация, с 6 фази на развитие – проучване, включване, развитие, консолидация, стагнация и възраждане/упадък. Кривата на жизнения цикъл зависи от изменението на туристопотоците във времето.

Подобен на модела на Butler е моделът на Wolfe от 1983 г. (по Shaw, Williams, 1994, цит. от Воденска, 2019), според който в ранните етапи на развитие туризмът носи положителни икономически и екологични ефекти. С нарастване на броя на туристите се засилват негативните екологични ефекти, а в развитите туристически дестинации започва да се наблюдава и негативен икономически ефект. В потвърждение може да се посочи и схващането на Маринов и Воденска (1995), които са склонни да приравнят развитието със самовъзстановителната способност на природните системи до определено ниво на натоварване или с границите на капацитетите.

Веденин (1982) разглежда рекреационното развитие като целенасочена (предопределена) последователност от необратими качествени и количествени структурни изменения в териториалната организация на рекреационната дейност, проявяващи се в промяна на функциите на местата, преместване на границите, изменения в свойствата на рекреационните територии и местоположението на отделните обекти. Подобно на Бътлър той разграничава три етапа в развитието на рекреационните територии: формиране (с подетапи възникване и установяване), зрялост (с подетапи разцвет и стагнация) и деградация (с подетапи упадък и изчезване, в смисъл на преход към нерекреационно използване).

Редица модели на туристическо развитие са създадени с цел проследяване на влиянията на туризма и най-вече на социо-културните влияния. Във връзка с изследване на взаимоотношенията турист-домакин Воденска (2001) посочва модела на Smith, който разглежда развитието на туризма под формата на вълни от различни типове туристи и влиянието им върху местното население, както и модела на Doxey, който се базира на схващането, че развитието на дестинацията отразява промените в ценностната система на местната общност в резултат на структурните промени в туристическата индустрия. Според Doxey дестинацията преминава през етапи на еуфория, апатия, раздражение и враждебност, които в голяма степен кореспондират с еволюционния модел на Butler.

Устойчивото туристическо развитие е разгледано в съответствие с Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма на Р. България и Стратегическите насоки на Общността за сближаване, където туризмът се счита за една от мерките за стимулиране на икономическия растеж, а опазването на културно-историческото наследство - за потенциал за развитие

на туризма. Стремежът е да бъде подчертана ролята на туризма в развитието на беден на туристически ресурси селски и планински регион и необходимостта от интегриран подход към качеството, фокусиран върху удовлетворяване на потребителите и основан върху икономическите, социални и екологични измерения на устойчивото развитие.

Самият термин „устойчиво развитие”, се основава на англоезичният термин *sustainability* (устойчивост), който навлиза в научната терминология през 80-те години на миналия век и обозначава състояние на гъвкаво равновесие. Широкото му разпространение обаче често пъти води до неправилна интерпретация, влагане на различно съдържание, едностранчива интерпретация. Редица автори поставят под съмнение коректността на превода „*sustainable development*” като „устойчиво развитие” с мотива, че това не е оправдано от лингвистична, философска, научно-теоретическа и практическа гледна точка (Серебрянный и др., 1998, цит. по Дограмаджиева, 2003) и предлагат замяната му с „балансирано”, „хармонично” и „поддържано развитие”. Според Дограмаджиева мотивите им са, че тези дефиниции по-точно отразяват същността и идеята за управлявано развитие, което цели да постигне баланс между ограничените ресурси, състоянието на природната среда, икономическото развитие и потребностите на местното население. От друга страна, понятието не може да бъде отречено, тъй като е залегнало практически във всички политически документи и научни разработки, засягащи тази проблематика и има широка популярност в обществото, политическите и научните среди.

Концепцията за устойчивото туристическо развитие прилага идеите и принципите на устойчивото развитие и изисква стремеж към максимална пълнота и обхватност, съответстващи на принципите на устойчивото развитие и изискването за интегрален и системен подход. Основната ѝ характеристика е нейната ориентация към бъдещето, съобразена с действията, предприемани от нас днес, с техния ефект върху нашите поколения утре. Това превръща стратегическото планиране в задължителен инструмент за практическото прилагане на концепцията за устойчивото развитие. (Маринов и др., 2000) Тя е формулирана за първи път в доклада „Нашето общо бъдеще” на Световната комисия по околната среда и развитието към ООН през 1987 г. и широко популяризирана след приемането на програмния документ „Дневен ред 21” на световната конференция в Рио де Жанейро през 1992 г. В тези основополагащи политически документи устойчивото развитие е дефинирано като „развитие, което отговаря на нуждите на настоящето, без да накърнява възможностите на бъдещите поколения да посрещнат своите собствени нужди”. Поставен е акцент, че икономическите, социалните и екологичните аспекти на развитието трябва да бъдат равнопоставени, а задоволяването на нуждите да е съобразено с ограничения характер на ресурсите, както и равнопоставеността между настоящите и бъдещите поколения.

Приетата от ЮНЕСКО Харта за устойчив туризъм (1995), както и

съвместно изготвеният от UNWTO, Световния съвет за пътувания и туризъм (WTTC) и Съвета за Земята „Дневен ред 21 на туристическата индустрия”, определят устойчивото туристическо развитие като: „развитие, което посреща нуждите на сегашните туристи и приемащите региони, като запазва възможностите за бъдещо развитие. То управлява всички ресурси по такъв начин, че да задоволи икономическите, социалните и естетическите нужди, като същевременно поддържа културната идентичност, основните екологични процеси, биологичното разнообразие и всички важни за живота системи”. (UNWTO, 1995).

Устойчивото туристическо развитие е залегнало и в основата на Глобалния етичен кодекс в туризма, където като основни цели са посочени: признаване правото на туризъм и свободата на движение на туристите, както и насърчаване на справедлив, отговорен и устойчив туристически ред, ползите от който да бъдат споделяни от всички сектори на обществото в контекста на една открита и либерализирана международна икономика. Туризмът е представен като фактор за устойчиво развитие като се акцентира върху равнопоставеност на участниците в туристическия процес, устойчиво икономическо развитие, опазване на ресурсния потенциал и намаляване на отрицателното въздействие върху околната среда, зачитане на традициите и местното население, балансирано планиране и проектиране на туристическа инфраструктура, която да отговаря на капацитета на обектите и пр. (Глобален етичен кодекс..., 1997)

Макар туризмът да не е бил изначално обект на изследване, бързите темпове на растеж на туристическия сектор в световен мащаб обуславят отреждането на специалното внимание в концепцията за устойчивото развитие през последните десетилетия. В обзорно изследване по темата Маринов (2002) обобщава, че комплексният характер и силната зависимост на туризма от качеството на ресурсите, както и потенциалът му да влияе негативно върху икономическата, природната и социо-културната среда, създавайки по този начин заплахата за собственото му съществуване, определят отрасъла като силно заинтересован от устойчивото развитие и потенциален лидер в стремежа за неговото постигане. Това дава основание още в началото на 90-те години на миналия век идеите за устойчивото развитие да се интерпретират в контекста на туристическата индустрия и да се определят като „новата парадигма на глобалния туризъм” (Zimmer, 1991 – цит. по Маринов, 2002).

Теоретичните постановки за устойчивото туристическо развитие претърпяват развитие през годините, като „еволюцията“ на понятието става обект на специален анализ още в края на 90-те години на миналия век (Clarke, 1997). Въз основа на значителен брой публикации на чужди и български автори, Дограмаджиева (2003) посочва три основни групи научни критики към едностранчивото обвързване на „устойчивия туризъм“ с „малкия“ туризъм, развиван само в слаборазвити дестинации: 1) съществуващата реална опасност устойчивият туризъм да се превърне в масов,

ако развитието му не е правилно насочено и контролирано; 2) съществуващ потенциал да повлияе негативно върху алтернативните туристически дестинации, които не са подготвени за увеличен антропогенен натиск, съчетан с тесен контакт между посетители и местната природна и социокултурна среда; 3) несъответствие между идеята за устойчив дребномащабен туризъм и въпросът за постигане на устойчивост на глобалната туристическа индустрия (Дограмаджиева, 2003а).

Във връзка с горните ограничения в по-новите теоретични постановки устойчивото развитие на туризма се разглежда като „дялостен дългосрочен подход към управлението на туризма във всички негови форми и сектори, независимо от мащаба” (Дограмаджиева, 2003b). Същата авторка посочва, че съобразно тези виждания, обвързването на туризма със средата, отчитането на разнопосочните му влияния и екологосъобразният мениджмънт следва да бъдат приложени във всички сфери на туризма - както от големите, така и от малките туристически предприятия и дестинации.

Маринов (2002) и Дограмаджиева (2003) разглеждат и въпроса за секторния и интегралния подход при устойчивото туристическо развитие, поставен през 1990-те години от редица световни авторитети като Hunter (1995), Butler (1993), Wall, (1997) и Pigram (1997). Butler определя устойчивото туристическо развитие като: „туризъм, който се развива в определена територия по такъв начин и в такъв мащаб, че да остане жизнеспособен за неопределен период от време, без да разруши или промени средата, в която съществува, като съдейства за успешното развитие на всички останали дейности и процеси”.

През последните десетилетия постепенно се налага мнението, че устойчивото туристическо развитие следва да се приема не като конкретно състояние, свързано с определени видове туризъм или дестинации, а по-скоро като дългосрочен подход в управлението на туризма, целящ постигането на баланс между различните аспекти на развитието, различните сфери на интереси (обществени и частни) и различните пространствени нива (Маринов, 2002; Marinov, Dogramajieva, Petrova, 2000). В допълнение, Дограмаджиева (2002, 2003а, 2003b) го разглежда като продължителен и сложен процес с научни, политически и поведенчески измерения, насочен към постигането на основните цели, които кореспондират с основната концепция за устойчивото развитие във всички сфери на живота и всички териториални равнища. Според нея, научният аспект на концепцията за устойчивото развитие на туризма е основан на идеята за интегрирано отчитане на проблемите и приложение на интердисциплинарни методи и подходи за тяхното разрешаване; политическият – е основан на виждането, че устойчивостта е продължителен процес, който се нуждае от стимулиране, наблюдение и контрол; поведенческият – е свързан с необходимостта от цялостна промяна в обществените нагласи и поведенчески модели.

Концепцията за устойчиво развитие предвижда икономически растеж, който е в състояние да задоволи нуждите на съвременното общество от благосъстояние (с всичките му социално-демографски и здравни особе-

ности) в дългосрочен план, без да лишава бъдещите поколения от възможността да задоволят своите нужди. По-конкретно устойчивото развитие предполага да се избират и насърчават стратегии за икономическо развитие на местно ниво, съобразени с опазването и подобряването на околната среда и биологичното равновесие на Земята.

Устойчивото развитие на местно ниво, също като при останалите пространствени равнища има различни аспекти – управленски, икономически, екологични, социални. То е стремеж за местна политика и начин на живот на населението на съответната териториална единица (община, селище) и преди всичко състояние на икономиката, при което се използват безотпадни технологии, залага се на използването на възобновимите суровини, разчита се на рециклирането, като целта е експлоатацията на природните ресурси да не променя параметрите, които влияят на човешкия живот.

Концепцията за устойчиво развитие, както беше изяснено по-горе, има три основни отправни точки: икономическа, социална и екологична. В съответствие с това често се говори за три цели на устойчиво развитие: екологична цялост, коефективност и екосправедливост. Тя е социално ориентирана, насочена към опазване на социалната и културна стабилност, в това число и намаляване на броя на разрушителните конфликти. Без справедливото разпределение на ресурсите и възможностите между всички членове на дадена общност, устойчиво развитие е невъзможно. Достигането на достоен живот и благосъстояние за всички граждани на света трябва да стане основната цел на световното съобщество, като същите принципи важат и за локално ниво. За устойчивото развитие най-напред е необходимо да се създаде по-равноправно общество за всички без изключение, чрез гарантирано минимално жизнено ниво, което трябва да стане неотменно право на всеки гражданин.

От икономическа гледна точка Концепцията за устойчиво развитие се основава на определението на доходите. В действителност полученият днес доход фактически не се явява доход, ако такъв не може да бъде получен утре. Ключово за тази концепцията за устойчиво развитие значение, включително на местно ниво, има икономически оптималното използване на ограничените природни ресурси на дадената територия. Икономическият подход от една страна се явява стълб на Концепцията за устойчиво развитие при прилагане на местни политики, като в същото време тази концепция позволява по друг начин да се разглежда понятието "икономическа ефективност".

Развитието на социалната съставяща на Концепцията за устойчиво развитие, както на местно ниво, така и на останалите пространствени равнища, е станало фундаментална идея за съблюдаване на правата на бъдещите поколения. Природните ресурси на Земята се явяват общо наследство на цялото човечество, включващо както сега живеещото, така и бъдещите поколения. За устойчивото развитие този постоянен резервен фонд трябва да се предава от поколение на поколение, колкото се може по-малко изтощен и замърсен. При устойчиво туристическо развитие на локално ниво, следва да се отчита социалният фактор и зачитането на местните традиции

и ценности, особеностите на социо-културната среда и да се редуцират до минимум възможни конфликти между туристи и местната общност.

От екологична гледна точка устойчивото развитие на местно ниво трябва да обезпечава стабилност на биологическите и физичните системи, с които разполага природната среда в дадената община. Особено значение има жизнеспособността на локалните екосистеми, от които зависи глобалната стабилност на биосферата като цяло. Освен това, понятието природни системи и ареали на живот може да се разбира в широк смисъл, включвайки в тях и създадената от човека среда, например градовете и селата. Основно внимание се отделя на опазването на способностите на такива системи към изменение, а не към запазването им в някакво "идеално" статично състояние.¹

В последните години започва да се осъзнава необходимостта от по-прецизно диференциране и въвеждане на културното измерение на устойчивото развитие като четвърти стълб, наред с икономическото, екологичното и социалното. Културният аспект на устойчивото развитие е свързан с прилагането на принципите на творчеството, межкултурния диалог и културното разнообразие в международните, национални и местни политики за развитие. Устойчивото развитие според Пакален (2010), цит. от Сазонова, е нова парадигма, която е свързана с промяна на приоритетите, които си поставя човечеството, с непрестанно осъзнаване на начина ни на мислене и живеене спрямо един бъдещ хоризонт (Сазонова, 2014).

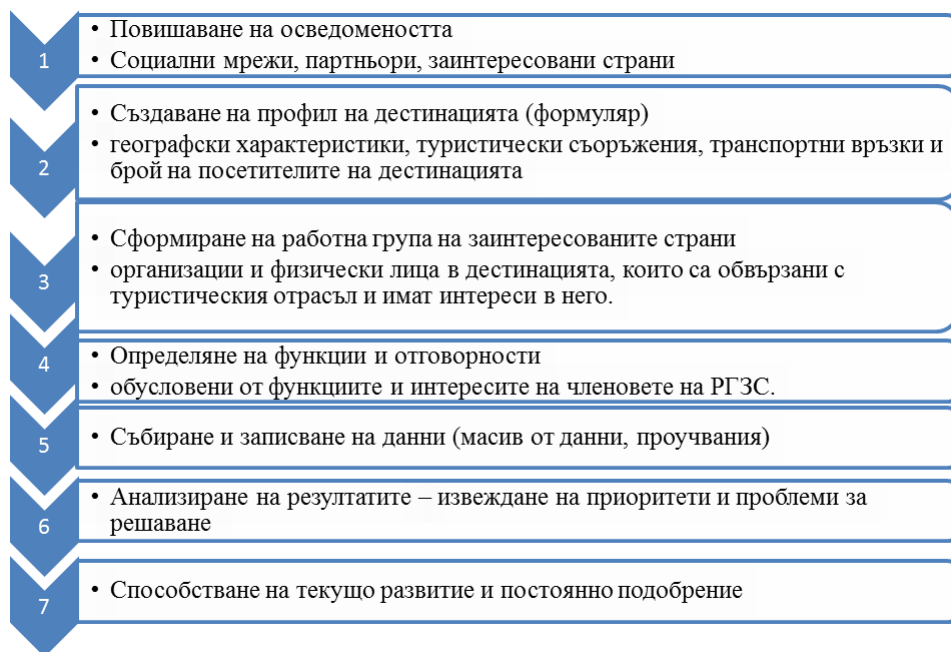
Препоръките към Европейската комисия във връзка с прилагането на концепцията за устойчиво развитие в туристическия сектор (*Improving Support Measures for Sustainable Tourism...*, 2002) се отнасят до разработването на Стратегия за устойчиво туристическо развитие в Европейския съюз – Дневен ред 21 за Европейския туристически сектор, подобряване на системата, подпомагаща вземането на решения и създаването на мрежи за обмен на знания. Това налага необходимост да се разработят единни специфични критерии за оценка на проектите по Структурните фондове и другите програми за финансиране, както и критерии за мониторинг на изпълнението на проектите, за да се гарантира успешната им реализация при спазване на принципите за устойчиво туристическо развитие (*Basic Orientations...*, 2003).

6. Европейска система от индикатори за устойчиво развитие на туризма (ETIS) и прилагането ѝ на местно ниво

Европейската системата от индикатори за устойчиво развитие на туризма (ETIS) е предназначена да допринесе за подобряване на устойчивото управление на дестинациите, като предоставя на заинтересованите от туризма полезен и лесен за прилагане инструментариум. Очаква се тя да помогне на заин-

¹ Виж повече в: <http://ikonomika.dokumentite.com/art/ustoichivo-razvitie-22/87772>

тересованите страни да измерват и контролират процесите на управление на устойчивостта, както и да им даде възможност да споделят и съпоставят спрямо еталонни стойности своя напредък и резултати в бъдеще. Ползите са свързани най-вече с подобряване на конкурентоспособността на дестинацията, събиране на база данни за вземане на ефективни управленски решения (приоритети), приложение при управление на рисковете, създаване на положителен имидж на дестинацията, допълване на разписанието от Закона за туризма функции на ОУТР по отношение на планиране, управление, мониторинг, рекламиране, предлагане на пазара и др. (виж *Фиг.3*)



Фигура 3. Процес на внедряване на ETIS

Източник: DG Enterprise and Industry (2013). The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destinations.

Системата се състои от набор от показатели, набор от инструменти и матрица за данни. Тя е разработена като инструмент, който всяка дестинация може да използва и прилага без някакво специално обучение. Тя може да бъде полезна при проследяване на развитието на дестинацията и да подсигури по-добри управленски решения, както и да повлияе провеждането на адекватни политики. Системата от индикатори и нейното прилагане са описани достатъчно подробно в наръчник, изготвен от Европейската комисия².

² Виж повече в: DG Enterprise and Industry (2013). *The European Tourism Indicator System.*

Структурата на системата включва 27 основни и 40 допълнителни индикатори. Те могат да се използват на доброволни начала, самостоятелно или интегрирано в съществуващите системи за мониторинг на дестинацията. В същото време системата е гъвкава, тъй като може да бъде разширена или стеснена, за да отговори на нуждите на дестинацията в интерес на местните заинтересовани страни, както и на специфичните проблеми, свързани с устойчивостта, пред които дестинацията е изправена. Показателите са групирани в няколко направления: показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация, показатели за икономическа стойност за устойчиво развитие, показатели за социално и културно въздействие и показатели за въздействие върху природната околна среда.

Показателите за устойчиво управление на туристическа дестинация включват четири критерии за устойчивост, всеки от които обхваща по един основен показател и един или повече допълнителни и са включени в Раздел А на инструментариума на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация ETIS (Виж повече в Таблица 2).

Таблица 2. Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел А: Управление на дестинация

Раздел А: Управление на дестинация		
Критерии	Референтен № на показателя	ОСНОВНИТЕ показатели са в ЗЕЛЕНО, а ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ показатели са в СИНЬО.
A.1 Обществена политика за устойчив туризъм	A.1.1	Процент от дестинациите, за които има стратегическия план за действие за устойчив туризъм със състава на мониторинг, контрол на развитието и договорности за изпълнение
	A.1.1.1	Процент от жителите, които са удовлетворени от участието си в процеса на планиране и развитие на туризма и влиянието си в него
	A.1.1.2	Процент от дестинациите, които се представлява от организация, управляваща дестинацията
A.2 Устойчиво управление на туризма в туристическите предприятия	A.2.1	Процент от туристическите предприятия/дружества в дестинацията, които използват доброволно потвърдени сертифицираност/сертификат за неутралност, създадени с помощта на международното общество или международната социална отговорност (МСО)
	A.2.1.1	Брой на туристическите предприятия/дружества, които изготвят доклади за устойчивост в съответствие с Глобалните индикатори за отчитане (ГИО)
A.3 Удовлетвореност на клиентите	A.3.1	Процент на посетителите, които са удовлетворени от участието си преминават в дестинацията
	A.3.1.1	Процент на посетителите, които повторително се връщат (в рамките на 5 години)
A.4 Информации и комуникация	A.4.1	Процент на посетителите, които използват, че са обединени за усилията, които са помагат за постигане на устойчивост в дестинацията
	A.4.1.1	Процент на предприятията, които споделят с посетителите своите усилия за постигане на устойчивост посредством своите продукти, маркетинг или мерки

Източник: DG Enterprise and Industry, The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destination, 2013

Toolkit for Sustainable Destinations. http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/sustainable-tourism/indicators/index_en.htm

Икономическата стойност при управление на туристическа дестинация включва също четири критерии за устойчивост, всеки от които обхваща по един или повече основни и допълнителни показатели. Те са включени в Раздел Б на инструментариума на ETIS (Виж повече в *Таблица 3*).

Таблица 3. Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел Б: Икономическа стойност

Раздел Б: Икономическа стойност		
Критерии	Референтен № на показателя	ОСНОВНИТЕ показатели са в ЗЕЛЕНО, а ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ показатели са в СИНЬО.
Б.1 Туристически поток (обем и стойност) в рамките на дестинацията	Б.1.1	Брой на туристическите нощувки за месец
	Б.1.1.1	Относителен принос на туризма към икономията в рамките на дестинацията (% БВП)
	Б.1.1.2	Брой на посетителите за един и същи ден през активния и през неактивния сезон
	Б.1.1.3	Дневен разход на посетител за един и същи ден
	Б.1.2	Дневен разход на турист (настанвяване, храна и напитки, други услуги)
Б.2 Ефективност на туристическите предприятия	Б.2.1	Средна продължителност на престоя на туристите (нощувки)
	Б.2.1.1	Средна продължителност на престоя на туристите за един и същи ден (в часове)
	Б.2.1.2	Процент на десетте най-големи туристически предприятия, които са ангажирани в управлението на дестинацията/съвместния маркетинг
	Б.2.2	Заетост на обектите за настанвяване на месец и средно за годината
	Б.2.2.1	Средна цена на стая в дестинацията
Б.3 Кoliчество и качество на трудовата заетост	Б.3.1	Трудова заетост в туризма като процент от общата трудова заетост
	Б.3.1.1	Процент на сезонните работни места в туризма
	Б.3.1.2	Процент от туристическите предприятия, предоставящи студентски стажове
Б.4 Безопасност и здраве	Б.4.1	Процент на туристическите предприятия, на които през изминалата година е извършена проверка за пожарна безопасност
	Б.4.1.1	Процент на туристите, които подават жалба в полицията

Източник: DG Enterprise and Industry, The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destination, 2013

Устойчивото управление на туристическа дестинация, насочено към социалното и културно въздействие отново включва четири критерии за устойчивост, всеки от които обхваща по един основен и от един до три допълнителни показатели. Те са включени в Раздел В на инструментариума на ETIS (Виж повече в *Таблица 4*).

Устойчивото управление на туристическа дестинация, насочено към въздействието върху природната околна среда включва най-голям брой критерии и показатели за устойчивост. Дефинирани са общо 9 критерии за устойчивост, всеки от които обхваща по един или повече основни и допълнителни показатели. Те са включени в Раздел Г на инструментариума на ETIS (Виж повече в *Таблица 5*).

На всяка дестинация може да бъде създаден профил, съобразно местните условия и използваните индикатори за устойчиво управление.

Системата е разработена в резултат на извлечените поуки от инициативите, свързани със съществуващата преди това система от показатели, и усъвършенствана в резултат на получената обратна връзка от проведените изпитвания на място в редица различни дестинации в Европа.

Таблица 4. Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел В: Социално и културно въздействие

Раздел В: Социално и културно въздействие		
Критерии	Референтен № на показател	ОСНОВНИТЕ показатели са в ЗЕЛЕНО, а ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ показатели са в СИЪНО.
В.1 Общностно/ социално въздействие	В.1.1	Брой на туристите/посетителите на 100 жители
	В.1.1.1	Процент от жителите, които са удовлетворени от туризма в дестинацията (на месец/сезон)
	В.1.1.2	Брой на наличните легла в обекти за настаняване на посетители на 100 жители
	В.1.1.3	Брой на вторите жилища/жилищата за отдаване под наем на 100 жилища
В.2 Равенство между половете	В.2.1	Процент на мъжете и жените, заети в туристическия сектор
	В.2.1.1	Процент на туристическите предприятия, в които позицията на генерален мениджър се заема от жена
	В.2.1.2	Средна работна заплата в туристическия отрасъл за жени спрямо средната работна заплата за мъже (според вида на работните места в туризма)
В.3 Равенство/ достъпност	В.3.1	Процент от обектите за настаняване, разполагащи със стая, достъпна за хора с увреждания, или/и участващи в признати схеми за достъпност
	В.3.1.1	Процент от дестинацията, който се обслужва от обществен транспорт, достъпен за хора с увреждания и хора със специфични изисквания за достъп
	В.3.2	Процент на атракциите за посетители, които са достъпни за хора с увреждания или/и участват в признати схеми за достъпност
	В.3.2.1	Процент на посетителите, които са удовлетворени от възможностите за достъп до дестинацията от хора с увреждания или специфични изисквания за достъп
В.4 Опазване и подобряване на културното наследство, местната идентичност и ресурси	В.4.1	Процент от дестинацията, обхванат от политика или план за опазване на културното наследство
	В.4.1.1	Процент от жителите с положително или отрицателно мнение за въздействието на туризма върху идентичността на дестинацията
	В.4.1.2	Процент на най-големите мероприятия в дестинацията, които са съсредоточени върху традиционните/местните култура и ресурси

Източник: DG Enterprise and Industry, The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destination, 2013

Таблица 5. За устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел Г: Въздействие върху околната среда

Раздел Г: Въздействие върху околната среда		
Критерии	Референтен № на показател	ОСНОВНИТЕ показатели са в ЗЕЛЕНО, а ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ показатели са в СИЪНО.
Г.1 Намалване на въздействието от транспорта	Г.1.1	Процент на туристите и посетителите за един и същи ден, които използват различни видове транспорт, за да пристигнат в дестинацията (обществени/частни и авто)
	Г.1.1.1	Процент на посетителите, които използват местни/ екологосъобразни/обществени транспортни услуги, за да разгледат дестинацията
	Г.1.2	Средно пътуване (km) на туристите до и от дома или средно пътуване (km) от провинцията/дестинация до настоящата дестинация
	Г.1.2.1	Средно пътуване (km) на посетителите за един и същи ден от и до дестинацията

Критерии	Референтен № на показателя	ОСНОВНИТЕ показатели са в ЗЕЛЕНО, а ДОПЪЛНИТЕЛНИТЕ показатели са в СИЪО.
Г.2 Изменение на климата	Г.2.1	Процент от туристическите предприятия, които са ангажирани в усилия за ограничаване на изменението на климата, като например коменсорации на CO ₂ , енергоспестяващи системи и Т.Н., и с реални и действащи за „декарбонизация“
	Г.2.1.1	Процент от дестинацията, включен в стратегия или планиране на мерки за приспособяване към изменението на климата
	Г.2.1.2	Процент от инфраструктурата на обектите за туристическо настаняване и атракции, която се намира в „уловими зони“
Г.3 Управление на твърдите отпадъци	Г.3.1	Обем на отпадъците, произведени от дестинацията (Тона на жител годишно или месечно)
	Г.3.1.1	Процент от туристическите предприятия, в които различните видове отпадъци се събират отделно
	Г.3.2	Обем на рециклираните отпадъци (процент или на жител годишно)
Г.4 Пречистване на отпадъчни води	Г.4.1	Процент на отпадъчните води от дестинацията, които се пречистват най-малко до вторично ниво преди заустване
	Г.4.1.1	Процент от обектите за настаняване, свързани към централната канализационна система и/или прилагани третично пречистване на отпадъчните води
Г.5 Управление на водите	Г.5.1	Потребление на прясна вода на туристическа нощувка в сравнение с потреблението на вода от населението като цяло на човек за денонощие
	Г.5.1.1	Процент от туристическите предприятия, разполагащи с душеве и кранове със слаба струя и/или тоалетни с две струи/писоари без вода
	Г.5.1.2	Процент от туристическите предприятия, използващи рециклирана вода
	Г.5.1.3	Процент на използваната вода, идваща от рециклирана вода в дестинацията
Г.6 Потребление на енергия	Г.6.1	Потребление на енергия на туристическа нощувка в сравнение с потреблението на енергия от населението като цяло на човек за едно денонощие
	Г.6.1.1	Процент от туристическите предприятия, които са преминали към енергоспестяващо осветление
	Г.6.1.2	Годишно количество на потребената енергия от възобновяеми източници (Mwh) като процент от общото потребление на енергия
Г.7 Опазване на природата и биологичното разнообразие	Г.7.1	Процент от дестинацията (площ в km ²), който е определен за опазване
	Г.7.1.1	Процент на местните предприятия в сектора на туризма, които активно подкрепят защитата, опазването и управлението на местното биологично разнообразие и природата
	Г.7.1.2	Процент от дестинацията, обхванат от план за управление и мониторинг на биологичното разнообразие
Г.8 Управление на светлината и шума	Г.8.1	Дестинацията има действащи политики, изискващи от туристическите предприятия да следат до минимум светлинното и шумовото замърсяване
	Г.8.1.1	Процент от дестинацията и процент от населението, обхванати от местна стратегия и/или планове за намаляване на светлинното и шумовото замърсяване
Г.9 Качество на водата за къпане	Г.9.1	Равнина на замърсяване на 100 ml (федерални кориформи, намногобактери)
	Г.9.1.1	Брой дни, в които плажът/брегът е затворен поради замърсяване

Източник: DG Enterprise and Industry, The European Tourism Indicator System. Toolkit for Sustainable Destination, 2013

Внедряването на показатели за устойчиво развитие на местно ниво на ETIS има разнообразни предимства и ползи:

- ръководство в помощ на местното самоуправление в усилията за мониторинг, управление и повишаване на устойчивостта на дадена туристическа дестинация;

- полезен инструмент за проследяване на ефективността на дестинацията и вземане на по-добри управленски решения, както и за въздействие върху съответните местни политики;

- системата се състои от група от показатели (27 основни и 40 допълнителни), набор от инструменти и масив от данни;

- гъвкава система с възможност за интегриране със съществуващи вече системи за мониторинг на дестинациите;
- основният принцип на системата е доброволност и споделянето на отговорността, собствеността и вземането на решения за дестинацията;
- насърчава се от Европейската комисия при разработване на проекти и прилагане на конкретни мерки на локално ниво;
- пряко е свързана с конкурентоспособността на дестинацията;
- прилагането на показателите създава база данни за вземане на ефективни управленски решения (приоритети);
- инструменти при управление на рисковете;
- създаване на положителен имидж (общност, посетители, заинтересовани страни);
- показателите допълват разписаните от Закона за туризма функции на ОУТР по отношение на планиране, управление, мониторинг, рекламиране, предлагане на пазара.

Извеждането на критерии и показатели за устойчиво развитие на местно ниво е свързано с няколко основни принципа:

Устойчивост. Развитие на туристическите дейности да съчетава в себе си дългосрочна икономическа ефективност с устойчиви практики, щадящи околната среда и социална съвместимост.

Демократичност. При управлението на дестинацията да се използва обществения подход. Да се осигури висока степен на участие на местното население в процеса на управлението на дестинацията.

Прозрачност. Принцип, основан на необходимостта от търсенето на диалог, на широко обществено съгласие за всяка промяна в областта на туризма.

Ангажираност и публично–частно партньорство. Взаимно зачитане и подпомагане на всички участващи в туристическия процес обществени и частни организации чрез използването на подходящи механизми за коопериране на усилията за утвърждаване на Ботевград като туристическа дестинация.

Местна идентичност. Планирането на туристическото развитие да бъде съобразено и обвързано с основните ценности на обществеността в дестинацията и с особеностите на развитието на туризма в региона.

Тези принципи кореспондират с визията, заложена в Общинския план за развитие на община Ботевград 2014-2020 г. и Програмата за развитие на туризма на община Ботевград 2016-2020 г, а именно:

„Община Ботевград – динамично развиваща се община, с конкурентна икономика, базирана на знанието, висококачествена среда за обитаване, бизнес и рекреация, със съхранени природни и културни ценности, привлекателна за инвестиции и туристически интерес”.

След отчитане на тези фактори и възможностите и ограниченията за развитие на туризма, се очерта новата визия за устойчиво развитие на туризма,

която ще бъде следвана в 7-годишния период за изпълнение на настоящата Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград:

„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.“

Мисията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград е:

„Разработване на иновативен регионален продукт с туристически бранд Ботевград, насърчавайки устойчивото развитие на туризма чрез натрупване на идентичност на туристическите зони, инвестиране в развитието на социалния капитал на общината и включване в трансгранични мрежи за взаимодействие и сътрудничество.“

Критериите и показателите за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград са дефинирани съобразно Европейската система от показатели за туризма, като е отчетено, че Системата е специално предназначена за туристически дестинации и замислена като процес за мониторинг, управление и повишаване на устойчивостта на дадена туристическа дестинация, който има местно измерение и се ръководи на местно равнище.

Стратегическите цели, заложи в Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 г. са обособени по следния начин:

1) Подобряване на туристическата инфраструктура, функционирането на туристическите обекти и качеството на предлаганите туристически услуги на територията на общината;

2) Идентифициране, GPS заснемане и изграждане на нови маршрути и екопътеки;

3) Създаване на нови модерни приключенски туристически атракции;

4) Диверсификация на туристопотока и удължаване на престоя им на територията на Общината;

5) Създаване на благоприятни условия за развитие на иновативни и интегрирани туристически продукти и услуги;

6) Цифровизация на предлаганите туристически продукти и услуги

7) Стимулиране на инвестиции в сферата на туризма.

При разработване на общински политики и изготвяне на Стратегия за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 и прилагане на принципите на устойчивото развитие, тези цели са прецизирани и съобразени с дефинираните приоритети за устойчиво развитие на туризма на местно ниво, както следва:

Основна цел: Устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.

Стратегическите цели, отговарящи на горепосочените принципи, могат да се обособят по следния начин: **Стратегическа цел 1:** Създаване на благоприятна среда за развитие на устойчив туризъм и инвестиране в развитието на социалния капитал на общината, с развити специфични цели за нейното изпълнение; **Стратегическа цел 2:** Създаване и утвърждаване на

иновативен регионален продукт и разработване на специфични цели;
Стратегическа цел 3: Балансирано развитие на туристическите зони в община Ботевград и равностойното им интегриране в европейското природно и културно-информационно пространство, с формулирани специфични цели във връзка с туристическото райониране и включването в трансгранични мрежи.

Към настоящия етап на развитие на проучваната туристическа дестинация авторът предлага следните приоритети:

- 1) Уникално позициониране на община Ботевград като туристическа дестинация
- 2) Микрорайониране и развитие на регионален туристически продукт
- 3) Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата
- 4) Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни
- 5) Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград

Тези приоритети са развити в контекста на концепцията за устойчивото развитие на туризма на местно ниво и заложени в Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г.

Проучвайки спецификата и особеностите на дестинацията на местно ниво, съобразно стратегическите цели и приоритети, са подбрани релевантните критерии за устойчиво развитие, които могат да бъдат използвани и като индикатори за наблюдение и оценка на бъдещата Стратегия за устойчиво развитие на община Ботевград.

Подборът на индикаторите е извършен от автора по модела на София, с основния аргумент, че системата е тествана пилотно за Столична община през 2015 г. и прилагането ѝ се оценява като удачно. Във връзка с упавление на дестинация са подбрани трите показателя, апробирани вече в Столична община. При икономическите влияния за Ботевград отпадат показателите: относителен дял на туризма в икономиката на дестинацията (% БВП); дял на туризма като % на хотелиерството и ресторантьорството от нетните приходи от продажби; дял на сезонните работни места в туризма; дял на заетите в туризма от общия брой на заетите. При социо-културните влияния отпада показателят *дял на обществения транспорт, пригоден за хора с увреждания или със специални изисквания за достъп*, тъй като като цяло общественият транспорт на територията на общината не е развит и този показател е неприложим. При екологичните влияния отпадат два критерия: *Дял на туристическите обекти за настаняване и атракции, разположени в "уязвими зони"*, тъй като в уязвимите зони липсват туристически обекти и *Дял на отпадните води в дестинацията, третирани поне на второ ниво преди изпускане*. Подборът на индикаторите е съобразен също така с възможностите за събиране на необходимата информация, като са отчетени рискове, свързани със затруднения при набиране и обработване на данните.

Направена е оценка на моментното състояние на развитието на туризма в различните аспекти на устойчивост, като в концентриран вид са представени различните влияния на туризма. Количествените параметри на наблюдаваните индикатори позволяват използването им като отправна точка за сравнение при проследяване на развитието. Индикаторите за наблюдение и оценка са селектирани от автора и представени в Таблица 6. В таблицата са посочени източниците на информация, като е направен коментар относно целесъобразността на тяхното наблюдаване в контекста на информационното осигуряване. Където са налични, са посочени стойностите на индикаторите, установени през 2017 г. (брой на нощувките и др.), които може да се разглеждат като базисни.

Таблица 6. Критерии и индикатори за наблюдение и оценка на устойчиво развитие на туризма в община Ботевград

№	Влияния	Референтен № на индикатора	Индикатор	Мерна единица	Информационен източник
1	Управление на дестинацията	A.1.1	Дял на туристическите предприятия, които използват доброволни сертификационни схеми за околна среда/ качество/ устойчивост или прилагат мерки за КСО	%	Въпросник за туристическите предприятия
2		A.2.1	Дял на посетителите, удовлетворени от цялостното си пребиваване в дестинацията	%	Въпросник за посетителите
3		A.2.2	Дял на повторните посетители (за последните 5 години)	%	Въпросник за посетителите
4	Икономически влияния	V.1.1	Средномесечен брой на нощувките от туристи	брой нощувки	Местна администрация
5		V.1.2	Дял на едnodневните посетители	%	Въпросник за посетителите
6		V.1.4	Дневен разход на турист (настаняване, храна и напитки, други услуги)	BGN	Въпросник за посетителите
7		V.1.5	Дневен разход на едnodневните посетители	BGN	Въпросник за посетителите
8		V.2.1	Средна продължителност на престоя на туристите	брой нощувки	Въпросник за посетителите
9		V.2.2	Заетост на търговските обекти за настаняване на месец/ средно за годината	%	Местна администрация

№	Влия- ния	Референтен № на индикатора	Индикатор	Мерна единица	Информационен източник
10		В.4.1	Дял на туристическите предприятия с над 25% снабдяване с храни, напитки, стоки и услуги, които са местно производство	%	Въпросник за туристическите предприятия
11	Социо-културни влияния	С.1.2	Дял от местното население, което е удовлетворено от развитието на туризма в дестинацията	%	Въпросник за местното население
12		С.1.3	Брой на наличните легла в търговски обекти за настаняване на 100 д. от местното население	брой легла	Национален регистър на категоризираните МН и ЗХР
13		С.3.1	Дял на жените, заети в туристическия сектор	%	Въпросник за туристическите предприятия
14		С.3.2	Дял на туристическите предприятия, в които изпълнителният директор е жена	%	Въпросник за туристическите предприятия
15		С.4.1	Дял на стаите в търговските обекти за настаняване, пригодени за хора с увреждания	%	Въпросник за туристическите предприятия
16		С.4.2	Дял на търговските обекти за настаняване, изпълнили всички нормативни изисквания за достъп на хора с увреждания	%	Въпросник за туристическите предприятия
17		С.4.3	Дял на обществения транспорт, пригоден за хора с увреждания или със специални изисквания за достъп	%	Въпросник за управлението на дестинацията
18		С.4.4	Дял на атракциите в дестинацията, пригодени за достъп за хора с увреждания или участващи в утвърдени схеми за достъп	%	Въпросник за управлението на дестинацията
19		С.5.1	Дял от местното население с позитивна преценка за влиянието на туризма върху идентичността на дестинацията	%	Въпросник за местното население
20		С.5.2.	Дял от събитията в дестинацията с фокус върху традиционната/местната култура и наследство	%	Въпросник за управлението на дестинацията

№	Влия- ния	Референтен № на индикатора	Индикатор	Мерна единица	Информационен източник
21	Екологични влияния	D.1.1	Дял на туристите и на еднoднeвните посетители, които пристигат с личен автомобил	%	Въпросник за посетителите
22		D.1.2	Дял на туристите и на еднoднeвните посетители, които използват местен/щадящ/обществен транспорт за придвижване в дестинацията	%	Въпросник за посетителите
23		D.1.3.	Средно разстояние (km), изминато от туристите и от еднoднeвните посетители от къщи до дестинацията	km	Въпросник за посетителите
24		D.2.1	Дял на туристическите предприятия, включени в схеми за смекчаване на измененията на климата, като: компенсиране на CO ₂ , ниско-енергийни системи и други реакции и действия за адаптиране	%	Въпросник за туристическите предприятия
25		D.3.2	Дял на туристическите предприятия, които сепарират различните видове отпадъци	%	Въпросник за туристическите предприятия
26		D.5.2	Дял на туристическите предприятия с мерки за намаляване на консумацията на вода	%	Въпросник за туристическите предприятия
27		D.5.3	Дял на туристическите предприятия, използващи рециклирана вода	%	Въпросник за туристическите предприятия
28		D.6.2	Дял на туристическите предприятия, прилагащи мерки за намаляване на консумацията на енергия	%	Въпросник за туристическите предприятия
29		D.6.3	Дял на туристическите предприятия, които използват възобновяеми източници на енергия (Mwh)	%	Въпросник за туристическите предприятия
30		D.7.1	Дял на местните предприятия от туристическия сектор, активно подкрепящи опазването, консервацията и управлението на местните ландшафти и биоразнообразието	%	Въпросник за туристическите предприятия

Общият брой на включените в системата индикатори, разглеждани като задължителни за наблюдение е 30, от които 3 се отнасят за управлението на дестинацията, 7 се използват за проследяване на икономическите влияния, 10 – за социо-културните влияния и 10 за екологичните влияния. Както е видно от таблицата, общо 3 от индикаторите (3% от всички 30 индикатора) са прости и информационно осигурени – те могат да се извлекат лесно от документацията на общинската администрация и да се проследяват ежегодно. Останалите изискват допитване до няколко групи заинтересовани страни – туристите и едnodневните посетители, туристическите предприятия и местното население, като за всяка от групите ще бъдат разработени анкетни карти. Удачно е анкетно проучване да се осъществява на период от 3 години. За посочените индикатори, след съгласуване с релевантни звена на общинската администрация, ще бъдат определени целеви стойности към 2020 и 2025 години.

Като ключови индикатори за устойчиво развитие на дестинацията на микро ниво са дефинирани, както следва:

Управление на дестинацията

- Дял на посетителите, удовлетворени от цялостното си пребиваване в дестинацията

Икономически влияния

- Средномесечен брой на нощувките от туристи
- Дял на едnodневните посетители
- Заетост на търговските обекти за настаняване на месец/ средно за годината

Социо-културни влияния

- Дял от местното население, което е удовлетворено от развитието на туризма в дестинацията
- Дял от местното население с позитивна преценка за влиянието на туризма върху идентичността на дестинацията
- Дял от събитията в дестинацията с фокус върху традиционната/ местната култура и наследство

Екологични влияния

- Дял на туристическите предприятия с мерки за намаляване на консумацията на вода
- Дял на туристическите предприятия, прилагащи мерки за намаляване на консумацията на енергия
- Дял на местните предприятия от туристическия сектор, активно подкрепящи опазването, консервацията и управлението на местните ландшафти и биоразнообразието

С цел да се улесни работата по наблюдение и оценка е важно да се представят не само първични данни, а прости и лесни за ползване доклади за напредъка по прилагането на Стратегията за устойчиво развитие на община Ботевград като туристическа дестинация, които акцентират върху това, което е направено, сравнението му с това, което е било планирано, кратък анализ на несъответствията и техните причини и предложения за корективни действия, ако са необходими.

Частични доклади следва да се изготвят ежегодно за индикаторите по информация на НСИ и местна администрация, а пълни доклади за напредъка – на всеки 3 години, след провеждане на анкетните проучвания.

Докладите не трябва да се ограничават само до представения набор от индикатори, а да включват и друга важна за разбиране на състоянието и проблемите информация (напр. осъществени действия от община Ботевград и други заинтересовани страни, мнения и оценки по прилагането на стратегията, промени в политическия, нормативния, финансовия контекст и др.).

Използването на тези показатели е приложимо при наблюдение (мониторинг) и оценката на местни програми, планове и стратегии. Те представляват тясно свързани дейности, но с различно съдържание. Мониторингът преди всичко дава информация, докато оценката „преценява“ тази информация. Мониторингът е периодичен редовен преглед на осъществени дейности, използвани ресурси и постигнати резултати. Оценката се фокусира върху постиженията, ефектите и ефективността. Докато мониторингът е постоянна дейност, оценката е епизодична дейност (в отделни моменти).

Процесът на наблюдение и оценка обхваща:

- Регистрация на напредъка в изпълнението въз основа на предварително определени индикатори (а често и на целеви стойности) и по-конкретно не толкова това, което е направено, колкото това, което действително е постигнато през определен период;
- Сравнение на постигнатите резултати спрямо планираните;
- Обратна връзка и вземане на адекватни управленски решения спрямо постигнатите резултати и постигнатия напредък;

Обект на системата за мониторинг и оценка е прилагането на индикаторите и критериите чрез включването им в Стратегията за устойчиво развитие на община Ботевград като туристическа дестинация.

Основни елементи на всяка система за наблюдение и оценка са:

- Индикаторите за мониторинг и оценка и източниците на информация
- Периодичността на мониторинга и оценката
- Формата на представяне на резултатите (справки, доклади за напредъка и пр.)
- Отговорностите за осъществяване на мониторинга и оценката
- Разпространение и достъп до информацията и резултатите (колко широк ще е достъпът до тях, дали ще се разпространяват публично)
- Разходите за осъществяване на мониторинг и оценка

Възприетите принципи при разработване на системата за мониторинг и оценка на прилагането на Стратегията са:

- Системата трябва да е максимално проста и практична, да не генерира съществен натиск върху отговорните за нейното прилагане и да не изисква съществени финансови ресурси; прилагане на принципите на икономичност и пропорционалност (съобразяване с мащаба на действията, които се наблюдават)

- Системата трябва да е полезна и да оправдава съществуването си; това означава тя да подпомага вземането на решения

- Индикаторите трябва да проследяват развитието във всички аспекти на устойчивост – икономически, социални и екологични

- Индикаторите трябва да отразяват пряко и недвусмислено напредъка в прилагането

- Индикаторите трябва да се фокусират върху резултатите, а не върху дейностите

- Индикаторите трябва да бъдат обективно проверими

- Индикаторите трябва да са достатъчни за проследяване и оценка на напредъка

- Индикаторите трябва да са прости, лесни за измерване и информационно обезпечени (т.е. да се основават на информация, събирана по друг повод или на информация, чието набиране не предполага съществен разход на време и средства).

Достатъчно широка публичност на резултатите може да бъде осигурена чрез вътрешните информационни канали на община Ботевград и регионалните медии. Периодичните доклади за напредъка следва да бъдат публикувани на сайта на община Ботевград, като информация за тях се разпространява и чрез регионалните медии при подходящ повод. Това е вероятно да доведе до предложения за решаване на установените проблеми от по-широк кръг от заинтересовани страни и експерти.

Предложените показатели и включването им в система за наблюдение и оценка, която да е максимално опростена, аргументира практическото им приложение. По този начин процесът няма да предполага съществени разходи за прилагането на системата и ще бъде изцяло в съответствие с принципите за икономичност и пропорционалност. Преобладаващата част от дейностите могат да се осъществяват от служители в общинска администрация в рамките на ежедневните им дейности. Необходимите допълнителни разходи са за регулярни анкетни проучвания (на 3 години) по групи заинтересовани за набиране на информация за наблюдаваните индикатори и изготвяне на доклад за напредъка.

Основната цел на мониторинга е да осигури синхрона и взаимното подпомагане при реализирането на набелязаните дейности и приоритети. Препоръчва се следната последователност на мониторинга:

- Обсъждане на Консултативния съвет по въпросите, свързани с ту-

ризма и в Община Ботевград, публично обсъждане на Програмата с общинска администрация и с обществеността и приемането ѝ от Общински съвет Ботевград;

- Контрол по реализацията на дейностите и изразходваните финансови средства от страна на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма и кмета на община Ботевград;

- В края на всяка година Общински съвет Ботевград разглежда годишния доклад по изпълнението на плана с конкретните задачи за дадения период;

- Актуализиране на планираните дейности.

Мониторингът и оценката като неделима част от общинската политика по отношение на туризма се извършват с цел постигане на ефективност и ефикасност при ресурсното осигуряване, изпълнението и управлението на дейностите от Общинската програма за развитие на туризма и реализирането на политиките в сектор туризъм като цяло.

Мониторингът и оценката отчитат резултатите от изпълнението на всички дейности, залегнали в програмата, които допринасят за развитието на туризма в община Ботевград. Предмет на мониторинг е изпълнението на целите и приоритетите, организацията и методите на изпълнение, прилагани от органите за управление, и мерките за осигуряване на информация и публичност за резултатите от изпълнението на програмата. В процеса на мониторинг, въз основа на нормативните изисквания на Закона за туризма, Консултативният съвет по туризъм осигурява участието на заинтересованите страни, бизнес организации, физически и юридически лица при спазване на принципа за партньорство, публичност и прозрачност при изпълнението на общинската политиката за развитие на туризма.

7. Туристическо райониране и микрорайониране

Туристическото райониране у нас започва да се развива в началото на 60-те години на миналия век. Работата в тази област е особено интензивна през 60-те и 70-те години, което се обуславя от ускореното туристическо усвояване и необходимостта от усъвършенстване в териториалната структура и организация на туризма в условията на централно планирана икономика (Дограмаджиева, 2003а). До края на 80-те години на миналия век са разработени над 10 схеми на туристическо райониране с национален обхват, които имат предимно академична или териториално-устройствена насоченост (ИРТП, 1961; Лозанов, 1968; ИРТП, 1968; Бъчваров, 1970, 1975, 1982; Динев и др., 1974; КНИПИТУГА - ЕТУП на НРБ, 1978; Воденска, 1978, 1986; Славев, 1983, 1986; Еврев, 1988).

В практиката на устройственото планиране на туризма, където туристическото райониране е представено като “териториална основа за планиране на отдиha и туризма”, е възприета идеята за наличието на „бруто ту-

ристически територии” (туристически райони в широк смисъл, както се изисква от Закона за туризма) и „нето туристически територии”, включващи ареалите с по-значителен и компактен потенциал за развитие на туризма, в които се оформят местни туристически дестинации. Подобно определяне на активна зона и спомагателна зона в рамките на района се наблюдава и в други проучвания (Дограмаджиева, 2003а).

В периода 1968–1973 г. под ръководството на проф. Динев се разработва Концепция за туристическо райониране на НР България (Динев, 1974). В нея за първи път се лансира необходимостта от прилагането на комплексен подход при очертаването и характеристиката на туристическите районни единици, които да включва не само оценка на природноресурсния потенциал на териториите, но и оценка на останалите условия и фактори на туристическото развитие (транспортна достъпност и обвързаност между туристическите обекти, туристопотоци, икономически връзки и пр.). Това е първото научнообосновано детайлно туристическо райониране. По същество и то е предимно ресурсно ориентирано, като се основава на физикогеографските граници и покрива около $\frac{2}{3}$ от територията на страната. Възприета е разгърнатата таксономична схема от 6 нива: основен туристически район, район, микрорайон, туристическа локализация, ядро, туристически обект (Дограмаджиева, 2003а).

Бъчваров (1970) прави критичен анализ на съществуващите до тогава опити за туристическо райониране и защитава тезата за икономогеографската същност на туристическия район. Той предлага по-опростена таксономична схема с 5 нива: туристически район, подрайон, микрорайон, ядро, пункт, като подкрепя виждането, че отделните таксони (по-специално микрорайони, ядра и пунктове) могат да съществуват като взаимносъставни части или поотделно - в случаите, когато не е налице достатъчна степен на туристическа усвоеност и териториална обвързаност на туристическото развитие. Водещ критерий при определянето на районите е оценката на природните ресурси, но успоредно с това авторът отчита също антропогенните ресурси, връзките с центровете на туристическото търсене, транспортната мрежа, перспективите на урбанизация, общността на териториите по отношение бъдещето на туризма, което прави таксономичната схема приложима и на местно ниво (Дограмаджиева, 2003а).

Воденска (1978), цит. по Рекреационные системы (1986) провежда за първи път у нас райониране, основано на социално-географския подход. В центъра на внимание са туристическите потребности на населението от дълготраен и краткотраен отдих, социално-икономическите фактори за тяхното формиране и териториална диференциация. В същата разработка тя определя и районите на концентрация на МТБ на туризма.

Автори като Пирожник (1978, 1987) и Маринов (1988), цит. от Дограмаджиева (2003а) посочват, че туристическият район се формира при взаимодействието на териториалната система на отдиха и туризма с други

природни и социално-икономически териториални системи. Териториалната система на туризма е ядрото на района с относително по-тесни граници, а туристическият район е териториално по-широк и включва социално-икономическо пространство, което е необходимо за функционирането на района, но не изпълнява пряко туристически функции. Подобно е и разбирането на Gunn (1972, 1994), според която туристическият район включва няколко дестинации, свързани с коридори, както и ареали без атракции.

В разработки на Еврев (1988, 1998) цит. от Дограмаджиева (2003а), курортно-туристическите райони се разглеждат като териториална основа за развитие и планиране на туризма, но вече на различни пространствени равнища - от национално до местно. На най-високото ниво са обособени 3 макрорекреационни района, в развитието на които следва да се търси подобряване на териториалния баланс. На по-ниско пространствено равнище са очертани 11 курортно-туристически района, в съответствие с техните рекреационни ресурси и достигната степен на усвояване, като особено голямо внимание се отделя на ниските таксономични нива – микрорайони и курортно-туристическите локализации, защото това са най-често използваните за целите на устройственото планиране териториални единици. В цялата страна са обособени 125 съществуващи и потенциални локализации, дефинирани като “дисперсни селища на отдиха, състоящи се от разнообразни среди със селищен и природен характер”. Основно достоинство на предложената териториална схема на Еврев е нейната обвързаност с административното деление на страната - като особено удобен модул се възприема територията на общините, тъй като те са реални политически субекти и разполагат с действащи механизми за провеждане на организационни и устройствени дейности в сферата на туризма (в т.ч. и на принципа на сдружаването). Границите на очертаните туристически райони не съвпадат с естествените природни граници, а с границите на група общини, покриващи определен ресурс. Същевременно, това райониране е с много засилен природно-ресурсен характер.

В обща публикация (1991) Бъчваров и Еврев, цит. от Дограмаджиева, (2003а) обобщават опита на туристическото райониране в България от 80-те години, като отчитат необходимостта и възможността границите на териториалните туристически единици да се определят по границите на общините, което е приложено на практика в райониранятия с планировъчен характер (ЕТУП), както по отношение на обектно-ориентираните, така и на субектно-ориентираните единици. В пряка връзка с определяне на районните граници по административните граници на общините се лансира идеята за управляемост на територията чрез формиране на „съюзи на общини” за решаване на общи проблеми. Двата отчитат необходимостта териториалната организация на туризма и отдиха (в смисъла на отраслово туристическо райониране) да търси допирните точки с интегралното райониране, респ. туристическите райони да се разглеждат в единство с интег-

ралните природно-социални общности.

В научната литература се откриват различни класификации на **подходите при очертаването на туристическите райони**. Така например, според Groters (2002, по Fridgen, 1992) цит. от Дограмаджиева (2003а) подходите могат да бъдат:

- определяне на райони въз основа на *сходни географски характеристики и климатични условия*;
- очертаване на райони с *административно или политически определени граници за целите на планирането*;
- *обособяване на райони на базата на общо историческо развитие и традиции*.

Въз основа на анализ на редица източници Маринов (1988) класифицира подходите към туристическото райониране като:

- *ресурсен подход* – туристическият район се разглежда като територия с наличие на туристически ресурси (използвани или потенциални);
- *отраслов подход* – туристическият район се смята за отраслов икономгеографски район и основно внимание се отделя на специализацията в туристическото обслужване. Туристическият район е само такава територия, в която туризмът се е превърнал в специализиращ отрасъл, с който тя участва в териториалното разделение на труда.
- *социално-географски подход* – в този случай туризмът се разглежда не като стопански отрасъл, а като дейност на човека, като една от формите на отдиha. Разкриването на подобни социално-географски райони се основава предимно на движението на туристическите потоци или на разпределението на потребностите.

Според Smith (1989), цит. от Дограмаджиева (2003а) основните подходи и обособените в резултат на прилагането им райони са:

- *Априорни* – очертават се от изследователи, проектант или от публичните власти, често произволно и интуитивно, без предварително формулирани критерии и методика. Много често това са съществуващи политически или административни единици, които се маркетират на туристическия пазар с наложено или с ново име.
- *Хомогенни* – обособени на основата на сходства, които са установени обективно, по предварително зададен набор от критерии. Най-често такива райони са туристически усвоени крайбрежия, планини и др.
- *Функционални* – установени на основата на връзките между отделните териториални елементи, общи дейности, наложени форми на взаимодействие и обмен или модели на туристическо поведение.

В теоретичните източници са формулирани редица **принципи на туристическото райониране**, които може да се обобщят както следва (Григ, 1981, с. 197-200; Smith, 1989, с. 168-171; Маринов, 1988, с. 67):

- **Целеви характер.** Системата от райони трябва да съответства на решавания проблем, респективно: цел. Районите трябва да се определят въз ос-

нова на критерии и методи, подходящи за съответната цел. Системата от райони разработвана за една цел рядко може да се използва за друга цел.

- **Множественост.** Ареалите се различават по своята природа (същност). Ареалите, които се различават фундаментално, не могат да бъдат част от една регионална система (напр. ресурсни и отраслови райони, хомогенни и функционални райони).

- **Динамичен характер, непрекъснатост.** Районирането трябва да бъде променено, когато се постигне по-добро разбиране за класифицираните ареали или когато настъпват съществени промени в самото развитие на туризма и териториалната му структура. Същевременно практиката е показала, че от гледна точка на туристическата политика е необходима известна «устойчивост» на границите на районите.

- Класификацията на всяка група от обекти **трябва да се основава на свойствата на самите обекти**, респективно районирането на туристическите места трябва да се основава на техните характеристики (а не на косвени белези, например транспортна достъпност, климат и др.).

- **Изчерпателност.** Туристическото райониране трябва да обхваща всички места, респективно цялата територия. Изрично се коментира, че докато това е общ принцип на районирането, в туризма и по-специално при някои видове райониране спазването на този принцип е невъзможно.

- **Изключителност.** Едно място не може да бъде включено в два различни района.

- При йерархичните схеми на райониране трябва да се използва само един **диференциращ признак** на всяко ниво и всеки диференциращ признак трябва да бъде логично свързан с признаците на по-ниското и по-високото ниво.

- Използваните при районирането признаци **трябва да бъдат значими за целите** на районирането.

- Характеристиките за обособяване на районите на по-високите нива трябва да са **по-важни** от характеристиките, използвани за по-ниските нива.

- **Съобразяване с административно-териториалното деление.** Изрично се подчертава, че абсолютно съответствие не винаги е възможно, тъй като нерядко административните граници разкъсват цялостни или обединяват фактически несвързани туристически образувания.

- **Прагматизъм.** “Първите десет принципа са субект на прагматичните нужди” (Smith, 1989). Необходими са приемливи компромиси между необходимостта от практическо райониране и идеалите на регионализационната логика.

Предвид основната цел на създаването на туристическото микрорайониране – развитие и маркетинг на регионалния туристически продукт, **избраният подход предполага създаването на хомогенни райони** за постигане на онази уникалност и идентичност, която предопределя избора на туристите, като се отчитат както географската среда и особеностите в ис-

торическото развитие, така и териториалния обхват на естествено формирани се пространствени туристически образувания и административни граници на землищата.

Отправна точка за определяне на маркетинговите туристически райони на местно ниво и техният обхват и специализация са наличните схеми на туристическо райониране от миналото, научни публикации по въпроса за туристическото райониране. Основните **изисквания и критерии**, приложени при очертаването на туристическите райони, в изпълнение на настоящата задача, се свеждат до:

– Териториалният обхват на предложените райони да съответства на *реалните измерения на туристическото развитие* (включително на съществуващите организационни структури) и/или на *разкрития туристически потенциал*;

– *Атрактивност* – наличие на значими атракции (експонирани или потенциални), осигуряващи достатъчно богато „меню” на туристическото предлагане, което прави възможно създаването на комплексен туристически продукт (продуктов микс) и може да задържи посетителите поне няколко дни;

– *Инфраструктурна обезпеченост* – районите предлагат или са с потенциал да развият комплекс от туристически услуги и съответната инфраструктура за нуждите на туристите и на туристическия бизнес;

– *Хомогенност* – относително сходство на природните и социално-икономическите условия, ресурсния потенциал и продуктовата структура, въз основа на което очертаните райони да имат регионална идентичност (да бъдат възприемани като цялостни единици от големи пазарни сегменти, от местните власти, от туристическия бизнес и туристическите асоциации и сдружения);

– *Териториална цялостност (компактност)* - не се допуска териториална разпокъсаност на района и/или припокриване с други райони;

– *Толерантност* – стремеж да се запази териториалната цялостност на съществуващите регионални сдружения и други доброволни формирования между общини, когато това не влиза в противоречие с горните критерии.

Според Дограмаджиева (2003а) анализът на схемите на туристическо райониране, разработени в България до края на 80-те години на миналия век, показва следните по-важни особености, които имат отношение към възможностите за използване на разработените схеми за районирането, включително на местно ниво:

- В миналото интересът към туристическото райониране е предимно академичен или породен от нуждите на териториално-устройственото планиране.

- В разработките доминират ресурсният и/или отрасловият подходи. По тази причина очертаните туристически райони включват само ареалите

с най-атрактивни ресурси (главно природни) и / или такива, в които туризмът е специализиращ отрасъл със значителна степен на развитие към момента на проучването.

- Ресурсно-ориентираните районираня очертават относително хомогенни райони въз основа на сходства в природните ресурси, но антропогенните ресурси и културната идентичност са силно подценени; на практика те дори не се използват като критерии при определянето на районите в много от схемите.

- Отрасловият подход очертава функционални райони, базирани на принципа на гравитацията и социално-икономическите връзки, при което конфигурацията на районите се изменя към по-компактни териториални структури, но с по-слабо изразена хомогенност на природните дадености. Тези по-компактни структури обаче, вероятно са по-удобен модул за създаване на работещи партньорства, но са трудно приложими на местно ниво.

- Като цяло методиката на извършените районираня не е добре изяснена – не винаги подходът и критериите са изрично посочени, а дори когато това е направено, конкретните показатели и начина на прилагането им остават “скрити”.

- Почти всички схеми на туристическо райониране не отчитат административно-териториалното деление на страната и се разминават с общинските граници и/или границите на землищата на селищата в дадената община. Изключение в това отношение правят само райониранята на арх. Еврев.

- Наименованията на районите и по-малките съставни единици са типично „географски”, често твърде сложни и трудно приложими от гледна точка на маркетинга.

Анализът на по-новите туристически районираня, извършени от края на 90-те години насам, позволява да се направят следните обобщения:

- Непосредствено след промените интересът към туристическото райониране е ограничен поради липсата на реална, осъзната и трайна политическа нужда. От края на 90-те години обаче възникват спешни нужди за очертаване на различни видове райони или ареали, за които обикновено са търсени „пожарни” ад-хок решения, които не създават устойчиви резултати.

- Много от схемите страдат от методически дефицити, които са съществено ограничение за тяхното използване при разработването на ново туристическо райониране – недостатъчно изяснени цели и предназначение, липса на изрично представени и разяснени критерии, непрозрачна методика за набиране на информацията и прилагане на критериите.

- „Новите” схеми в повечето случаи прилагат комбиниран подход, при който се отчитат наличните ресурси, но и разработените туристически продукти и атракции, както и съществуващите туристически организации. Съществен момент в много от новите районираня е насочването на вни-

манието не само към природните, но и към културните ресурси и атракции, което е свързано с повишената роля на културния туризъм в съвременното развитие.

- Сравнително голяма част от „новите” схеми на туристическото райониране се съобразяват с административното деление (Ziegler, 1997; МИЕТ, 2011, 2013).

- За разлика от „старите”, „новите” туристически районираия в почти всички случаи не очертават районни единици от различен таксономичен ранг. Единственото изключение е районирането на ДАТ (2008) и районирането за бранд „България” (МИЕТ, 2013), където в някои райони се предлага брандирането на отделни подрайони.

Най-важните особености на всички анализирани районираия са изведени схематично в сравнителен план в *Таблица 7*. По този начин ясно се открояват техните предимства и недостатъци - както по отношение на общите научни принципи, така и по отношение на конкретните изисквания, разписани в Закона за туризма и възможностите за използване на съществуващите схеми при изготвянето на туристическо микрорайониране.

Таблица 7. Сравнителен анализ на съществуващите схеми за туристическо райониране в България

Схеми на туристически райониране	Цел	Подход	Адекватна на целта методика	Съответствие с осн. теоретични принципи	Отчитане на общинските граници	Съответствие с целите на тур. райониране в ЗТ
Тур. райониране на Тотева и колектив (ИРТП, 1968)	Планировъчно-проектантска	Ресурсен	X	X	X	X
Концепция за тур. райониране на НРБ на Динев, 1974	Комплексно планиране и управление на туризма	Предимно ресурсен	Частично изяснена	✓	X	X
Схема на Бъчваров 1970	Непосочена	Отраслов	Частично изяснена	✓	X	X
Схема на Бъчваров 1975	Непосочена	Отраслов	Частично изяснена	✓	X	X
Схема на Бъчваров 1982	Непосочена	Отраслов	Частично изяснена	✓	X	X
Схема на Воденска (1978, 1986)	Непосочена	Интегрален икономически и социално-демографски	Частично изяснена	✓	X	X
Схема на Славев (1983, 1986)	Непосочена	Ресурсен и отраслов	Частично изяснена	✓	X	X

Схеми на туристически райониране	Цел	Подход	Адекватна на целта методика	Съответствие с осн. теоретични принципи	Отчитане на общинските граници	Съответствие с целите на тур. райониране в ЗТ
Туристическо райониране според ЕТУП (1978)	Планировъчно-проектантска	Ресурсен (ПТР)	Частично изяснена	✓	✓	X
Туристическо райониране на Еврев (1984, 1988)	Планировъчно-проектантска	Ресурсен (ПТР)	Частично изяснена	✓	✓	X
Субектно и обектноориентирани териториални единици в България на Бъчваров и Еврев (1991)	Теоретично изясняване на двата типа териториални системи	Субектен и ресурсен	Частично изяснена	✓	X	X
Туристическо райониране на Zeigler (1997)	Очертаване на приоритетни ареали за подкрепа на туризма	Комплексен (ресурси и туристически организации)	✓	✓	✓	X
Екотуристически дестинации в Националната стратегия за развитие на екотуризма (2004)	Неясна	Неясен	X	X	X	X
Локуси в Стратегическия план за културния туризъм (2009)	Определяне на приоритетни ареали за развитие на културния туризъм	Комплексен	Частично изяснена	Частично	X	X
Схема на Стойнев (2007)	Неясна	Статистически	X	X	X	X
Туристическо райониране на ДАТ (2007)	Туристически маркетинг и управление	Предимно ресурсен	X	X	X	X
Туристическо райониране на ДАТ (2008)	Неясна	Статистически	X	✓	X	✓
Туристически райони в Стратегията за Бранд България (МИЕТ, 2013)	Брандиране на туристически райони	Маркетингов	Частично изяснена	X	✓	✓

Източник: Национален център за териториално развитие – ЕАД, Концепция за туристическо райониране на България

Проучването на съществуващите схеми за туристическо райониране и сравнителен анализ показват, че нито една от тях до момента не е адаптирана за микро ниво. Съществени слабости се наблюдават почти във всяка от тях, като част от тях дори не могат да бъдат приложени за целите на стратегическото планиране и местните туристически политики на местно ниво.

Според Драганов (2005) липсва правна уредбата свързана с туристическите зони, туристическите места и туристическите точки (vista point). Този порок на закона е най-съществен и води до липса на персонална отговорност към организацията на опазване живота и здравето на туристи намиращи се на територията на туристическата зона. Безотговорността в този смисъл може да доведе до значителна катастрофа на българския туризъм особено в пренаселените и презастроени морски и планински туристически комплекси. От друга страна, решаването на въпроса със статута и управлението на туристическите зони ще реши множество от скандалните проблеми на съвременния български туризъм свързани с туристическите зони Слънчев бряг, Банско и Витоша.

В свое интервю за ТВ „Европа“ (2010), Драганов отново посочва, че в новия Закон за туризма има нужда да бъде разписано управлението на туристическите зони, туристическите места и туристическите точки. Туристическите места той определя като свързани с исторически, културни и природни забележителности, които трябва ясно да бъдат фиксирани и разписани в Закона по туризма, а не в Закона за териториално и селищно устройство. Наред с тях е необходимо да бъдат отбелязани и туристическите точки, които са известни в Европа като Vista point. Това са точки за гледка, за които България е задължена по силата на международни конвенции да опазва ландшафта и гледката.³ В България няма туристически точки, които да са защитени от закона, въпреки че сме подписали международен правен документ – това е Конвенцията за опазване на световното културно и природно наследство, по силата на която ние трябва да опазваме гледката.”, посочва Драганов в интервю за радио „Фокус“ същата година.⁴

Въпреки изразените експертни мнения през годините, в Закона за туризма (2013) тези понятия не са дефинирани. Липсва дефиниция и на понятието „туристически микрорайон”.

8. Резюме и заключения

Първа глава обхваща методическите аспекти за анализ и оценка на устойчиво развитие на туристическа дестинация, теоретичните постановки за ТСОТ, жизнения цикъл на туристическата дестинация, туристическото развитие на местно ниво, концептуалната рамка на устойчивото туристи-

³ Виж повече в: <https://www.tvevropa.com/2010/06/arc29204/>

⁴ Виж повече в: <http://m.focus-news.net/?action=opinion&id=16131>

ческо развитие и теоретичните постановки за туристическото райониране. Териториалните системи на отдиха и туризма (ТСОТ) са представени като възможност за прилагане на системен подход при комплексните туристически изследвания. Разгледани са различни определения за понятието „туристическа дестинация“, нейният жизнен цикъл на развитие и взаимовръзка с влиянията на туризма. Направена е частична ретроспекция на концептуалната рамка на устойчивото туристическо развитие, разгледани са дефиниции и постановки на различни автори от началото на 80-те години на миналия век до наши дни. Постигнат е широк обхват на проблематиката за устойчивото туристическо развитие като съществен аспект от регионалното развитие за постигане на значими резултати за всички заинтересовани страни. Методическите аспекти за анализ и оценка на туристическия потенциал за устойчиво развитие на местно ниво обхващат основните принципи и подходи към анализа и оценката на туристическия потенциал за устойчиво развитие, методика на оценка на туристическите ресурси, критерии и показатели за устойчиво развитие, включително извеждането им на местно ниво. Дефинирани са ключови показатели за устойчиво местно туристическо развитие. Туристическото райониране е проследено от началото на развитието му у нас през 60-те до 80-те години до началото на XXI в. и разработените концепции за национално туристическо райониране на България.

ГЛАВА ВТОРА.

ПРОУЧВАНЕ И АНАЛИЗ НА ВЪЗМОЖНОСТИТЕ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД КАТО ТУРИСТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ

Втора глава обхваща изследване на възможностите за устойчиво развитие на община Ботевград, като формираща се туристическа дестинация. Извършено е проучване на външните и вътрешните фактори на средата, влиянието, което те оказват върху туристическия сектор в общината и цялостната туристическа конюктура. Направен е анализ на туристическия потенциал на община Ботевград, съобразно взаимовръзките между природните и антропогенните туристически ресурси, материално-техническата база, кадрите в туризма и ролята на заинтересованите страни, изследвани като подсистеми на териториалната система за отдиha и туризма. Въз основа на анализа и оценката на ресурсния потенциал на общината и възможностите за устойчивото ѝ туристическо развитие е направен SWOT анализ.

1. Проучване на външните фактори, влияещи върху устойчивото туристическо развитие в община Ботевград

Външната среда очертава макроикономическата рамка и факторите, които влияят за развитие на туризма. В настоящото проучване са разглеждани положителните и отрицателните политически, икономически, социокултурни и екологични влияния на туризма, някои тенденции в развитието на сектора и потребителското поведение, които влияят върху планирането на местно ниво. Мястото и ролята на община Ботевград в макроикономическата рамка на регионално ниво е отразено в проучените и анализирани стратегически и програмни документи.

Регионалният план за развитие на Югозападен район за планиране 2014-2020 г. определя общинския център като един от петте града, които допълват и балансират областните центрове. Ботевград е разположен в периферни селски и планински райони с надобщинско значение в секторите икономика, социална сфера, образование, наука и култура, град с микрорегионално значение на територията на група общини.

В йерархичната система от градове-центрове в България⁵ Ботевград

⁵ Национална концепция за пространствено развитие на Р България, 2012, НЦТР

се категоризира като малък град от четвърто равнище, един от центровете, които предлагат работни места и основни услуги със значение за повече от една община.

Според Областната стратегия за развитие на област София-град за периода 2014-2020 г. община Ботевград попада в зоната на активно влияние на столичния град, в която се осъществяват взаимодействия между градските и селските територии и основните трудови пътувания.

Пак според Стратегията община Ботевград попада в район за слаба целенасочена подкрепа /VI група/, което означава, че се намира в значително по-благоприятно положение на фона на други общини от областта. Това се дължи на факта, че общината отговаря на по-малко от 4 показателя от разгледаните в областната стратегия, а именно:

- показател 2. равнище на средната работна заплата, по-ниска от средната стойност за страната за последните три години;
- показател 5. гъстота на населението под 70 души на един квадратен километър;
- показател 7. над 30 на сто от населените места са без изградена канализационна мрежа.

Община Ботевград частично удовлетворява критериите по показател 1.: нетни приходи от продажби на един жител под 70 на сто от средната стойност за страната за последните три години.

За периода 2009-2013 г. общината е подобрила състоянието си с едно ниво (т.е отговаря на един показател по-малко).

Националната концепция за пространствено развитие за периода 2013-2025 г. определя община Ботевград като община с потенциал за развитие на културен туризъм, като част от територията с концентрация на културни ценности „Западно културно пространство“. В общинския план за развитие е предвидено да се предприемат мерки за възстановяване и съхранение на културно-историческите ресурси и предлагане на конкурентни и търсени от пазара специализирани форми на туризъм, което ще допринесе за увеличаване на приходите от туристическата дейност и повишаване на трудовата заетост на населението.

1.1. Политически фактори

Развитието на туризма в голяма степен зависи от ангажираността на публичния сектор, тъй като този бизнес е твърде интегриран с другите публични услуги: водоснабдяване, електроснабдяване, интернет-достъп и комуникации, благоустрояване на населените места, състояние на транспортната инфраструктура, подстъп и достъп към и до туристически атракции и обекти, чистота, здравеопазване, сигурност. Наличието или липсата на проекти, подкрепящи туристическата инфраструктура върху определена територия, имат съществено значение за достъпността и конкурентоспособността на туризма, затова и политиката на общинските власти и тяхно-

то отношение към проблемите на сектора са сред ключовите фактори за развитието на туристическата дестинация.

В туризма грижата за здравето и нуждата от сигурност е все посезаема. Туристите избягват дестинации, които са считани за опасни. Съвременните тенденции показват, че разходите за гарантиране на сигурността ще се увеличат съществено, а индустрията ще трябва да бъде по-добре подготвена да посрещне по-гъвкаво туристическото търсене в кризисен период. В това отношение Ботевград няма имидж на сигурна дестинация. РУ на МВР - Ботевград не разполага с достатъчно служители и работи неефективно. Новосъздаденият отдел към общинска администрация „Сигурност и обществен ред” има ограничени правомощия и все още не функционира достатъчно добре. Битовите престъпления, кражби, вандалски прояви, проституция, незаконна сеч и др. представляват сериозен проблем за общината. Все по-често Ботевград фигурира в криминалните хроники на националните медии, включително във връзка с убийства и други тежки престъпления, което се отразява негативно върху имиджа на дестинацията.

По отношение на укрепване на административния капацитет кметът на община Ботевград демонстрира политическа воля за развитие на туристическия сектор, използване на научно-изследователски подход и готовност за целеви действия в тази посока. Създаден е Консултативен съвет по въпросите на туризма в нов състав от 29.09.2017 г. Председател на съвета е оправомощено от него длъжностно лице – зам.-кмет на общината. След изготвяне и приемане на Стратегията за устойчиво развитие на туризма в общината в края на 2018 г. председател на Съвета става кметът, което допълнително показва сериозната ангажираност за развитие на сектор Туризмът от страна на общинското ръководство. В състава на Консултативния съвет участват представители на местната администрация от една страна, както и ръководители на културните институти и външни експерти, от друга, но те не са равен брой, както е указано в Закона за туризма. По този начин външните експерти са изолирани и тяхната експертиза не носи допълнителна тежест при вземането на решения.

Към отдел „Икономически дейности и общинска собственост” в края на 2017 г. е създадена нова длъжност – експерт „Туризмът”, в чийто задължения се включват категоризацията на туристическите обекти на територията на общината, поддържане на публични регистри; маркетинг, реклама и промотиране на общината на туристически борси, конгресни прояви и имиджови събития, продуктова и пазарна политика; администриране на каналите за комуникация, работа с национални и регионални медии, медиапланиране и др.

Недостатък остава липсата на лице с достатъчно компетенции и опит в туризма на оперативно управленско ниво.

1.2. Икономически фактори

Благосъстоянието и стандартът на живот на населението оказват значително въздействие върху потреблението на туристически услуги. Пови-

шаването на доходите в България през последните години, както и в съседна Румъния, е благоприятна възможност за разширяване на туристическото предлагане, включително и в община Ботевград. Налице е благоприятна и относително стабилна икономическа среда за развитие на туризма.

Ботевград просперира с годините и е един икономически оазис на Северозападна България, според думите на кмета. По официални данни градът има много ниска безработица – едва 5% и предлага голям избор от работни позиции. Около 2 хил. души ежедневно пътуват до Ботевград със служебен транспорт. Производството на електронни компоненти превръща Ботевград в икономически център на региона. Този отрасъл продължава да се утвърждава през последните години. Основен сегмент в сектора заема френско-белгийското предприятие „Епик“, което започва дейността си в края на 90-те години на миналия век. То е специализирано в производството на различни електронни компоненти, основно за автомобилната индустрия. В следващите години това предприятие инвестира десетки милиони евро в изграждане на нови производствени мощности и сгради.

Другите по-крупни компании са „Сенсата технолоджис“ и „Ай Ем Ай България“. „Сенсата технолоджис“ държи 40% от световния пазар за термодатчици, които се внедряват в най-различни световни марки автомобили.

След периода на масово кредитиране на всякакви по обем туристически инвестиции до 2008 г. последва тотална стагнация по отношение на подкрепата за създаване на хотелска и ресторантска база. Днес все още доверието на кредитните институции към малките предприятия в сферата е слабо, което ограничава средствата за реализиране на бизнес проекти в туризма. Банките са със завишени условия и качествени изисквания за финансиране на предприятията и проектите, което допълнително затруднява получаването на кредити.

1.3. Социално-културни фактори

Социалните и културни изменения, наред с демографската криза, които динамично променят средата в България, обуславят и нова мотивация за пътуващите. Днес туристите планират своите пътешествия, като целта им е да опознаят колкото се може повече места за кратко време с възможно най-кратък престой, с акцент върху преживяването. Този стил на туристическо потребление обуславя кратки, индивидуализирани и динамични пътувания. Потребителите лесно променят предпочитанията и изискванията си, търсят все по-профилирани продукти и подробна и достоверна информация за тях чрез самостоятелни проучвания в Интернет. Преди окончателното решение за покупка сравняват характеристиките и цените от няколко туристически офери и все повече търсят възможности за социални и културни взаимодействия с представители на общността-домакин, с което нараства ролята на събитийния туризъм, особено за дестинация като Ботевград.

Съществува тенденция броят на хората в третата възраст прогресивно

да се увеличава. Много от тях ще се пенсионират по-рано, ще имат високи доходи и повече свободно време, което да посветят на туризъм. Тази тенденция може леко да бъде забавена заради увеличаването на възрастта за пенсиониране. В този смисъл броят на опитните туристи ще нарасне с много по-бързи темпове от туристическото развитие, което ще доведе до повишаване на изискванията към качеството, комфорта и сигурността на средствата за настаняване и транспорт, ще нарасне изискването за разнообразни и качествени допълнителни туристически услуги, отговарящи на съвременното предлагане. По-търсени ще бъдат индивидуалните програми, които се провеждат извън натоварения сезон и включват релаксиращи възможности за забавление.

1.4. Екологични фактори

Всестранната човешката дейност и намесата в развитието на екосистемите интегрира компонентите на природната и социалната среда в единна околна среда. В контекста на туристическото развитие това означава, че природните дадености много често се обвързват с антропогенната среда в единен продукт.

Търсенето на активни ваканции в райони с чиста природна среда е свързано с грижа за здравето и ще формира нуждата от маршрутно-познавателни пътувания в райони със съхранена природа, екотуристически дестинации, свързани с наблюдение на растителни и животински видове в естествената им среда, възможности за отдих и рекреация в крайградските зони, изграждане на подходящи съоръжения за активни спортове и приключения. Ботевград, като дестинация със съхранена природна среда и традиции в спорта, подходяща надморска височина и параметри на климата, както и изградена материална спортна база, има предпоставки да предоставя условия за краткотраен отдих и туризъм, свързан с планински туризъм и спортни активности.

Влияние върху туризма ще окажат и климатичните промени, и постоянният натиск върху околната среда, оказван от другите икономически сектори. Проблемите с водоснабдяването, наличието на твърди битови отпадъци извън местата за депониране, влошеното качество на атмосферния въздух през зимните месеци оказват силно влияние върху компонентите на околната среда и водят до сериозни екологични проблеми, които или застрашават самия туристически обект/продукт, или достигат по-големи мащаби и засягат имиджа на целия район. Негативно влияние оказват някои замърсяващи производства на територията на общината. Един от най-тежките проблеми е периодичното обгазяване на града.

При подбора на дестинация от страна на туристите се включват и други съществени фактори като качество на питейната вода и замърсяване на околната среда. Остарялата и амортизирана ВиК инфраструктура водят до чести аварии и влошаване качеството на водата. Изградените, но неработещи към

момента пречиствателни станции, също влошават жизнения стандарт на местната общност. Всичко това оказва неблагоприятно въздействие върху туристическото предлагане и качеството на туристическия продукт.

Въпреки наличието на отчетените проблеми, природата в община Ботевград е съхранена в добра степен и предполага възможности за туристически посещения, в съчетание с обекти на културно-историческото наследство и организиране на събитийни прояви.

1.5. Технологични фактори

През последните години образователното равнище на пътуващите се повиши, а това се отразява пряко върху създаването на туристическия продукт. Изкуствата, историята и културата стават водещ мотив за пътуване и присъстват все по-трайно в туристическите продукти. Те отговарят попълно на духовните търсения на съвременния човек и задоволяват нуждата и желанието му да учи. Този факт води до повишено търсене на специализирани продукти и включване на културно-познавателни елементи в туристическите пътувания.

Бурното развитие на информационно-комуникационните технологии води до формиране на нов тип потребители – т.нар. „онлайн туристи” – нетърпеливи, любознателни, комуникативни, с ярко изразена индивидуалност, активни потребители на информацията в интернет. Това е много добър шанс за развитие на туризма в общината при тази непосредствена близост до най-голямото съсредоточие на туристически потребители - столицата на България.

Навлизането на Интернет и използването му за достъп до информация и представяне на туристически продукти ще продължи да се увеличава. Туристите все повече ще организират сами своите почивки и ще резервират директно настаняването си и други услуги. Ролята на туристическите агенции ще намалее, доколкото цели туристически пакети ще могат да бъдат закупувани от клиентите директно. Пазаруването по Интернет ще стимулира по-късните резервации. Увеличените възможности за поднасяне на информация за различните дестинации ще помогне на туристите да сравняват и ще доведе до по-голяма конкуренция в бранша. Достъпът до задълбочена информация за продуктите или дестинациите ще добие по-голямо значение отколкото дизайнът на интернет страницата. Маркетингът на дестинацията ще увеличи важноста си и ще стимулира посещенията на Интернет страниците и развитието на е-маркетинга.

Технологичните фактори оказват значително въздействие върху развитието на туристическата индустрия и особено на системата за дистрибуция на туристическите продукти и услуги, която допреди няколко години се базираше на мрежата от туристически агенции в по-големите градове. Сега особено силно влияние оказват технологичните иновации, като проучването и резервирането на туристически услуги чрез интернет и мобил-

ни устройства може да се извърши от всяко селище на страната. Така новите информационно-комуникационни технологии позволяват на малкия бизнес в бранша и слабо развитите туристически райони да се промотират и излязат на пазарите със сравнително малки разходи, наравно с утвърдени туристически дестинации.⁶

2. Проучване на вътрешните фактори, влияещи на устойчивото туристическо развитие в община Ботевград

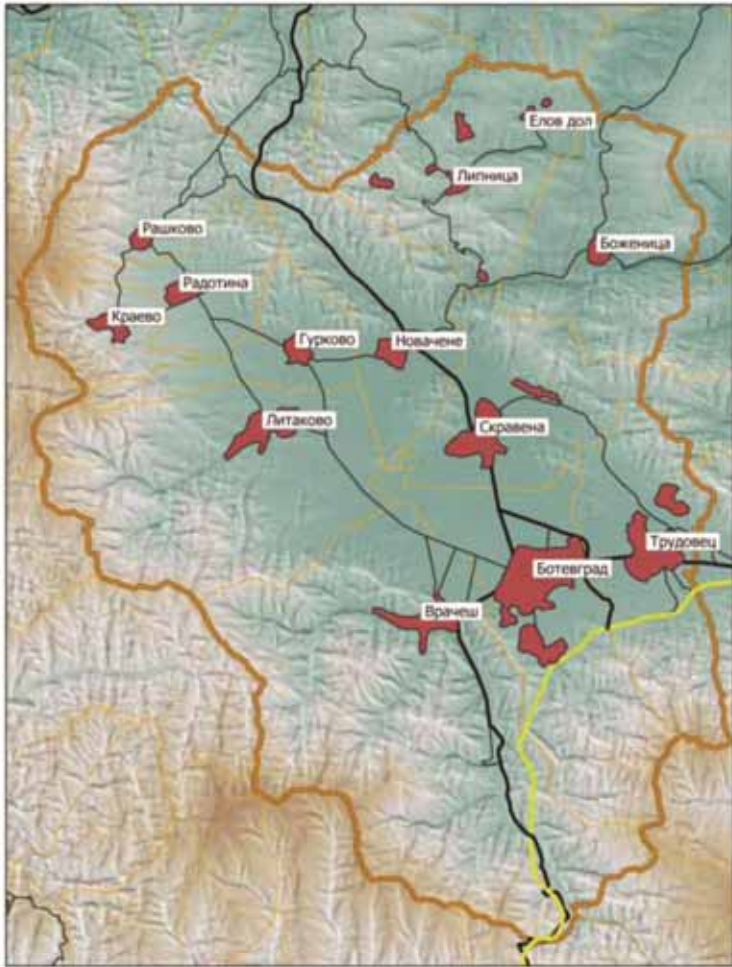
Вътрешната среда на дестинацията е съвкупност от нейните ресурси, степен на развитие на икономическите сектори, инфраструктурна обезпеченост, демографски фактори, състояние на образованието, здравеопазването, социалната сфера и интегрираните системи и механизми за местно управление. Затова, до голяма степен, управлението на дестинацията на местно ниво е насочено към поддържане на подходящо съотношение на отделните икономически сектори и интегрираните системи и механизми за местно управление, от една страна, но и към осигуряване на условия, при които ресурсите, системите и механизмите да си взаимодействат. Поради тези причини при проучването на вътрешните фактори на средата са използвани системният и интегрираният подход.

2.1. Местоположение и транспортна достъпност

Община Ботевград се намира в Югозападен район за планиране и е четвъртата по големина община в област София. Географски е разположена в Северна България, в котловина с елипсовидна форма, в направление северозапад-югоизток между Стара планина и Предбалкана. Общината заема площ от 519 км² или 7.3% от площта на областта, със средна надморска височина от 348 м. В административно отношение тя граничи с общините Правец, Етрополе, Горна Малина, Елин Пелин, Своге, Мездра и Роман, първите две от които са утвърдени дестинации на картата на българския туризъм.

През територията на община Ботевград преминава път Е-79 Видин – Мездра – Ботевград – Благоевград – Кулата, който съвпада с трасето на паневропейския транспортен коридор №4, осигурявайки връзка с Румъния на север и Гърция на юг, както и път Е-83 Гара Бяла – Плевен – Ябланица – Ботевград, който осигурява връзка с област Ловеч. Основна транспортна ос е и път Е-772 Ботевград – Велико Търново – Варна. (Виж **Фиг. 4**)

⁶ Виж повече в: Ситуационен анализ на туристическата среда в Община Ботевград 2017, извършен в рамките на Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград/
<http://botevgrad.bg/data/pages/files/1514549866.pdf?%D0%B0=46>



ЛЕГЕНДА

Пътна мрежа

— Магистрала

— Първокласен път

— Второкласен път

■ Населени места

□ Граница на землище

□ Общинска граница

0 2.5 5 km

Фигура 4. Местоположение и транспортна достъпност на община Ботевград

Източник: Разработена картографска схема за транспортните връзки в община Ботевград по задание на автора, 2018 г.

Според Националната концепция за пространствено развитие общинският център град Ботевград има ключово разположение при развитието на главните меридиални оси по направление север-юг и играе важна роля за развитието на западната ос (Видин – Враца – София – Благоевград - Кулата).

2.2. Икономическа характеристика

Ботевград се характеризира като добре развита индустриална община с ниска безработица, което влияе отрицателно върху развитието на туризма и насърчаване на предприемачеството в туристическия сектор сред местното население, което не изпитва необходимост от допълнителни алтернативи за заетост. Основните отрасли в икономиката, които са характерни за общината са: електроника, химическа промишленост, металообработване, шивашка промишленост, хранително-вкусова промишленост, дървопреработване и производството на мебели. Търсените професии на пазара на труда в Ботевград са съобразно фирмите, които развиват дейност на територията. Това са професии в областта на електрониката и производство на електронни компоненти за автомобилната промишленост („Интегрейтид Микроелектроникс България” ЕООД, „Сенсата технолоджис” ЕООД), работници за компанията, специализирана в производството на автомобилни седалки, компоненти и системи за автомобилния интериор („Граммер” АД), услугите, търговия, горско стопанство, строителство, сервизна дейност. В града функционира най-големият завод за електроника, в който се произвежда електроника за всички марки западни автомобили, където работят около 3000 работници и специалисти. Разпределението на заетите в отделните икономически сектори е представено в *Таблица 8*.

Таблица 8. Заетост в отделните икономически сектори в община Ботевград

Класове икономически дейности	Общо	Мъже	Жени
Общо за град Ботевград	9195	4542	4653
Селско, горско и рибно стопанство	174	129	45
Добивна промишленост	13	10	3
Преработваща промишленост	2990	1296	1694
Производство и разпределение на електрическа и топлинна енергия и на газообразни горива	170	129	41
Доставяне на води; канализационни услуги, управление на отпадъци и възстановяване	118	66	52
Строителство	678	599	79
Търговия; ремонт на автомобили и мотоциклети	1674	767	907
Транспорт, складиране и пощи	340	253	87
Хотелиерство и ресторантьорство	350	133	217
Създаване и разпространение на информация и творчески продукти; далекосъобщения	155	79	76
Финансови и застрахователни дейности	142	43	99
Операции с недвижими имоти	29	19	10
Професионални дейности и научни изследвания	263	98	165
Административни и спомагателни дейности	381	285	96
Държавно управление	490	257	233

Класове икономически дейности	Общо	Мъже	Жени
Образование	476	104	372
Хуманно здравеопазване и социална работа	368	65	303
Култура, спорт и развлечения	123	77	46
Други дейности	210	104	106
Дейности на домакинства като работодатели; недиференцирани дейности на домакинства по производство на стоки и услуги за собствено потребление	13	-	-
Дейности на екстериториални организации и служби	-	-	-
Непосочена	32	21	11

Източник: ОПП на община Ботевград, с. 23, по данни на НСИ, 2014

2.3. Демографска характеристика

През последните десетилетия развитието на демографската структура в община Ботевград е повлияно от икономическата и социална ситуация в страната, от общите тенденции за намаляване и застаряване на населението, ниската раждаемост, намаляване броя на сключените бракове, отрицателния естествен прираст и засилените миграционни процеси. За периода 2007-2013 г. населението на общината постепенно намалява. По данни на НСИ към 2011 г. населението на Община Ботевград наброява 33175 жители. (Виж Таблица 9)

Таблица 9. Промяна на броя на населението на община Ботевград при последните преброявания

Територия	2007	2011
Община Ботевград	33845	33175
гр. Ботевград	20504	20345
с. Боженица	207	144
с. Врачеш	3583	3515
с. Гурково	231	282
с. Еловдол	69	44
с. Краево	112	133
с. Липница	216	141
с. Литаково	1853	1928
с. Новачене	1394	1276
с. Радотина	305	171
с. Рашково	204	147
с. Скравена	1797	1814
с. Трудовец	3370	3235

Източник: ИПГВР на община Ботевград, с. 154, по данни на НСИ, 2011

През последните години се наблюдава тенденция към постепенно намаляване на населението. От 2007 г. досега броят му в община Ботевград намалява със 159 души, което е значително по-малък спад в сравнение със средните темпове на спад за страната. По отношение на възрастовата структура 14.4% от населението на града попада в групата 0-14 години, приблизително 72.3% са в групата 15-64 години, а 13.3% е на възраст над 65 години. По отношение на механичния му прираст също се наблюдават отрицателни тенденции. Значителна част от младото население напуска града с цел по-добро образование и възможности за заетост, като се насочва към столичния град и по-големите градове.⁷

През последните години в община Ботевград се наблюдава намаляване на населението, като естественият прираст остава отрицателен. За периода 2015-2018 г. броят на населението се понижава, броят на жителите в малките населени места на територията на общината намалява.⁸

Официалните статистически данни за етническата структура на населението показват, че от 18619 души, отговорили на доброволния въпрос за етническа принадлежност в град Ботевград, 91.4 % се определят като българи, а 7.9% като роми. Едва 20 души принадлежат към турската етническа група, а 33 – към друга. Броят на тези, които не се самоопределят е 83 души. На национално ниво са по-ниски стойностите на тези, които се самоопределят като българи - 85. Стойностите на ромската етническа група са с 3% по-високи от тези на национално ниво, 1.4% по-ниски от тези на общинско ниво и 0.5% по-високи от тези на областно ниво. По неофициални данни през последните десетилетия ромското население се е увеличило неколкостранно. За броя и тенденциите липсват официални статистически данни. Като цяло, демографският фактор влияе положително върху устойчивото развитие на туризма в общината.

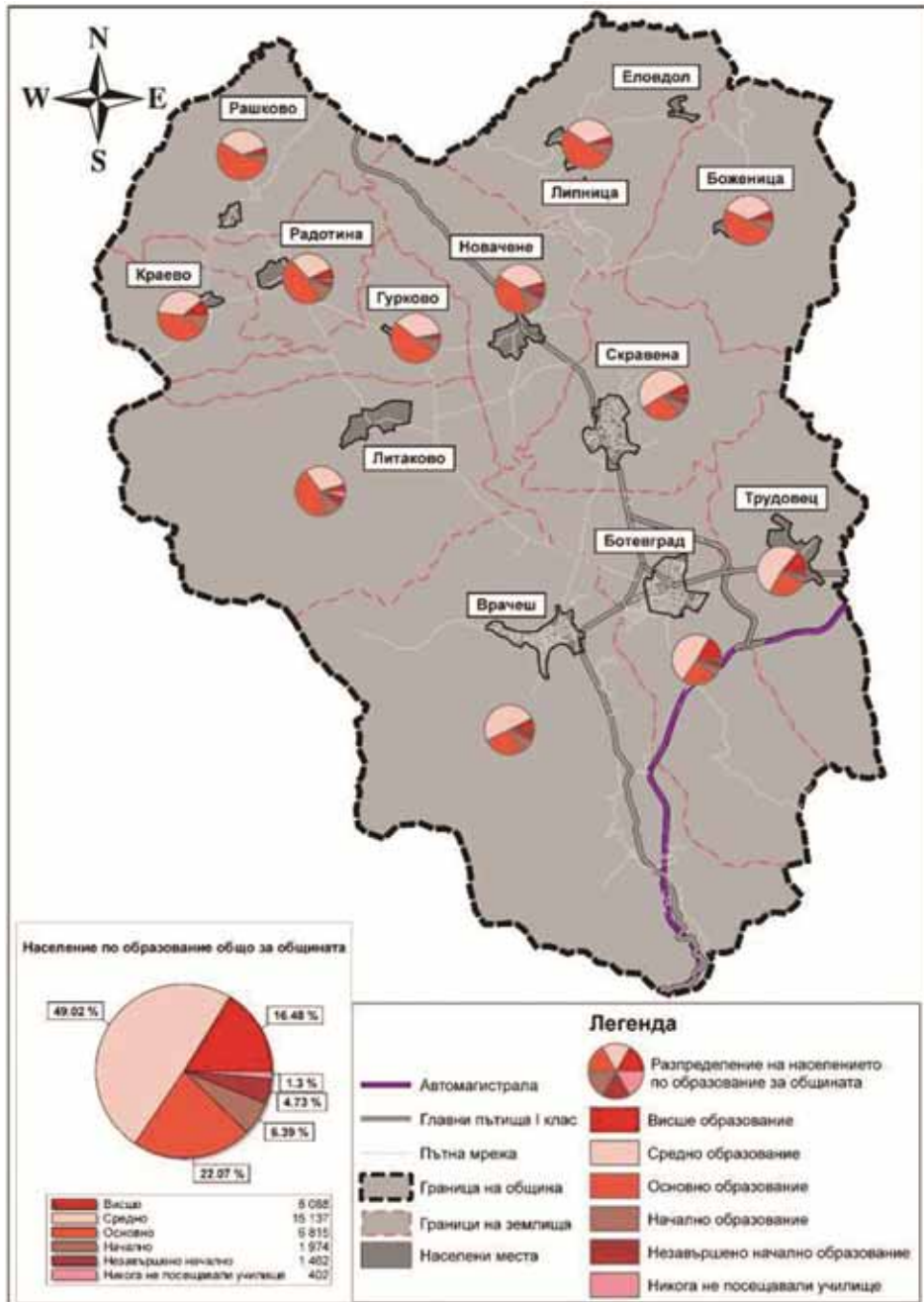
По данни на ГРАО, които се разминават сериозно с тези от НСИ, към 31.12.2018 г. общият брой на населението в община Ботевград е 34 846 жители.

2.4. Образование

Преди 2007 г. общината се характеризира с най-висок дял на населението с висше и полувисше образование /11.4%/ и е една от двете общини с най-нисък дял на ниско образовано население за цялата София-област. По данни на НСИ, към 2011 г., населението на община Ботевград с висше образование е 16.47%, със средно – 49.02%, с основно – 22.07%, с начално – 6.39%, с незавършено начално – 4.73%, а никога не са посещавали училище – 1.065%. (Виж *Фиг. 5*)

⁷ Виж повече в Интегриран план за градско развитие и възстановяване на град Ботевград за периода 2014-2020г.

⁸ Годишен доклад за наблюдение на изпълнението на общински план за развитие на Община Ботевград 2014-2020 г. за 2018 г., с. 3



Фигура 5. Образователна структура на община Ботевград
 Източник: ИПГРВ на община Ботевград, 2014 г., с 218

В повечето селища в общината има учебни заведения, което, наред с развитата икономика, влияе благоприятно върху демографските процеси. На територията на гр. Ботевград има три неспециализирани основни училища, три профилирани гимназии с природо-математическа и техническа насоченост, един колеж по енергетика и електроника и едно икономическо висше учебно заведение. Основни училища има и в селата Врачеш, Трудовец, Литаково, Скравена и Новачене. Трите гимназии в Ботевград и Колежът по енергетика и електроника към Техническия университет – София са с насоченост към природо-математическите науки, електроника, механика и техника, в съответствие с индустриализирания порфил на общината. Липсват професионална гимназия или профилирани паралелки, които да обучават кадри със средно специално образование в туризма, каквито има в съседната община Правец. Единственото учебно заведение, което предлага специалност „Туризъм” е МВБУ – бакалавърски, магистърски и докторски програми. Търсенето на управленски кадри в областта на туризма в общината обаче е слабо и предлагането не отговаря на пазарните условия. Различни форми на следдипломни квалификации, специализации и продължаваща форма на обучение, както и обучението на кадри, които да бъдат ангажирани в туристическия сектор, биха били подходящи за условията на община Ботевград. Повишаване качеството на образование е необходимо условие за развитието на територията като конкурентоспособна и икономически стабилна, включително в областта на туризма.

2.5. Здравеопазване

МБАЛ-Ботевград ЕООД е единственото акредитирано лечебно заведение на територията на община Ботевград Освен нея, за здравето на населението се грижат амбулатории за индивидуална и групова практика и медико-техническа и медико-диагностична лаборатория. Селата, в които има изградена здравна служба, са: Трудовец, Врачеш, Новачене, Скравена, Литаково, Рашково, а тези, в които има обособени стаи за медицински прегледи в кметствата са: Боженица, Радотина, Гурково, Елов дол, Краево, Липница.

Най-голямо значение за Ботевград и региона има МБАЛ-Ботевград ЕООД - лечебно заведение, което се развива и утвърждава като регионална, диагностична и лечебна структура и извършва болнично лечение по основни и профилни специалности, за които има разрешение - вътрешни болести, кардиология, нефрология, гастроентерология, ендокринология и болести на обмяната, клинична алергология, пневмология, детски болести, акушерство и гинекология, хирургия, ортопедия и травматология, урология, анестезиология и интензивно лечение, неврология, офталмология, физикална и рехабилитационна медицина, образна диагностика, клинична лаборатория, микробиологична лаборатория, обща и клинична патология. Окаянато състояние на някои отделения в болницата я прави ненадеждна при обслужване, в случаи на спешност, на нуждаещи се туристи.

2.6. Социална структура на община Ботевград

В община Ботевград функционират 16 културни институции, 4 от които са разположени в общинския център: исторически музей, библиотека, читалище и кино. В останалите населени места културната дейност е организирана в читалищата. (Виж *Приложение 1*)

Самодейните театрални състави, групите за автентичен фолклор и стари градски песни, съществуващи към всяко от читалищата в общината, не само дават възможност за участие на населението в културния живот, но имат значение за съхраняване на местните фолклорни традиции. С тяхно съдействие са се запазили обредите, с които се отбелязват различните религиозни празници, като Бъдни вечер, Рождество Христово, Трифон Зарезан Лазаровден и Великден. Ежегодно съставите им вземат участие в различни фестивали, надпявания, концерти и събори, организирани на местно, регионално и национално ниво. Активната читалищна дейност и сравнително добрата им материална база в Ботевград и по-големите села в общината, са предпоставка да обогатяване съдържанието на публичните прояви в отделните населени места. Литаковската духовна музика, Ракитиновите празници, смодейните театрални формации и др. могат да допринесат за допълнителна самобитна атрактивност, свързана с Ботевградския край.

От местната власт е предвидено пълноценно оползотворяване на наличните ресурси в сферата на културата, развитие на традиционните празнични концертни изяви и организиране на нови иновативни културни събития, приобщаване на нови градски терени в сценичното арт-пространство в Ботевград: площи, междублокови пространства и паркове, градинки, реставриране и поддържане паметниците на културата чрез съвременни иновативни практики.⁹

През 2017 г. стартират някои иновативни събития и опит за осъвременяване на традиционните празници. Към събитийния календар на общината се добавят: Приключенски многобой Ботевград, Ден на Жабешкото бласто, детски карнавал на биоразнообразието, Botevgrad Downhill, офроуд и мотокрос състезание и др. Въпреки реализираните проекти до момента и проектите, които са в процес на реализация, насочени към популяризиране на културните традиции и изграждане образ на дестинацията, предприетите мерки са недостатъчни. Необходими са допълнителни целенасочени мерки за опазване, консервация, социализация, промотиране и реклама на културните ценности, както и ремонт и оборудване на читалищата във всички населени места в общината.¹⁰ Специфични местни обичаи, като топене на пръстени и комичкване, които биха предизвикали интерес сред ту-

⁹ Виж повече в: Програмата за управление на община Ботевград за 2011-2015 г.

¹⁰ Виж повече в: Общински план за развитие 2015-2020 г.

ристите, изобщо не се популяризират. Изпълнението на програмните и стратегически документи е неефективно, включително прилагането на препоръките от утвърдената от кмета Комуникационна стратегия и реализирането на дейностите, заложи в Програмата за развитие на туризма 2016-2020 г.

2.7. Комунално-битови нужди

Към 2013 г. всички населени места в общината са електрифицирани и не се налагат действия за усъвършенстване на системата. Към 2013 г. в общинския център са газифицирани всички детски градини, основни училища, болницата и сградите в централната градска част, а през последните години се извършва успешно газифициране на част от населените места в общината. За периода 2007-2013 г. са предприети мерки за изграждане и рехабилитация на водоснабдителната и канализационната система в общината, но те се оказат неефективни и недостатъчни. Въпреки предприетите до момента действия, в повечето населени места все още съществуват проблеми. Честите аварии на водоснабдителната система в общината, както и недостигът на водни ресурси в някои от селата се явяват ограничителен фактор за развитието на туризма. Питейната вода е с влошено качество на територията на цялата община.

3. Проучване и анализ на туристическия потенциал на община Ботевград

Задълбоченият анализ и оценка на ресурсната осигуреност на община Ботевград ще допринесе за правилното дефиниране на основните приоритети и стратегически цели и формиране на практически ориентирани и реалистични местни туристически политики. Ресурсната осигуреност на общината в областта на туризма включва предимно туристическите ресурси (природни и антропогенни), както и условията за развитие на туризма – състояние на наличната материално-техническа база (МТБ), достъпността и атрактивността на туристическите обекти и маршрути. Всички те са разглеждани в контекста на ТСОТ, като нейни подсистеми. Местните условия и ресурси определят рамката на възможностите и ограниченията, свързани с развитието на туризма в краткосрочен, средносрочен и дългосрочен план.

Община Ботевград е с благоприятно географско разположение: близост до столицата; бърз достъп, благодарение на магистрала „Хемус“ и транспортния коридор към Румъния; в близост е град Враца и изградена, сравнително добра, пътна мрежа и транспортна инфраструктура в пределите на общината. Природните ресурси, с които разполага - пещери, скални образувания и ниши, водопади, съществуващи пътеки и туристически маршрути, съхранена природа и атрактивни ландшафти в района на селата Липница и Боженица, притежават потенциал за развитие на различни фор-

ми на алтернативен туризъм. На територията на община Ботевград са открити останки от старобългарски и римски крепости, древни римски пътища, църкви, манастир, скални надписи, кладенци, паметници от античността и средновековието, редица паметници с местно значение.

3.1. Туристически ресурси

Туристическите ресурси се отъждествяват най-общо с условията и факторите, обуславящи туристическото развитие и въздействащи върху туристическия процес. Те се явяват съществена част от рекреационните фактори на туризма. Наречени са още локализационни фактори (Бъчваров, Тончев, 1996), защото определят мястото, към което се насочва туристическото търсене. Според някои автори (МакКонел, Апостолов, 2003) туристическите ресурси не могат да съществуват като такива без наличието на 1) турист, който да ги използва; 2) място, където са разположени и могат да бъдат ползвани, 3) характерен техен белег, който ги прави изключителни.

Важно качество на туристическите ресурси в контекста на устойчивото развитие е, че след като се използват от туристите, техните качества се запазват, не се губят или унищожават. Основните им характеристики са свързани именно с това, че туристическите ресурси са териториално фиксирани (пространствен консерватизъм). Те се делят на две големи групи: природни и антропогенни. Основното им свойство, привличащо туристически интерес е тяхната атрактивност (привлекателност). Те имат определен капацитет, динамичност (промяна под въздействието на външни фактори), многократност на използването, което определя необходимост от опазване, сравнително ниска капиталоемкост на усвояване и извършване на комплексна оценка, с цел устойчивото им управление, ползване и усвояване.

Усвояването на туристическите ресурси следва да отговаря на условията за ползване на ресурсите изобщо: техническа осъществимост, икономическа необходимост, социална потребност и достатъчна проученост. (Воденска, Асенова, 2011)

3.1.1. Природни туристически ресурси

Географското положение на община Ботевград предполага успешно развитие на разнообразни форми на туризъм. Отличните транспортни комуникации - летище, гранични пунктове и магистрали са изключително благоприятни фактори, които стимулират привличането на постоянен туристопоток на територията на общината. Близостта на община Ботевград до столицата, както и до няколко утвърдени вече туристически дестинации в съседство, е изключително благоприятен фактор, който би могъл да тласне цялостното туристическо развитие на района.

Община Ботевград се намира в Ботевградска котловина, естествено понижение в Западния Предбалкан, разположена между планините Било и Мургаш на юг, Голема планина на югозапад и Ржана планина на североза-

пад, които са част от Западна Стара Планина. На север и северозапад котловината опира до склоновете на планинските ридове Гола глава и Лакавица, части от Предбалкана. При село Разлив чрез niskия праг Лопатна котловината се разделя на две части – на запад същинската Ботевградска котловина, а на изток малката Правешка котловина. По южната периферия на котловината преминава условната граница между Предбалкана на север и Стара планина на юг, като дължината ѝ от северозапад на югоизток е около 30 км, а максималната ѝ ширина е 12 км.

Релефът ѝ като природен туристически ресурс е предпоставка за развитието на различни форми на алтернативен туризъм: приключенски и екстремен, планински пешеходен туризъм, екстремни форми на туризъм, къмпингуване и други, което може да бъде стимулирано чрез изграждане на дребно-машабна туристическа инфраструктура, GPS заснемане на маршрути, водещи до тях, публикуване на информация в уеб платформата за туризъм на община Ботевград – www.visitbotevgrad.com. Най-подходящи за развитието им са селата Боженица и Липница.

Климатът е континентален, а в някои части на общината – планински. Средната годишна температура е около 12.6°C, а количеството валежи – около 750-1000 мм. На територията на общината се наблюдават чести температурни инверсии в долините, долинните разширения и Ботевградската котловина, при които минималните температури достигат до -18.5° C, а максималните до 37°C. Температурните инверсии и високата влажност на въздуха са основни фактори за повишаване концентрацията на замърсители във въздуха и задържането им в приземния атмосферен слой на котловината.

Годишният ход на валежите има подчертано континентален характер. Годишният максимум на денонощните валежни количества е 128.5 мм, като максималните валежи са в летния сезон, а минималните - в зимните месеци. Средното атмосферно налягане е 972.8 хектопаскала.

Специфичните биоклиматични условия в Ботевград са подходящи за развитието на устойчив туризъм, благоприятстват и развитието на спорта и спортния туризъм. Необходимо е да се отчете, че температурните инверсии в Ботевградската котловина оказват негативно влияние и обуславят района като не особено благоприятен за туристически посещения през летните и зимните месеци. Друг отрицателен климатичен фактор са честите мъгли, характерни за района на Ботевград.

Ботевградската котловина **се отводнява** от р. Бебреш и нейните притоци, в продължение на 46 км. Реката извира на 1 км северозападно от връх Звездец в Етрополска планина, на 1 430 м н.в. Главната водна артерия събира повърхностите води от реките Церовица, Калница, Писана, Богovina, Стара река и Рударка, а в котловината ѝ се влива р. Малки Искър.

Гъстотата на речната мрежа е 1-1,5 км/м². Оттокът на р. Бебреш е регулиран чрез язовир „Бебреш“ в землището на с. Врачеш. В района не са разположени естествени езера. По-пълноводни реки са р. Чешковица с

около 10 притока; р. Осеница с притоци Кукева, Оселска и Козя; р. Бистрица с приток р. Рогачевица; р. Ечемишка и р. Стубленска. Повърхностните и подземните води са с дъждовно-снежно подхранване и зависят от климатичната обстановка.

В община Ботевград е разположен язовир „Бебреш”, който се намира в землището на с. Врачеш. Той се ползва основно за водоснабдяване на населението, но е обект и за риболов. В него се развъжда костур, уклея, шаран и клен.

В района има и микроязовир - „Мали лаг”. Преди се е използвал за спортен риболов, бил е и зона за крайградски отдых, край него е функционирал и къмпинг, но сега тези възможности за привличане на туристи са изчезнали.

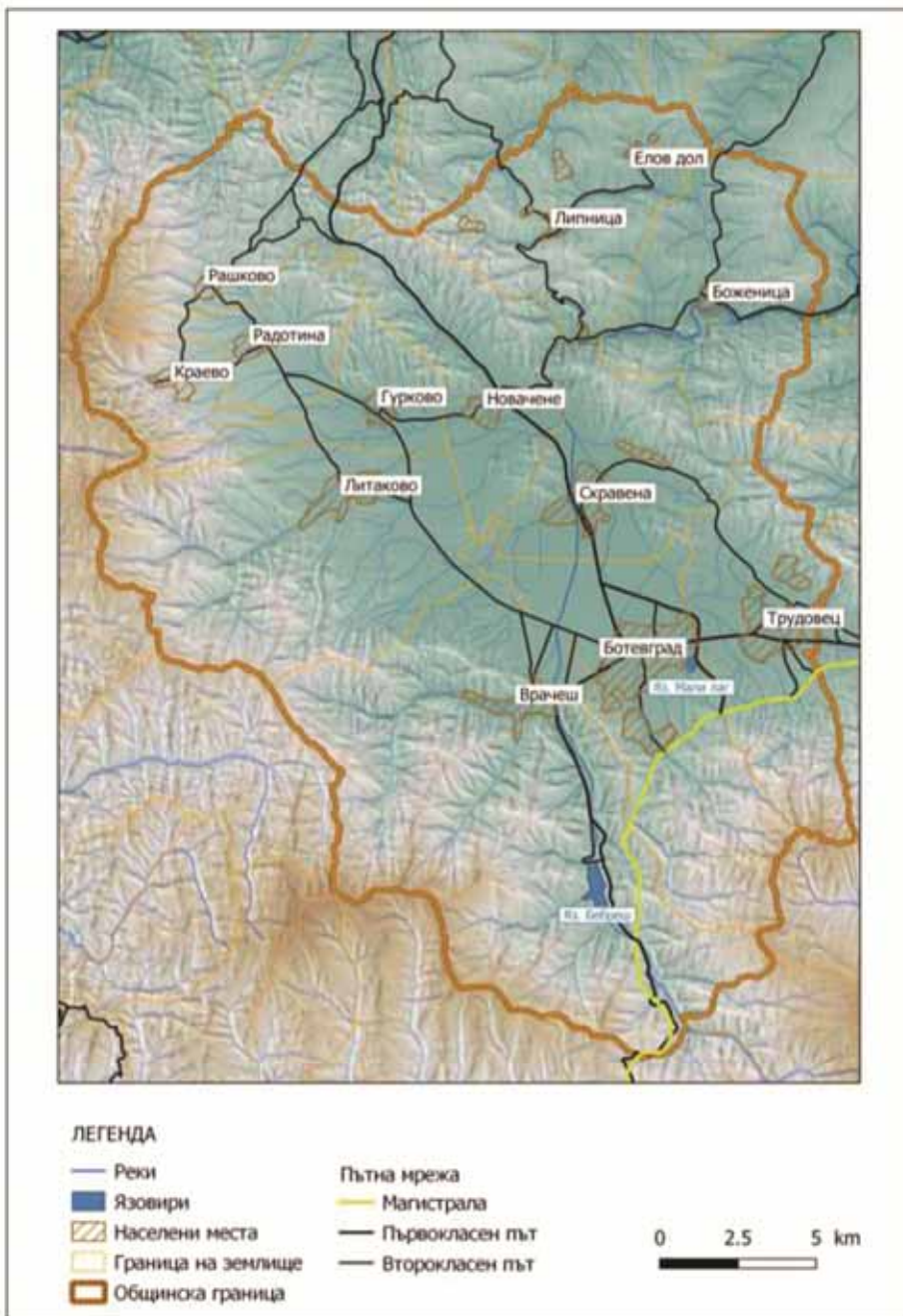
При с. Липница, махала Ръждавец има лековит извор със съдържание на желязо и сяра. Водата оказва благоприятно въздействие при анемии, кожни проблеми, язви и за хора, които за губили кръв при операции и други медицински интервенции.

Речните ресурси са ограничени за практикуване на водни спортове на територията на общината, но в съчетание с площта на язовир „Бебреш”, обуславят потенциал за развитие на риболовен туризъм. Най-подходящи за риболов са яз. „Бебреш” и р. Бебреш и в двете посоки на течението при с. Боженица. Те са визуализирани от автора на Фиг. 6.

В община Ботевград се наброяват над 600 вида **растения**. Десетки са билките и гъбите. Защитените растителни видове на територията са жълта тинтява и петниста тинтява. Под режим на опазване и регулирано ползване са зайча сянка и лечебна иглика. Редките незащитени растения са: балканска пищялка, обикновен пелин, черен пелин, ранилист, зърнастец, червен кантарион, змийско мляко, огниче, синя жлъчка, мразовец, момина сълза, смрадлика, кукувичка прежда, вълнест зърнастец, полски хвощ, еньовче, обикновен риган, исландски лишей и др.

В ниските райони (400-500 м н.в.) преобладават келяв габър, космат дъб и разнообразна храстова растителност. До 1000 м н. в. преобладава смесена широколистна растителност от благун, цер, зимен и летен дъб, примесени с габър, бряст, клен, шестил. Склоновете над котловината са залесявани с иглолистни насаждения, най-вече от черен бор. През последните 8-10 години се наблюдава поголовно нерегламентирано и засилено изсичане на дървета от горския фонд.

От **безгръбначните животни** интерес за наблюдение представляват някои видове пеперуди, както и защитените от закона бръмбари, включени в Червената книга на България, които могат да се видят както в града, така и в околностите. Бръмбарите са от вида: еленов рогач, алпийска розалия, голям сечко и буков сечко, а от пеперудите са рядко срещаните дневни и нощни пеперуди: траурна мантия, голяма ирисова пеперуда, голям полумесец, червен аполон, мъртвешка глава, голямо нощно пауново око, върбова вечерница и олеандрова вечерница.



*Фигура 6. Водни ресурси на община Ботевград
Източник: Картографската схема на водните ресурси на община Ботевград е изработена по задание на автора, 2018 г.*

В района на общината има условия за **риболов**. Най-подходящи за това са язовир „Бебреш” и едноименната река в района на с. Боженица, а разпространени риби са: уклея, обикновена кротушка, бяла и черна (балканска) мряна, клен (речен кефал). По-трудни за улавяне и рядко срещани са дъгова пъстърва, европейски сом, скобар, костур и щука.

Разпространение в района се наблюдава и на **земноводни и влечуги**. В защитената местност „Мухалница”, в периода февруари – март, може да се наблюдава миграцията на планинска жаба (*Rana temporaria*). Планинските жаби, които по принцип не се срещат на толкова ниска надморска височина, слизат до блатото Мухалница по време на размножителния си период. Всяка година те изминават приблизително 7 километра от околните възвишения на планината Било, за да си снесат хайвера, след което се връщат отново в планината. Предполага се, че тази уникална в световен мащаб миграция, документирана в края на 60-те години на миналия век от доайена на българската херпетология, д-р Владимир Бешков, е започнала преди близо 10-12 хиляди години. В някаква степен тя наподобява широко популярните по света миграции на риби, костенурки и раци.

Наличието на лесисти планински масиви над Ботевградската котловина, изпълнена и с обработваеми площи, открити пространства, разнообразни по структура водоеми, изкуствени горски насаждения от „островен” тип и разположението на котловинното легло на миграционния път „Via Aristotelis”, оказват голямо влияние върху многообразието на орнитофауната през размножителния и миграционния период. От **стоите вида птици**, включени в Червената книга на България, 33 вида са регистрирани в района. Сред тях са и два изчезнали вида - *Pelecanus onocrotalus* и *Gallinago gallinago*, други 25 са застрашени от изчезване, а 6 вида са записани като редки видове. За орнитоложкия туризъм биха предизвикали интерес видове като малък креслив орел, ливаден дърдавец, горска ушата сова, бухал, черен кълвач, черен щъркел, лиска, градински присмехулник, тръстиков блатар, обикновена калугерица, белоопашат мишелов, черношипа ветрушка (керкенец), черен бързолет, папуняк, голям ястреб, сив кълвач и др.

От **бозайниците**, представляващи интерес за туристите видове са вълк, благороден елен, елен лопатар, червена лисица, язовец, див заек и дива свиня. С изключение на лисицата, чакала и язовеца, останалите видове са обект на лов. В пещерата Водната пещ се срещат някои видове прилепи – малък подковонос, голям подковонос и няколко вида ношници.

Община Ботевград разполага с богато биологично разнообразие, което обаче не е добре проучено и възпрепятства екотуристическото предлагане. За целите на екотуризма е необходимо да се извърши задълбочено проучване на видовото разнообразие в териториите с атрактивен ландшафт и съхранена природна среда, за да се идентифицират специализирани екотуристически локации и маршрути.

На територията на община Ботевград има 9 малки защитени територии, съобразно ЗЗТ: 1 поддържан резерват (ПР), 3 природни забележителности (ПЗ) и 5 защитени местности (ЗМ). С най-строг режим на защита е ПР „Училищната гора” – категория Ia на IUCN, следван от природните забележителности – категория III на IUCN и защитените местности – категория IV на IUCN.

На територията на общината има части от три защитени зони (ЗЗ), част от европейската екологична мрежа Natura 2000, като и трите попадат в ЗЗ по Директива за местообитанията и ЗЗ по Директива за птиците и напълно се припокриват като площ.¹¹ (Виж Таблица 10)

Таблица 10. Защитени територии и защитени зони на територията на община Ботевград

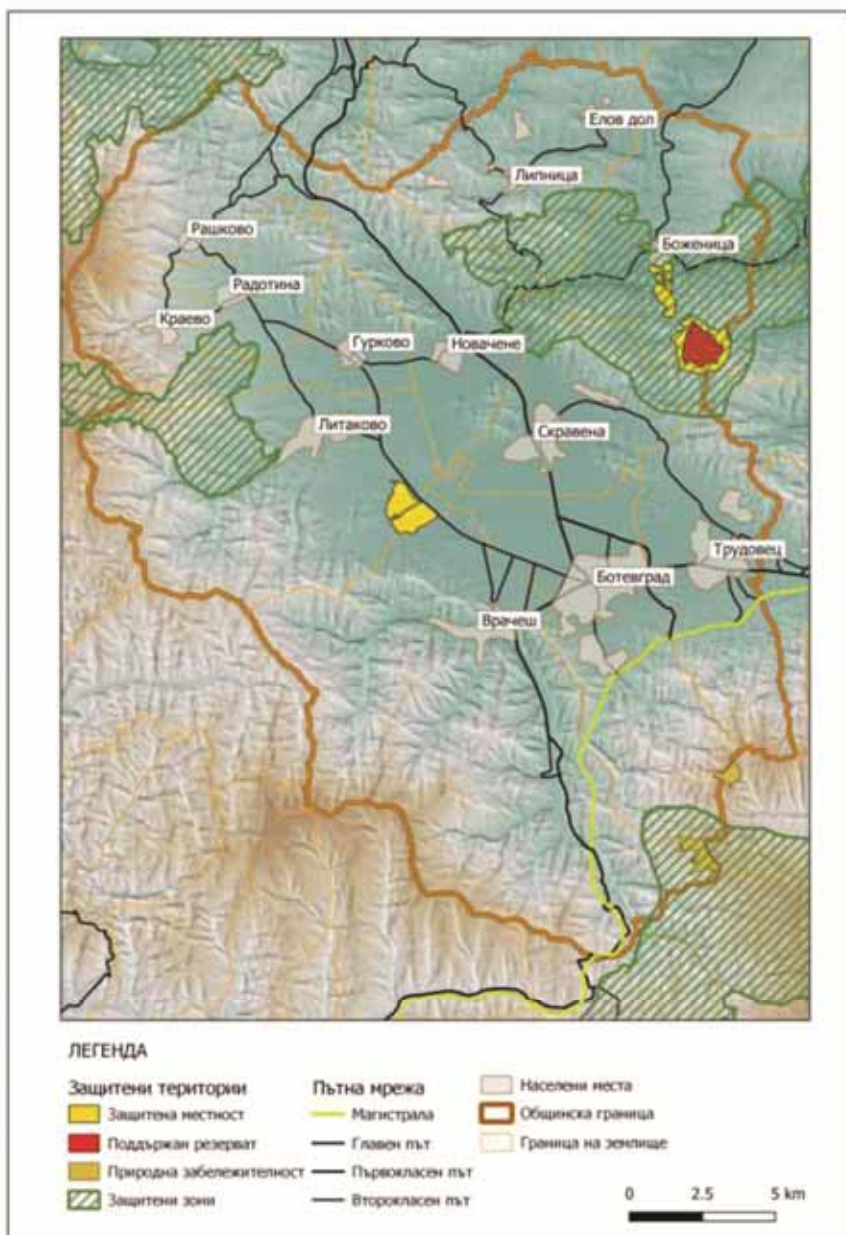
№	Населено място	ЗТ/ ЗЗ Натура 2000	Площ в хектара	Цели на управление
1	с. Боженица Община Ботевград	ПР „УЧИ- ЛИЩНАТА ГОРА“	134.68	Поддържане и опазване на вековната дъбова гора
2	гр. Ботевград	ЗМ „МУ- ХАЛНИЦА“	1.9	Опазване на блато и прилежащите територии - местообитание на планинска жаба (<i>Rana temporaria</i> L.).
3	с. Литаково Община Ботевград	ЗМ „ДРЕНЕ- ТО“	33.0	Опазване местообитанията и гнездата на сиви чапли и бели щъркели
4	с. Врачеш Община Ботевград	ПЗ „ЕЛАКА“	87.5	Опазване на скални образувания и вековни гори
5	гр. Ботевград с. Бойковец Община Етрополе	ПЗ „РУДИНАТА“	37.0	Опазване на вековна букова гора
6	с. Липница Община Ботевград	ПЗ „ВОДНАТА ПЕЩ“	0.3	Опазване на прилепи
7.	с. Боженица, с. Скравена Община Ботевград, с. Калугерово, с. Правешка Лакавица,	ЗМ „ВИСОКАТА МОГИЛА“	164.3	Прекатегоризирана буферна зона на поддържан резерват „Училищната гора“

¹¹ Виж повече в: Регистъра на защитените територии в България, ИАОС:
<http://eea.government.bg/zpo/bg/>

№	Населено място	ЗТ/ ЗЗ Натура 2000	Площ в хектара	Цели на управление
	община Правец			
8.	с. Боженица Община Ботевград	ЗМ „УРВИЧ“	93.3	Опазване на семенни дъбови гори
9.	С. Ращково, Община Ботевград	ЗМ „РОМАНИЯ“	0.1	Прекатегоризация със Заповед No.РД-1057 от 18.08.2003 от историческо място на ЗМ. Предстои заличаване
10	с. Боженица Община Ботевград	ЗЗ BG0000374 „Бибреш“	6821.91	Защитена зона по Директива 92/43/ЕЕС за опазване на природните местообитания и на дивата флора и фауна
11	В близост до гр. Ботевград	ЗЗ BG0001043 „Етрополе – Байлово“	27448.2536	Защитена зона по Директива за местообитанията, която се допира до защитена зона по Директива за птиците
12	с. Елов дол Община Ботевград	ЗЗ BG0001042 „Искърски пролом – Ржана“	22693.26	Защитена зона по Директива за местообитанията, която се допира до защитена зона по Директива за птиците

Източник: Справка от община Ботевград, юни 2018 г.

Защитените територии и защитени зони, включени в европейската мрежа Натура 2000, все още не са пригодени за целите на туризма. Част от тях са частично или напълно недостъпни. Тяхната атрактивност и популяризиране могат да бъдат свързани с въвеждането на международни стандарти като създаване на защитени ландшафти и биосферен парк, част от програмата на ЮНЕСКО „Човекът и биосферата“. Планът за управление на ПЗ „Училищната гора“ позволява изграждане на туристически маршрути, което е потенциал за развитие на екотуризма в съчетание на други видове туризъм в района на крепостта Боженишки урвич. Тяхното разположение на територията на община Ботевград е визуализирано от автора чрез картографски метод на Фиг. 7.



Фигура 7. Разположение на защитените територии и защитените зони, включени в Натура 2000, които попадат на територията на община Ботевград

Източник: Картографска схема на защитените територии и защитени зони от Европейската екологична мрежа натура 2000 е изработена по задание на автора, 2018 г.

3.1.2. Антропогенни туристически ресурси

Антропогенни туристически ресурси са обекти и събития с неприроден характер, които представляват непосредствена цел за пътувания. (Воденска, Асенова, 2011) Те са създадени от човека и притежават качества за задоволяване на лечебни, рекреативни, познавателни, делови или развлекателни потребности, поради което привличат туристите. Най-същественото при тях е, че след използването от туристите, тези качества обикновено се запазват - не се губят или унищожават.

Община Ботевград разполага с разнообразни обекти на материалното културно наследство: археологически, исторически и религиозни. Малка част от тях обаче са достатъчно атрактивни и достъпни за туристите, което налага необходимост общинското ръководство да предприеме мерки за подобряване на функционирането им.¹² (Виж. Таблица 11)

Таблица 11. Списък на културно-историческите паметници в община Ботевград

№	Населено място	Културен паметник, местонахождение	Вид	Категория
1	с. Боженица	Градище и надпис Старобългарски скален надпис, 4-5 км ЮЗ, м. "Градище"	Археологическа / Народна старина. Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Национално значение
2	с. Боженица	Старобългарска крепост, 4-5 км ЮЗ, м. "Градище"	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Национално значение
3	с. Боженица	Старобългарска църква, 4-5 км ЮЗ, м. "Градище"	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Национално значение
4	с. Боженица	Старобългарски кладенец, 4-5 км ЮЗ, м. "Градище"	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Национално значение
5	гр. Ботевград	Лобно място на комунистите и земеделците - казармата	Исторически	Национално значение
6	гр. Ботевград	Вилата на Асен Златаров - курорт "Зелин"	Исторически	Национално значение

¹² Данните са систематизирани въз основа на справка предоставена от НИНКН, изх. № 0800-1971/12.05.2017

№	Населено място	Културен паметник, местонахождение	Вид	Категория
7	гр. Ботевград	Лобно място в м. "Арабаконашки проход", 16 км югозападно	Исторически	Национално значение
8	гр. Ботевград	Часовникова кула	Архитектурно-строителен	Национално значение
9	с. Литаково	Паметник - братска могила, м. "Калето", 1 км южно	Архитектурно-строителен / Художествен	Национално значение
10	гр. Ботевград	Средновековен вал, местността "Бодиловград" 12 км южно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
11	гр. Ботевград	Три възпоменателни паметника - църква "Възнесение"	Архитектурно-строителен / Художествен	Местно значение
12	с. Врачеш	Средновековна крепост, местността "Чешковград" - 3 км западно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
13	с. Врачеш	Средновековна крепост по р. Бебреш - 3 км от Витиня	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
14	с. Врачеш	Антична и Средновековна крепост, местността "Града" в м. Чеканица	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
15	с. Врачеш	Лобно място - 500 м югоизточно	Исторически	Местно значение
16	с. Липница	Средновековна крепост - 4-5 км югозападно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
17	с. Липница	Останки от манастир, местността "Нанковски лак" - 4-5 км югозападно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
18	с. Литаково	Римска крепост, местността "Вълчиград" - 7 км югозападно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
19	с. Литаково	Лобно място, местността "Брезовица"	Исторически	Местно значение
20	с. Литаково	Лобно място, местността "Касата долчина" - 4 км северозападно	Исторически	Местно значение

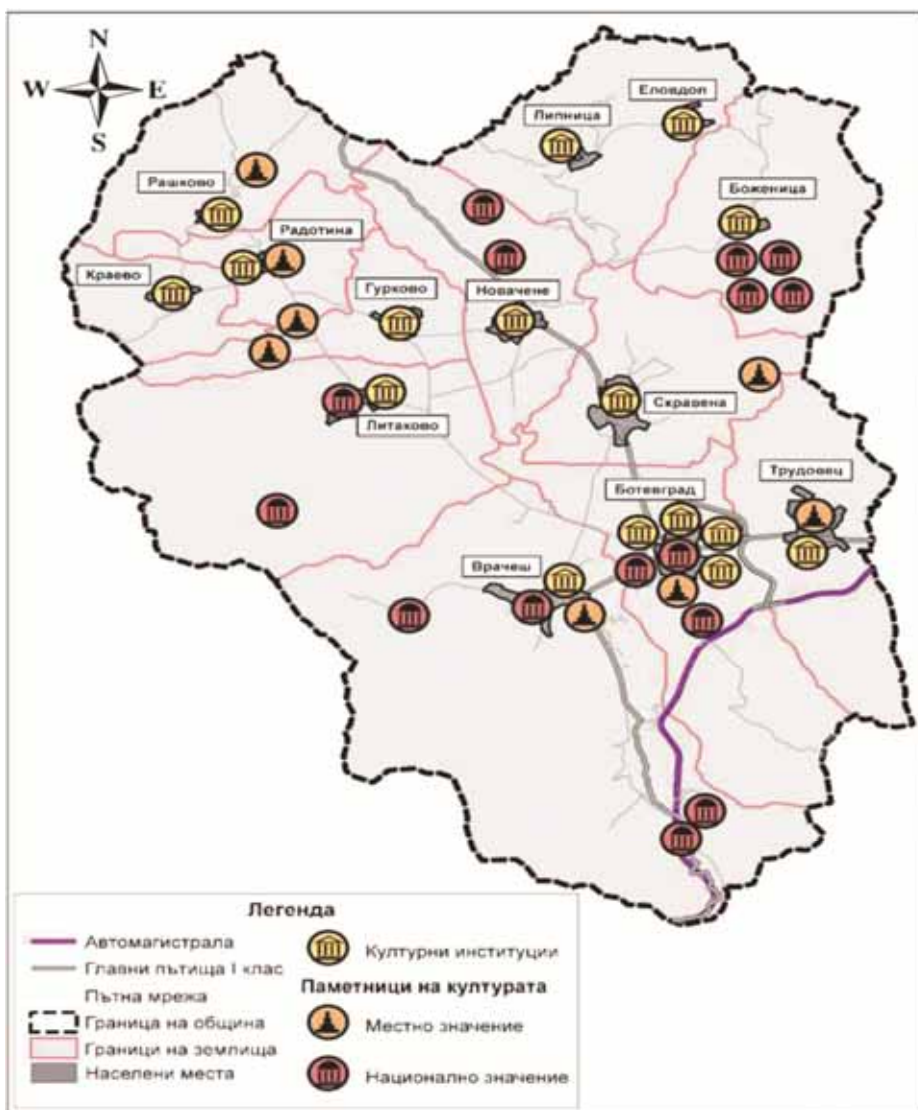
№	Населено място	Културен паметник, местонахождение	Вид	Категория
21	с. Радотина	Средновековна крепост, местността "Бабинград" - 3 км. северно	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
22	с. Радотина	Останки от стара църква - Латинска църква, местността "Селището" - до селото	Архитектурно-строителен от Античността и Средновековието	Местно значение
23	с. Радотина	Къща на Трифон Христовски	Архитектурно-строителен	Местно значение
24	с. Скравена	Лобно място на Койна и Никола Мукански, местността "Койдановец" - 5 км северно	Исторически	Местно значение
25	с. Трудовец	Паметник - братска могила	Архитектурно-строителен / Художествен	Местно значение

Източник: НИИКН, 2017

На територията на община Ботевград са запазени останки от старобългарски крепости, църкви, скални надписи, кладенци, паметници от античността и средновековието, римска крепост, манастир и редица паметници с местно значение. (Виж *Фиг 8*)

Културното наследство в град Ботевград е представено от архитектурно-строителни и исторически паметници с национално и местно значение. В града има 2 паметника на културата с национално значение. На територията на общината се намират и други 5 обекта, категоризирани като паметници на културата с национално значение - 4 в землището на с. Боженица и 1 на югоизток от гр. Ботевград в близост до „Арабаконашкия проход“. На територията на общината има няколко църкви и манастири: храм "Свето Възнесение Господне", храм "Успение на Пресвета Богородица" и манастир "Св. Рождество Богородично" в м. Зелин, Врачешки манастир „Св. Четиридесет мъченици“, западно от с. Врачеш, Скравенски манастир „Св. Николай“ на североизток от с. Скравена, манастир „Св. Георги“, с. Трудовец.

Часовниковата кула и паметникът-костница в с. Скравена са част от 100-те национални туристически обекта. Манастирът „Св. Николай“ в с. Скравена, с вековния дъб-цер в двора му, също представляват обект, който предизвиква интерес за туристите, но тъй като манастирът е затворен за посещения, е отпаднал от 100-те национални туристически обекта, което води до отлив на туристи.



Фигура 8. Културно-исторически паметници в община Ботевград
Източник: ОПР на община Ботевград, с. 43, 2014

Много от формите на нематериалното културно наследство – характерни обичаи, обреди, вярвания, художествено-изпълнителско изкуство, кулинарни традиции и други, се проявяват по време на религиозни и светски празници. Те се съхраняват и изпълняват от местното население, както и от фолклорни и самодейни групи за провеждане на обредни ритуали към читалищата в община Ботевград. Всички села са запазили традицията да организират ежегодни селски събори.

Много от празниците са съхранени с годините, а честването им се извършва със запазени традиции и обреди. По-популярните събитийни прояви от културния календар на община Ботевград са обобщени и систематизирани от автора, въз основа на теренни наблюдения и получена информация от интервюираните целеви групи. Виж: *Таблица 12*

Таблица 12. Списък на по-значимите събитийни прояви в община Ботевград

Дата/ период	Място	Културна проява
Февруари	Ботевград Площад „Освобождение“	Традиционно честване на празника на Св. Харалампий – празник на пчеларите
14 Февруари	Ботевград, Трудовец Врачеш	Трифон Зарезан
21-23.03	Ботевград	Мартенски празници на изкуствата
22.03.	Ботевград	Ден на Жабешкото блато
23.03.	Ботевград Исторически музей	152 години градско начало – Ден на отворените врати – часовникова кула и Исторически музей - Ботевград
23.03.	Ботевград ТПГ „Стамен Панчев“	105 години от смъртта на поета и общественик Стамен Панчев
22.-24.03	Ботевград	„Мартенски дни на изкуствата – Ботевград 2018г.“ и V-ти Национален литературен конкурс „Стамен Панчев“
Март	Ботевград, Площад „Освобождение“	Лазаровден – традиционни ритуали
Април	Ботевград	Седмица на гората
Април	Ботевград	Великденски събор - Ботевград с традиционен панаир на занаятите
Май	Общинска библиотека „Иван Вазов“	Национална библиотечна седмица - дни на отворените врати
02.06..	Скравена	Церемония с тържествена заря – проверка по повод 142 години от гибелта на Христо Ботев пред Пантеона на Ботевите четници в село Скравена
Юни	Трудовец	Ракитинови празници
Юни	Град Ботевград	Весело лято в града
29.06.	Врачеш	Петровден и годишнина от рождението на майстор Вуно Марков
Август	Боженица Урвишка поляна	Празник на фолклора, Традиционен народен събор на село Боженица и 100 години надпис на Севаст Огнян
Август	Новачене	Събор на село Новачене
28.-30.09.	Ботевград	Дефиле на духовите оркестри и мажоретни състави – Ботевград 2018

Дата/ период	Място	Културна проява
13.-14.10.	Врачеш	Фестивал на Бъчвата
29.11.	Ботевград	Празник на Ботевград – 141 години от Освобождението на града
16.12.	Ботевград - паметник на Стамен Панчев	140 години от рождението на Стамен Панчев – поет, почетен гражданин на Ботевград
00:30 ч. 01.01.	Ботевград - площад „Освобождение”	Новогодишни празници – традиционно новогодишно хоро

Източник: Програма за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020, с. 17

Традиционните събития в общината имат предимно местен и регионален характер и не създават условия за привличане на потенциални туристи. Тези събития следват формат на провеждане, който носи ползи да сплотява и подкрепя местната общност. От медийна гледна точка отразяването е само на регионално ниво. Привличането на външни посетители, различни от предприемащите пътувания при приятели и роднини, може да стане единствено, ако се обогатити и осъвремени съдържанието им. Най-атраktivните традиционни събития, които могат да бъдат развити на национално и международно ниво са: Дефилето на духовата музика и мажоретните състави, Фестивалът на бъчвата и Великденският събор. Съборът на с. Боженица, ако се обвърже с традиционния и автентичен фолклор, също може да добие популярност извън пределите на общината, както и организирането на традиционни занаятчийски пленери в с. Боженица.

Иновативните събития следва да бъдат свързани с избрания от общинското ръководство слоган „Ботевград – приключение на кръстопът”, както и с разпознаваеми местни символи и традиции. На първо място, като емблематично събитие вече се позиционира Приключенският многобой Ботевград. Съпътстващи могат да бъдат събития, свързани с велосипеден, екстремн и конен туризъм. Денят на Жабешкото блато, насочен към един от символите на общината, също има сериозен потенциал за развитие.

В община Ботевград функционират 9 културни институции, 4 от които са разположени в общинския център: исторически музей, библиотека, читалище и кино. В останалите населени места културната дейност е организирана в читалищата, към които има действащи библиотеки (Виж Приложение 1).

Историческият музей - Ботевград има развита експозиционна дейност. Зала „Орханиец“ е оборудвана с необходимата техника за представяне на презентации. Музеят предлага възможности за експониране на гостуващи художествени, приложни и документални изложби, провеждане на беседи, срещи-разговори, открити уроци, лекции, чествания. В рамките на инициативата „Салон на изкуствата“ се представят постижения в областта на литературата, художественото и приложното изкуство. Като културна институция музеят развива научно-изследователска, събирателска, образователно-възпитателска и популяризаторска дейност, включва се активно в

реализирането на мероприятия от културния календар на община Ботевград и взема участие в туристически борси в страната.

Самодейните театрални състави, групите за автентичен фолклор и стари градски песни, съществуващи към всяко от читалищата в общината не само дават възможност за участие на населението в културния живот на общината, но имат значение за съхраняване на местните фолклорни традиции. С тяхно съдействие са се запазили обредите, с които се отбелязват различните религиозни празници - Бъдни вечер, Рождество Христово, Трифон Зарезан, Лазаровден и Великден. Ежегодно съставите им вземат участие в различни фестивали, надпявания, концерти и събори, организирани на местно, регионално и национално ниво.

Активната читалищна дейност и сравнително добрата материална база в Ботевград и по-големите села в общината, са предпоставка за обогатяване съдържанието на публичните прояви в отделните населени места в общината. Литаковската духовна музика, Ракитиновите празници, театралните формации и др. могат да допринесат за допълнителна самобитна атрактивност, свързана с Ботевградския край.

3.2. Материално-техническа база на туризма

Материалните ресурси са основно звено в процеса на създаване, реализация и потребление на туристическия продукт. Те са и важно условие за усвояване и комерсиализация на туристическите ресурси и същевременно генерират голяма част от стратегическите проблеми и управленски решения в рамките на дейността на туристическото предприятие.

Материалната база на туризма може да се определи като съвкупност от материални услуги за производството и реализацията на основни и допълнителни услуги за задоволяване на потребностите на туристите във връзка с пътуването до и пребиваването им в туристическото място (Воденска, Асенова, 2011).

Основната функция на материалните ресурси е осигуряване на условия за производство, реализация и потребление на туристическия продукт. Конкретната реализация става с помощта на различни елементи на материалната база - сгради, машини, съоръжения, обзавеждане, оборудване, пътища, ВИК, комуникации.

Категоризираните от общината места за настаняване, съобразно направена справка, предоставена от общинска администрация Ботевград, са 12 на брой, от които функционират 9. Наред със съществуващи от миналия век хотелски обекти са създадени и няколко нови места за настаняване, които успешно присъстват на пазара и привличат туристи в общината. Броят им е ограничен и в някаква степен съответства на наличните туристически атракции в района. (Виж *Таблица 13*)

Таблица 13. Места за настаняване в община Ботевград

№	Фирма	Населено място	Име на обекта	Категория	Брой стаи	Брой легла	Допълнителни заведения
1	"Парадайз груп" ЕООД	с. Краево, общ. Ботевград, УПИ 11-15, кв. 10	Вила Марк	Две звезди	8 стаи	16 легла	Механа Марк
2	"ВВВ-БГ" ЕООД	гр. Ботевград, в.з. Зелин	Къща за гости "Арт Хаус"	Три звезди	3 стаи, 1 спалня	9 легла	Кухня
3	"Комплекс Кредо" ЕООД	с. Трудовец, ул. "Цар Симеон"	Семеен хотел "Кредо"	Три звезди	20 стаи	33 легла	Ресторант "Кредо" и Бар "Кредо"
4	"БУЛ-МАКЕ" ООД	с. Скравена, ул. "Александър Стамболийски" №4	Стаи за гости (бистро Балканика)	Една звезда	4 стаи	8 легла	Бистро "Балкани-ка"
5*	"Зелин - Цвети" ЕООД	гр. Ботевград, в.з. Зелин, ул. "Цар Симеон" №1	Стая за гости	Две звезди	1 стая	2 легла	Няма
6	"Евгения Дикова" ЕООД	гр. Ботевград, в.з. Зелин	Семеен хотел "Чановете"	Три звезди	7 стаи	14 легла	Ресторант "Чановете"
7	ОП за почивно дело "Боженишки урвич"	с. Боженица	Почивна станция "Боженишки урвич"	Две звезди	2 апарт. и 18 стаи	42 легла	Ресторант
8	Хотел Ботевград ЕАД	БУЛ. "3-ТИ МАРТ" № 79	Хотел Ботевград	Четири звезди	71 стаи	142 легла	Ресторант кафе
9	ЕТ "Детелина -Петко Митев -64"	гр. Ботевград, бул. "България" №20А	Хотел "Балкан"	Три звезди	10 стаи	20 легла	Ресторант "Балкан"
10	ЕТ "Аматиев - Цветелина Бонева"	гр. Ботевград, в.з. Зелин, ул."31" №15	Къща за гости "Нани-Та"	Една звезда	4 стаи	8 легла	Няма
11*	"НЕК" ЕАД	гр. Ботевград, м. Витиня	Почивна станция "Енерго"	Една звезда	12 стаи	23 легла	Няма
12*	"ТИ - ИВ 14" ЕООД	общ. Ботевград, м. Бенчова курия, Главен път Е79 (ПИК)	Бунгала	Една звезда	2 бунгала	4 стаи	Няма

*Не функционира

Източник: Справка от община Ботевград, 2017 г.

Местата за настаняване в община Ботевград не са достатъчно и не са разпределени равномерно. Част от тях не отговарят на съвременните изисквания на туризма или не функционират. Хотел „Ботевград”, който е с най-голям капацитет и може да обслужва организирани групи и участници в спортни и културни прояви, предоставя условия и услуги, несъответстващи на четири-звездната му категория. В най-голямото село Врачеш липсва материална база за настаняване. В следствие на тези факти, съчетани с недостатъчния капацитет на останалите хотели в общината, туроператорите и организатори на събитийни прояви се ориентират към настаняване на клиентите си в хотели в съседни общини.

Категоризираните ЗХР са достатъчно на брой, предимно нискокатегорийни и се характеризират с разнообразие (Виж *Приложение 2*). Голяма част от тях подлежат на категоризация. Повечето са с категории една и две звезди, но предлаганите условия и услуги надвишават нормативните изисквания за съответната категория. При съпоставка на подадените справки от община Ботевград през м. август 2018 и м. октомври 2018, се оказва, че около 70 установени некатегоризирани заведения все още не са подали заявления за категоризация, въпреки постъпили уведомления от общината. През летния период на 2018 г., при посещения на място и съпоставка с информация от Консолидирания общински регистър на местата за настаняване и ЗХР, бяха установени разминавания на данни, както и наличие на ЗХР с изтекла категоризация, които все още не са подавали заявления за подновяване.

Сериозен недостатък е, че ресторантите и другите места за хранене са неравномерно разпределени, особено в по-малките села, където те дори липсват като самостоятелни обекти. Насърчаване на предприемачеството в тази насока, наред с предлагане на възможности за настаняване, като къщи за гости, самостоятелни стаи и апартаменти, за които не са необходими сериозни инвестиции, ще даде тласък на посещенията там. Селата в подножието на Ржана планина, където има благоприятни условия за селски и планински пешеходен туризъм, единственото място за настаняване и хранене е вила „Марк” в село Краево, а ЗХР - механата на вилата. В селото няма дори работещ магазин и туристите са принудени да ходят до съседното село Радотина, за да си купят стоки от първа необходимост.

Към настоящия момент в община Ботевград липсва надеждна статистическа информация. Не е ясно през последните пет години колко българи и чужденци са нощували в отделните туристически обекти, каква е средногодишната заетост на базата, какви са целите на пътуване на посетителите, което възпрепятства разработване на базови анализи и очертаване на тенденции. Единствената налична статистическа информация към момента е за реализираните нощувки на територията на общината за 2017 и 2018 г., тъй като преди назначаването на експерт по туризма, регистрите не са поддържани и не са въвеждани статистически данни.

(Виж *Таблица 14*) Към настоящия момент само шест от общо девет категоризирани обекта подават редовно месечни справки за реализираните нощувки. Подадената информация е под съмнение за достоверност.

При сравнителен анализ на данните за броя реализирани нощувки през 2017 г. и 2018 г. не се наблюдава корелация по месеци и няма изразени сезонни пикове. Данните показват, че реализираните нощувки през 2018 г. са се увеличили значително. Вероятно причината е засиленият контрол от страна на общината, а не повишаване броя на туристите, пребиваващи на територията ѝ.

Резултатите от проведените интервювата (със собствениците на вила „Марк”, кметския наместник на селото, местни жители и лидери на мнение) показват единодушно, че туристическият обект е разработен отлично и често пъти цялата вила е резервирана месеци напред. Подадените справки за реализираните нощувки показват точно обратното – вилата има сравнително ниска заетост и дори месец, в който не е функционирала.

Почти същото е положението и с хотел „Балкан”, където редица интервюирани, сред които и собствениците на обекта, заявяват, че при спортни събития, хотелът е запълнен на 100% и местата не достигат, докато подадените данни към общинска администрация красноречиво показват точно обратното.

Събираемостта на туристическия данък също е сравнително ниска, спорадична, като в периода 2013-2018 г. варира между 958 лв. (за 2014 г.) и 3 796.90 лв. (за 2018 г.). Въпреки целенасочената и системна работа от страна на общинска администрация Ботевград, показателите за 2018 г. не бележат достатъчен ръст. Събраният туристически данък за предходните 2016 г. и 2017 г. е съответно 3 120.20 лв. и 2 127.41 лв.

При категоризацията на туристическите обекти в общината се наблюдава изключително слаб контрол и ниска ефективност. По данни на общинска администрация в периода 2016-2018 г. са категоризирани 2 места за настаняване, а 4 са прекатегоризирани. Категоризираните ЗХР за същия период отново са четири, а прекатегоризираните 28. Към 01.11.2018 г. от общинска администрация подават данни за пет ЗХР в процес на категоризация и 65 некатегоризирани или с изтекла категоризация. Наложени санкции до момента няма, нито осезаем напредък с категоризацията на идентифицираните преди почти една година некатегоризирани заведения.

Общината е наситена с множество спортни бази, които са сред причините за външни посетители, най-вече към града. Този фактор би могъл да се ползва за задържане на по-мощен туристически поток, ако се съчетае и с други атракции и прояви. Би било подходящо да се регламентира и популяризира по-широко възможността да се ползват наличните спортни бази и от туристи особено през летните месеци. (Виж *Таблица 15*).

**Таблица 14. Реализирани нощувки на територията
на община Ботевград 2017 и 2018**

2017	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Общ брой нощувки за 2017
Хотел "Балкан"	76	77	102	141	117	146	117	124	125	151	106	106	1388
Хотел "Ботевград"	84	72	104	136	181	130	179	764	274	262	121	167	2324
Вила "Марк"	29	32	34	37	35	32	43	55	45	45	31	49	467
Хотел "Кредо"	29	6	10	9	15	29	11	8	6	13	10	11	149
Хотел "Чановете"	0	0	16	12	3	9	3	18	0	14	78	133	286
Почивна база "Боженишки Урвич"	0	43	31	49	42	25	29	92	64	57	28	81	418
Общ брой нощувки	218	230	297	384	393	361	384	1061	514	442	374	547	2341
2018	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII	Общ брой нощувки за 2018
Хотел "Балкан"	102	105	84	97	95	110	135	165	119	140	147	149	1189
Хотел "Ботевград"	146	219	168	198	212	629	211	186	245	191	202	177	1110
Вила "Марк"	0	33	36	38	34	31	32	32	36	38	33	45	388
Хотел "Кредо"	8	27	15	20	14	12	9	16	13	16	-	-	150
Хотел "Чановете"	16	5	29	10	24	56	48	31	8	25	-	-	252
Почивна база "Божениш-ки Урвич"	25	0	108	22	102	161	120	230	46	63	104	79	374
Общ брой нощувки	380	485	453	385	481	999	555	660	467	473	486	450	3463

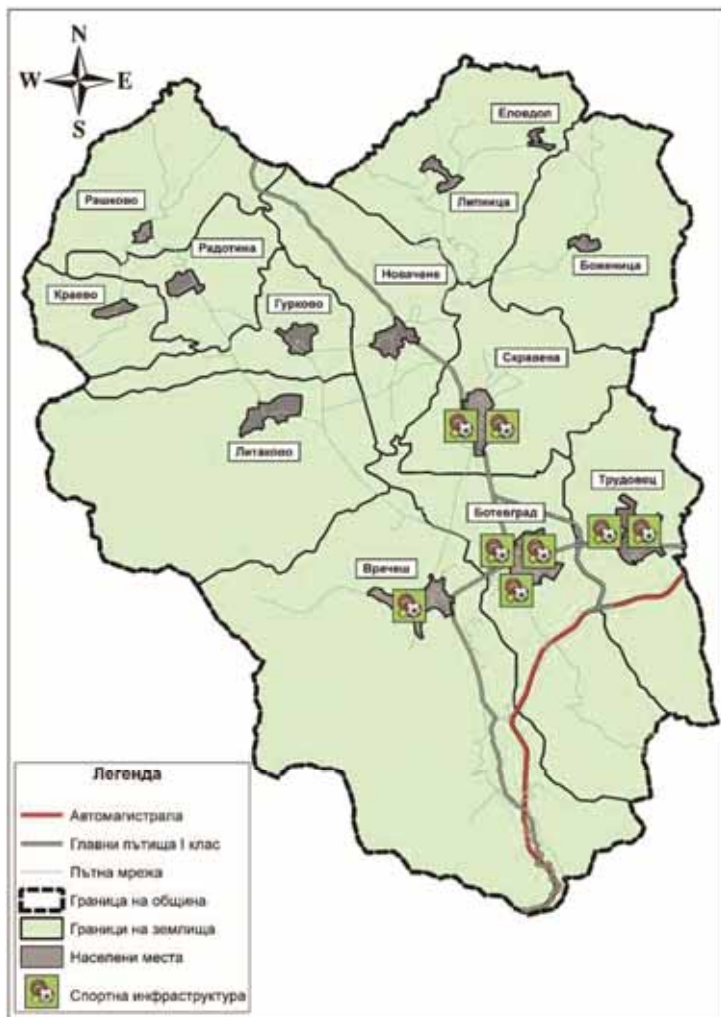
Източник: справка от община Ботевград към дата: 31.12.2018 г.

Таблица 15. Спортни обекти в община Ботевград

Спортни обекти	Местоположение
Многофункционална спортна зала „Арена Ботевград“	град Ботевград
Спортна зала „Георги Христов“	град Ботевград
Стадион „Христо Ботев“	град Ботевград
Учебен спортно-тренировъчен комплекс „Балкан“- баскетбол, ледена пързалка, акробатика	град Ботевград
Учебен спортно-тренировъчен комплекс „Васил Левски“ закрит плувен басейн, фитнес, сауна	град Ботевград
Спортно-тренировъчен комплекс „Ботевград“- тенис корт	град Ботевград
Открит плувен басейн	град Ботевград
Открити спортни площадки за баскетбол	град Ботевград
Открит плувен басейн	Почивна база „Боженишки урвич“
Конна база	с. Скравена
Игрища за баскетбол, волейбол и футбол	с. Скравена
Спортна площадка за футбол, волейбол и баскетбол	с. Врачеш
Футболно игрище	с. Трудовец
Спортна площадка	с. Трудовец
Спортна площадка	с. Новачене

Източник: ОП «Балкан», юли 2017 г.

Община Ботевград и някои от селата разполага с много добри условия, бази и съоръжения за различни спортове. (Виж. *Фиг 9.*) Заради благоприятните климатични особености има потенциал дестинацията да се превърне в международен спортно-туристически център. Посочените в таблицата данни са въз основа на справка от ОП „Балкан”, тъй като в официалните документи има несъответствие на информация. Направените проучвания и наблюдения показват ясно, че липсва връзка между спорта и туризма, както и привличане на посетители с цел туризъм, когато посещенията им в общината са свързани със спортни прояви.



Фигура 9. Разположение на спортните обекти на територията на община Ботевград

Източник: ОПР на община Ботевград, с. 32, 2014

По отношение на туристическите атракции, най-развит и добре функциониращ туристически обект е конна база „Здравец“ в с. Скравена. Наличието на занаятчийски работилници, цех за производство на икони, атракции, свързани с офроуд, велосъстезания и екстемни преживявания също могат да бъдат развити и интерпретирани за целите на туризма. Недостатък е, че тези атракции не се промотират достатъчно добре и част от тях не са известни дори за местното население. Необходима е институционална подкрепа от страна на община Ботевград за промотирането им в собствените и комуникационни канали (туристически портал, youtube канал, фейсбук страница), както и инициативност и предприемачество от страна на местните доставчици на услуги.

Липсата на целенасочена национална политика в тази насока също оказва негативно влияние. Министерството на туризма все още не е изготвило регламент и стратегия за управлението на туристическите атракции, включени в Националния туристически регистър. Все още не е ясно от кои туристически обекти може да се събира туристическа такса, кои от таксите ще могат да се връщат за издръжката на обектите, кои могат да се използват за публично-частно партньорство, кои могат да привличат инвестиции. Местните доставчици на услуги и собствениците на туристически обекти все още не оползотворяват наличния потенциал за диверсификация на туристическия продукт, като предлагане на комплексен туризъм и съвременни форми на туристическа анимация, чрез които да осигурят емоция и преживяване на туриста, гарантиращи повторно посещение и създаване на лоялна клиентела.

Създаването и развитието на модерни атракции е инструмент за устойчиво туристическо развитие. Те привличат туристи, като добавят висока потребителска стойност към съществуващите природни или културно-исторически обекти или подпомагат развиването на нова туристическа зона. В голяма степен подобни проекти трябва да отговарят на определени критерии, в зависимост от целите и ефектите, които ще бъдат заложили в перспектива, тъй като, освен чисто икономически аспект, имат общностен, имиджов такъв, както и други добавени ползи.

Всичко споменато дотук налага въвеждане на система от примерни критерии за развитие на туристически атракции, подредени по степен на значимост:

А: Задължителни: общинска/държавна собственост, подходяща за реализиране на инвестиция; достъпна пътна инфраструктура; близост на спирки на градски и/или междуградски транспорт до зоните за интервенции; наличие на човешки ресурс в местната общност за обслужване на потенциалните туристи; наличие в зоната на съществуващи маршрути за планински (екопътеки), вело, конни, офроуд, скално катерене, пещерен и т.н. туризъм; наличие на културно-исторически и/или природни забележителности

Б: Препоръчителни: потенциал за изграждане на нови екопътеки; маршрути за вело/скално катерене и други видове алтернативен туризъм; потенциал за създаване на свързаност между съществуващата туристическа инфраструктура - екопътеки/ маршрути и предвидена инвестиция в атракция; наличие на съществуваща туристическа инфраструктура – хотели, къщи за гости и заведения за хранене; наличие в близост на доставчици на туристически продукти и услуги.

В: Стратегически: възможности, след реализиране на инвестицията за предлагане на интегрирани туристически продукти и услуги, носещи висока добавена стойност за местната общност (туристически продукти и услуги, включващи няколко местни предприемачи при реализирането ѝ); възможности за поетапно надграждане/доразвитие/ реализиране на проекти спрямо потенциала на зоната за интервенции – за изграждане на атракции/ екопътеки/ наличие на археологически обекти/ маршрути / природни феномени/ инфраструктура за финансиране с европейски средства в различни направления: за бизнеса/ общината/ НПО и местната общност.

Община Ботевград разполага със значителен потенциал за разработване на интересни туристически маршрути за велосипедни, конни и пешеходни туристически преходи. Сега съществуващите имат нужда от подобряване на прилежащата туристическа инфраструктура, цифровизация (GPS заснемане) и популяризирането им в интернет чрез общинската уеб платформа за туризъм, както и в специализирани интернет страници и канали за туризъм.

По време на проучванията на туристическата среда в Община Ботевград през 2017 г. бяха идентифицирани следните туристически пешеходни и конни маршрути:

- Ботевград – хижа Рудината – Ботевград;
- Краево – Ржана планина – х. Лескова и Осенов лаг;
- Краево - през Ръжана планина и връх Козница (1636,3 м) до с. Литаково;
- Вилна зона Зелин: от м. Стубеля до х. Рудината;
- Боженишки урвич – Скравена;
- Маршрути към вр. Мургаш: от яз. Бебреш през с. Врачеш и вр. Мургаш до Ржана планина;
 - с. Боженица – Чекотински манастир – минава се покрай ждрелото на р. Бебреш и живописни пейзажи;
 - с. Боженица – по стар римски път и водопади покрай трасето – с. Скравена;
 - с. Боженица – по стар римски път покрай Вековното дърво – с. Курново;
 - с. Гурково – крепостни останки – с. Трудовец – параклис „Св. Георги“;
 - обиколен маршрут Ком-Емине, обхващащ: Ржана, Краево, язовира на Гурково, крепостта до Гурково.

Община Ботевград разполага с **потенциал за развитие на вело-маршрути**, но в момента не разполага с целенасочено създадени такива. Вече втора година, откакто е разработено предложение за създаване на велосипедна система, не са предприети стъпки за нейното реализиране (гласуване на общински съвет на вело-схемата и поэтапното ѝ изграждане). Възможностите са в конфигуриране на шосейни и планински маршрути, както и комбинация между тях. При разработването им е необходимо да бъдат заложили критерии за избора им, като: дължина на трасето; тип – лъчеви и кръгови; степен на сложност (подходящи за хора без практическа подготовка, семейства и деца); ниво на развитие на основната и съпътстващата инфраструктура – достъп до места за почивка, възможности за хранене, нощувка и други); съчетаване с посещение до интересни места, свързани с културно-историческото наследство и други. Една от слабостите е липсата на местен вело-клуб, който да предлага организирани преходи. Инвестирането в развитие на цялостна велосистема на територията е по възможностите на община Ботевград. Като заинтересована страна тя трябва да демонстрира интегриран подход при насърчаването на алтернативни форми за придвижване за местната общност; да създаде условия за съвременни форми на вело-туризъм и да насърчава нови услуги, като наем на велосипеди за шосейни и планински преходи.

Община Ботевград е част от маршрута Ком-Емине, което също може да се използва, за да се популяризира планинско велотрасе, започващо от Своге - село Лесков дол – Ботевград/село Литаково – Новачене. Примерни шосейни велотрасета могат да бъдат развити в самия град Ботевград (шосейни), в района на село Липница и село Боженица (шосейни и в комбинация с части от планински маршрути).

3.3. Ролята на местната власт и другите заинтересовани страни за устойчиво туристическо развитие

Подпомагането на предлагането на устойчив туризъм изисква **наличие на значителен и добре подготвен човешки ресурс**, което налага обучение на общински служители по отношение на туристическата нормативна база за предоставяне на специализирани услуги за гражданите, за подготовка на проекти за получаване на външно финансиране за целите на туризма, развитие на туристическия продукт, маркетинг и реклама, ивент менджмънт и др. Положителният ефект от повишаването на компетентностите чрез имплементацията на управлението на проекти в развитие на туризма осигурява обща рамка на желаните кадри в общината и всички заинтересовани страни, които отразяват ценностите, приоритетите и спецификата на туризма и намират приложение във всички системи на управление на човешките ресурси. По този начин не само се осигурява по-голяма яснота и разбиране за туристическото развитие, необходимите стандарти на поведение, но и се предоставят критерии за оценка на ефек-

тивността на изпълнението.

Ролята на местната власт и възможностите за развитие на административен капацитет на община Ботевград са проучени по време на заетостта на автора като консултант към община Ботевград в периода от 01.10.2017 г. до 31.03.2018г. и зам. председател на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма на община Ботевград. Целта на автора беше да съдейства на общинското ръководство за разработване на длъжността експерт „Туризмъ”, съобразно задълженията и отговорностите, разписани в длъжностна характеристика, да оказва методическа подкрепа и да допринесе за функционирането на Консултативния съвет като работещ управленски инструмент.

Консултативният съвет по въпросите, свързани с туризма, е практически доказан работещ инструмент за управление на туризма на местно ниво и допълване на капацитета на общинска администрация. За тази цел той трябва да има утвърдена годишна програма за дейността си, ясни цели и правилно разчетени дейности, които да бъдат обвързани със срокове, отговорници, извършване на мониторинг и контрол по изпълнението на взетите решения. Анализът на протоколите от дейността на настоящия Консултативен съвет и съпътстващите материали, предоставяни за обсъждане на членовете му, показват необходимост от подобряване на работния процес и по-съществена ангажираност от страна на кмета на общината по отношение на контролни функции, включително изискване за отчетност по тримесечия. Оглавяването на Консултативния съвет от кмета, както е препоръчано в ЗТ, би трябвало да допринесе за подобряване на функционирането му и до допълнителна ангажираност по придвижване изпълнението на взетите решения, както от страна на общинските служители, членове на Съвета, така и от страна на външните експерти, включени в състава му. При поставяне на ясни срокове и отговорници за изпълнение на дейностите и засилени контролни функции от страна на кмета, ефективността на Съвета и оптимизацията на работния процес би следвало да се подобри значително.

Общинска администрация Ботевград няма традиции в разработване и прилагане на политики в туристическия сектор. Длъжността експерт „Туризмъ” е съвсем нова и все още не е добре развита. Осезаема е липсата на експерти в направления „Маркетинг и реклама” и „Връзки с обществеността”.

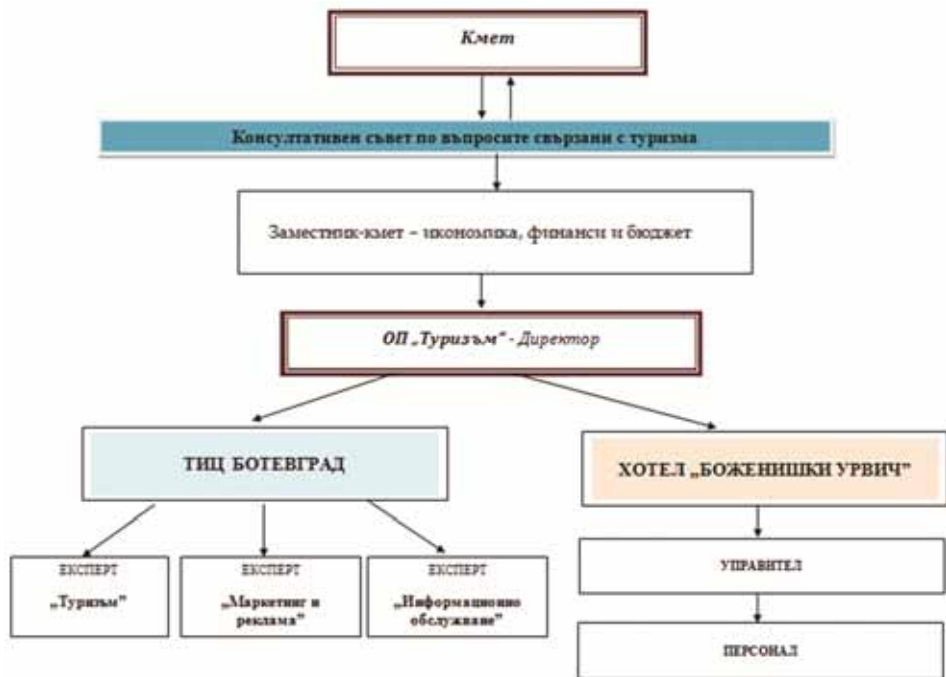
Съществен недостатък е липсата на началник на отдел с компетенции в областта на туризма, който да координира отделните дейности и управлява паралелно процесите в ресора, свързани с подготовка и провеждане на събития, продуктова политика, категоризация на туристическите обекти, актуализиране на регистри, връзки с обществеността, маркетинг и реклама и др. Това налага необходимостта от назначаване на лице, което да извършва цялостната координационна и организационна дейност (т. нар.

координатор „Туризм“). То трябва да бъде визионер, да притежава лидерски качества, умение за организация на работа и инициативност, за да бъде двигател на дейностите в сектора. Необходимо е да притежава умение за управление на процесите и паралелно да придвижва реализирането на разнородни дейности, да следи за изпълнение на поетите ангажименти от отделните отговорници, съобразно предварително фиксирани срокове на всяка една от дейностите, включени в работния годишен график. Анализът показва, че липсата на подобно свързващо звено, недостатъчната инициативност от страна на ангажираните служители и неумение за определяне на приоритети, ще затрудни изпълнението на заложените мерки и дейности в реализирането на местните политики в областта на туризма.

Препоръчително е координаторът „Туризм“ да бъде щатен общински служител с ръководни функции. В случай, че няма подходящ кадър в общинска администрация и се налага работа с външен експерт, следва да се оптимизира организацията на работа чрез: провеждане поне 2 пъти месечно на работни срещи, на които да присъства ресорният зам.-кмет с цел извършване на съгласувателни дейности и възлагане на работни задачи към ангажираните служители, както и ежемесечни срещи на координатора „Туризм“ с кмета, на които да се дава отчет за извършената дейност и предстоящата работа в краткосрочен план, да се акцентира на ключовите моменти и въпросите, по които се изискват генерални решения. В противен случай би се изгубила връзката между стратегическата, оперативната и тактическата част от управленския процес.

В резултат на направените анализи, авторът установи, че ключов фактор в средносрочен план е окрупняване на общинско предприятие почивна база „Боженишки урвич“ в ОП „Туризм“, към което да заработи и **Туристически информационен център (ТИЦ)**, който да предлага не само информация на място за наличните туристически атракции, но и да започне да промотира възможностите за туризъм на общината чрез електронен маркетинг. В перспектива може да се обмисли създаване на сезонен или целогодишен ТИЦ в с. Боженица, който да предоставя информация, екскурзоводско обслужване в Килийното училище в с. Боженица и крепостта „Боженишки урвич“, както и подобряване на организацията и функционирането на информационния център към читалището в с. Скравена и сертифицирането му, съобразно действащата нормативна уредба.

Изграждането на ТИЦ Ботевград, като част от ОП „Туризм“, ще даде възможност за назначаване на служител с длъжност „Маркетинг и реклама“, както и преназначаване на специалиста „Информационно обслужване“ от Исторически музей - Ботевград в общинския Туристически информационен център, който да обслужва посетителите и установява взаимовръзката между двете институции. (Виж *Фиг. 10*)



Фигура 10. Схематично онагледяване на функционална органиграма на ОП „Туризъм“

Източник: Авторска разработка на органиграма, 2018 г.

Ролята, задълженията и отговорностите на участниците в управлението и организацията на работа в бъдещото общинско предприятие са, както следва:

Кмет – утвърждаване на решенията на Консултативния съвет по туризма в община Ботевград (КСТ) и оказване на контролни функции по изпълнението им.

Консултативен съвет по туризма в община Ботевград:

1) обсъжда и одобрява Програмата за развитие на туризма в община Ботевград и отчета за нейното изпълнение;

2) 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;

3) оказва еспертна помощ при съставяне на годишен график за работа, като прави предложения по организация и изпълнение на дейностите, заложи в графика.

Зам.-кмет – председател или зам.-председател на Консултативния съвет по туризма в община Ботевград, утвърждава и разписва бюджет за рек-

лама, участие на общината в туристически борси, организиране на събития, изграждане на туристическа инфраструктура и др., съобразно представени концепции и оферти.

Директор на ОП „Туризм“ – управлява ТИЦ Ботевград; изготвя програми, планове и стратегически документи; извършва проучвания, анализи и прогнози за развитието на туризма в общината; разработва, организира и управлява продуктовата политика на общината; управлява комуникационните дейности, свързани с туризма, организирането и провеждането на събития; извършва теренни проучвания; формира и ръководи екипи, включително привличане на външни експерти, във връзка с реализиране на конкретни дейности в областта на туризма, като извършва цялостна координация по изпълнението им; осъществява активна работа с институции, браншови организации, ТО и ТА. Възможно е да бъде назначен на половин щат. Важно е да поеме ръководните функции, определянето на приоритетите, управлението на процесите, изпълнението на дейностите, заложи в Програмата за развитие на туризма и координационните дейности между служителите в ТИЦ-а, ангажираните служители от общинска администрация, членовете на Консултативния съвет по туризма и външните експерти.

Управител на хотел „Боженишки урвич“ – няма промяна с настоящото положение, освен че ще бъде част от ОП, а не самостоятелно общинско предприятие. Продължава да управлява общинската база и да ръководи персонала. Работи съвместно с експерт „Маркетинг и реклама“, назначен в ТИЦ Ботевград, който промотира общинската база и осъществява връзка с туроператори. Директорът на ОП „Туризм“ няма да има пряка намеса в работата, а просто да са окрупнени в едно общинско предприятие и ще съдейства за осъществяване на връзката с ТО, маркетинг и реклама.

Мл. експерт „Туризм“ – участва в Общинската експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО) и определянето категорията на туристически обекти; поддържа общински регистър на категоризираните по чл. 12, т. 4 от Закона за туризма туристически обекти на територията на общината - част от Националния туристически регистър; съдейства за развитие на културния туризъм в общината чрез оптимално използване на културното наследство и традиции, адаптиране и социализиране на местни културни паметници и включването им в европейските и национални културни маршрути; съдейства за развитие на планинския, приключенски, екстремен и екотуризъм чрез оптимално използване на природните туристически ресурси, създаване на нови туристически атракции и събития въз основа на природните дадености; осъществява обмен на информация и взаимодействие с неправителствени организации и фирми, работещи в сферата на туризма и други, свързани с туризма индустрии; подготвя информация за предоставяне на отдел «Управление на проекти и програми» и отдел «Правно-нормативно обслужване» за съставянето на Годишен план-график за провеждането на процедурите за възлагане на

обществени поръчки в областта на туризма; организира изпълнението на дейностите по осигуряване на устойчивост на проекти по оперативни програми в областта на туризма; участва в администрирането на туристическия портал на община Ботевград.

Експерт „Маркетинг и реклама” – проучва и анализира маркетинговите условия за развитие на туризма на територията на общината; организира участието и представянето на Община Ботевград на специализирани регионални, национални и международни изложения; инициира, провежда и участва в представянето и популяризирането на местни и регионални дестинации и продукти; отговаря за планирането и организирането на събития с цел привличане на посетители в дестинацията и промоция на нейното туристическо предлагане; участва в администрирането на туристическия портал на община Ботевград; съдейства за диверсификация на туристическото предлагане на територията на общината чрез развитие и промотиране на специализирани видове туризъм: спортен, фестивален, селски, бизнес и конгресен и др.; участва в подготовката на рекламни материали; извършва дейности, свързани с маркетинг и реклама на туризма в общината и общинския хотел „Боженишки урвич”, включително интернет маркетинг.

Експерт „Информационно обслужване” – информационни дейности, включени в длъжностната характеристика на служителя, който работи в момента на същата длъжност към Исторически музей Ботевград. Задълженията и отговорностите ще бъдат допълнени съобразно нуждите на ТИЦ Ботевград.

Тази структура и начинът на организиране на работния процес цели:

- туристически данък, консолидиран общински регистър и категоризация си остават пряко към общинска администрация и по този начин се неутрализира конфликт на интереси с управлението на общинския хотел и няма да се допусне директорът на ОП "Туризъм" да има прекомерни правомощия;

- основното звено по туризма не "тежи" на общинска администрация с несвойствени дейности; функционира сравнително самостоятелно, а позиционирането на ресорните експерти в ТИЦ спомага за добавена стойност - обслужване на туристи. Директорът на ОП „Туризъм” има функция, равностойна на началник отдел, но дейностите, които ще ръководи, които са несвойствени за общинска администрация, са изнесени в отделна стопанска структура. Запазва се двойна контролна функция от страна на ресорния зам.-кмет и кмета по отношение на съгласувателни процедури, отпускане на бюджет за извършване на отделните дейности, но без да са пряко ангажирани с организацията и управлението.

Финансирането на туристическото развитие и по-конкретно, на публичните компоненти в него, продължава да бъде проблем на национално ниво, в т.ч. и за община Ботевград. Средствата, които могат да бъдат отделиани ежегодно по Програмата за развитие на туризма, покриват само ед-

но минимално, традиционно ниво на рекламно представяне на дестинацията. В тези условия очакванията са насочени към развитие на ПЧП. Доколкото обаче липсват ясни регламенти за реализацията на тези партньорства, бизнесът е все още резервиран и изразява готовност за участие във финансирането на краткосрочни дейности с малък мащаб и непосредствен резултат, при това предпочита по-прости форми на ПЧП, основани на бартер или спонсорство „в натура”. (Маринов, Асенова, Дограмаджиева, 2013)

Дейностите, свързани с категоризация на туристическите обекти и събиране на туристическия данък, следва да бъдат подчинени пряко на общинска администрация, както е показано на *Фиг. 11*.



Фигура 11. Схематично онагледяване на дейности, свързани с туризма към общинска администрация

Източник: авторска разработка на органиграма, 2018 г.

3.4. Роля на кадрите за развитие на туризма

Кадрите в туризма са всички работници и служители, заети в туристическото обслужване и отъждествяват понятието „персонал” в ТСОТ, който се разпределя на управленски (среден и ръководен) и изпълнителен. В областта на туризма трудът може да се раздели на неквалифициран и квалифициран, въпреки че през последните десетилетия съществува тенденция за засилване на специализацията и професионалната квалификация на всички нива на обслужване на туристите. Най-вече при мениджърските кадри се изисква висока степен на професионализъм и умения. Характерното при тях е, че в практиката се намират по-рядко в пряк контакт с туристите и, ако от тях зависи качеството на цялостния туристически про-

дукт, то те не могат да контролират цялостния процес на неговото производство и потребление и да демонтират своите способности, непосредствено пред потребителите му (Воденска, Асенова, 2011).

Голяма част от предизвикателствата, свързани с туризма, бяха идентифицирани по време на Проучването на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград, проведено през 2017 г.¹³ Един от ключовите фактори за успешното развитие на туризма в съвременните условия е изграждането на човешкия капацитет и развитието на компетентността в тази област. Наличието на квалифицирани човешки ресурси се свързва с наличието на професионални, научни и анализаторски способности, които да са на достатъчно високо равнище, за да могат да отговорят на нуждите на туристическия пазар.

Процентът на хората, които биха искали да се занимават с туризъм в община Ботевград, не е голям. Ако ще се полагат усилия за развитието му, би трябвало да се насърчат местни предприемачи, които имат вече някакъв заявен интерес към създаване и развитие на някакви туристически продукти. Логично е, че на един на по-късен етап те ще привлекат и други желаещи да развият нещо подобно (принципът „мотивация чрез пример“).

Това, от което те ще се нуждаят днес, е обединението им за общата кауза: туризъм в Ботевградско - специализирано обучение и достъп до финансови ресурси. Съществуващите НПО, които работят за развитието на туризма в общината, би трябвало да създадат неформална партньорска мрежа и да координират своите действия за постигане на общоприетите стратегически цели за общинското развитие. Те трябва да бъдат подпомогнати с обучение на техни представители по свързани с алтернативния туризъм въпроси, като например: устойчиво икономическо развитие, нормативна база на туризма, пакетиране на продукти, стандарти в обслужването на клиенти, системи за качество, туристическа информация и реклама, интерпретация на наследството и т.н., включително и запознаване с добри практики в други краища на България.

Процесът на повишаване на компетентностите на човешките ресурси включва пет основни етапа: проектиране, планиране, събиране, анализ на необходимата информация и вземане на решение от страна на мениджърите. Анализът на потребностите от обучение, базиран на компетентностите, осигурява информация за знанията, уменията и потенциала за развитие на служителите. Той се основава на оценка на несъответствието между:

- Целево ниво – изискванията за развитие на компетентностите и
- Актуално ниво – настоящето ниво на знания и умения на служителите.

Необходимите действия за подкрепа на развитието на човешките ресурси включват:

¹³ Виж повече в: <http://botevgrad.bg/obshtina/view/targoviya-i-turizam-84>

- осезаема подкрепа и насърчаване на местни инициативи и личности, които са заявили своя интерес и действия за създаване и развитие на някакви туристически продукти;
- осигуряване на специализирано обучение за ангажирани в предлагане и адаптиране на туристически продукти и атракции;
- улесняване на достъпа до финансови ресурси за предприемачески инициативи в сферата на туризма;
- подкрепа за създаване на партньорска мрежа от НПО и активисти за координиране и подпомагане на общи действия за постигане на общоприетите стратегически цели на общинското развитие;
- обучение по свързани с развитието на устойчив туризъм теми;
- обучение на общински служители по отношение на туристическата нормативна база;
- обучение на общински служители в подготовката и управлението на проекти за целите на туризма;
- запознаване с добри практики за устойчив туризъм.

4. SWOT анализ на туристическия сектор в община Ботевград

При SWOT анализа се отчита важноста на даден фактор и какво е влиянието му върху развитието на туризма и местната икономика. Този вид анализ дава възможност да се определи кои от факторите за местното туристическо развитие имат относително по-голямо значение и следователно заслужават специално внимание при разработване на бъдещи програмни и стратегически документи за местно развитие на туризма.

Анализът на силните и слабите страни, възможностите и заплахите е в съответствие със стандартната методология, според която силните и слабите страни са резултат от влиянието на вътрешни фактори, а възможностите и заплахите на външни фактори (Виж *Таблица 16*). Основният извод от изведената SWOT-матрица е свързан с избор на най-подходяща стратегия за развитие на базата на изведените слаби, силни страни, възможности и заплахи.

Методологията на SWOT анализа позволява първоначално да се установят кои са силните и слабите страни, възможностите и заплахите на туризма в община Ботевград, а впоследствие, да се установи към какви приоритети и цели да се насочи развитието на туризма в общината и какви дейности и мерки да се включат в следващата Програма за развитие на туризма в община Ботевград за периода 2021-2025 г., както и при бъдеща актуализация на Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г.

Таблица 16. SWOT анализ на туризма в община Ботевград

Силни страни	Слаби страни
<p>Благоприятно географско положение и отлична транспорта достъпност – близост до столицата София с магистрална връзка и преминаващ през общината европейски коридор Е79.</p> <p>Разнообразен релеф - равнинно-котловинен и планински, благоприятен за широк набор от дейности на отдиха и туризма, вкл. приключенски туризъм, скално катерене и др.</p> <p>Наличие на горски масиви с богато биоразнообразие, с условия за екологичен туризъм, ловен и риболовен туризъм.</p> <p>Разнообразни културно-исторически обекти.</p> <p>Добре развита спортна инфраструктура и професионални спортове: баскетбол, акробатика, таекуондо, футбол.</p> <p>Потенциал за развитие на приключенски и екстремни атракции - зони с атракции в района на с. Липница и с. Боженица.</p> <p>Воля за развитие на сектора от страна на общинското ръководство;</p> <p>Добре развита спортна база с възможности за привличане на посетители по време на състезания и нейното използване извън спортните събития.</p> <p>Добре развита търговска мрежа.</p> <p>Наличие на заведения за хранене с добро обслужване.</p> <p>Добра градска техническа инфраструктура – улично-тротоарна мрежа, осветление, озеленяване и пр.</p>	<p>Липса на туристически обекти с висока степен на атрактивност в общината.</p> <p>Ниска териториална концентрация на туристически атракции в общината.</p> <p>Недостатъчна социализация на обектите на културно- историческото наследство.</p> <p>Недостатъчна леглова база на територията на общината.</p> <p>Амортизирани туристически бази и обекти в района.</p> <p>Слабо развита туристическа инфраструктура за селски и културен туризъм.</p> <p>Липса на достатъчно подготвени кадри за качествено обслужване в туристическия сектор.</p> <p>Липса на интерес в местната общност от предлагане на обекти за селски туризъм.</p> <p>Недостатъчен маркетинг и реклама за популяризиране на Ботевград като туристическа дестинация.</p> <p>Амортизирана ВиК инфраструктура и лошо качество на водата.</p> <p>Недостатъчно възможности за външно финансиране.</p> <p>Висока трудова заетост на местното население в индустрията, което води до незаинтересованост към туризма.</p> <p>Висока степен на престъпност.</p> <p>Ниска конкурентоспособност.</p> <p>Недостатъчен ресурс за усвояване на природните и културно-исторически дадености в общината.</p> <p>Липса на диалог и сътрудничество между заинтересованите от развитието на туризма страни.</p>

Възможности:	Заплахи:
<p>Потенциал за организиране на повече национални и международни спортни състезания, прояви и събития.</p> <p>Потенциал за развитие на специализирани видове туризъм, свързани с природните ресурси.</p> <p>Стимулиране на публично-частни партньорства с местната власт, бизнеса и неправителствени организации за развитие на нови туристически продукти.</p> <p>Близост до популярни туристически дестинации като Правец и Етрополе, с възможност за развитие на общ регионален туристически продукт.</p> <p>Финансиране на проекти за развитие на туризма чрез структурните фондове на ЕС.</p> <p>Граен интерес към алтернативни видове туризъм, за които общината разполага с ресурсен потенциал.</p> <p>Предпоставки за създаване на иновативни туристически атракции и уникално позициониране на община Ботевград като дестинация за устойчиво туристическо развитие.</p>	<p>Замърсяване на атмосферния въздух през зимния период.</p> <p>Недостиг на водни ресурси в някои населени места и опасност от чести аварии.</p> <p>Недостатъчен инвеститорски интерес в сферата на туризма.</p> <p>Липса на достатъчна инициативност и предприемачески интерес от страна на местното население.</p> <p>Липса на реална териториална и социална кохезионна политика по отношение на Северозападна България.</p> <p>Вероятни финансово-икономически кризи.</p> <p>Затруднения при създаване и утвърждаване на туристически бранд, поради лош имидж, свързан с престъпност и проституция.</p> <p>Смяна на местната власт и посоката за местни политики, свързани с устойчивото развитие на туризма.</p>

Въз основа на SWOT анализа може да се направи обобщението, че състоянието на общината към 2018 г. се характеризира с благоприятен за местното развитие на туризма природен и отчасти културно-исторически потенциал, с наличието на достатъчно силни страни и възможности, които към момента не се оползотворяват. Поради този факт приоритетите на Общинската програма за развитие на туризма трябва да бъдат насочени в посока популяризиране на община Ботевград като туристическа дестинация, насърчаване на партньорства със заинтересовани страни (други общини, местен бизнес и организации) и разнообразяване на туристическите дейности и услуги. Добрата транспортна достъпност до София и привличането на столичани за уикенд туризъм, би трябвало да бъде един от приоритетите, към които общината да се стреми, както и развитие и диверсификация на туристическия продукт, с цел повишаване на конкурентоспособността.

От друга страна се наблюдават и не по-малко „слаби страни“, които представляват ограничителен фактор за развитието на туристическия сектор. Най-сериозните слаби страни и заплахи са свързани с функционирането и достъпността до туристическите обекти, кадровата обезпеченост, лошата и недостатъчна МТБ, особено по отношение на обектите за наста-

няване и др. Тези и други ограничения налагат системни и целенасочени усилия от страна на общинска администрация в няколко основни направления: инфраструктурни дейности, подобряване на административния капацитет, маркетинг и реклама, развитие на туристическия продукт, включително търсене на креативни и иновативни решения за позиционирането на община Ботевград като атрактивна и конкурентоспособна туристическа дестинация.

„Възможностите” са насочени в три основни направления:

1) развитие на продуктовата политика на община Ботевград, най-вече обогатяване на културния календар с по-атрактивни събития и създаване на иновативни атракции за алтернативен туризъм;

2) създаване и насърчаване на ПЧП;

3) възможности за външно финансиране.

„Заплахите” са свързани предимно с **външните фактори** на средата, най-вече от екологично естество. Слабият инвеститорски и предприемачески интерес и липсата на имидж на туристическа дестинация за сметка на редовните криминални хроники, свързани с тежки престъпления, представляват допълнително ограничение.

От **политическите фактори** най-сериозна заплаха е смяната на местната власт на всеки четири години и опасността местните политики да се развият в съвсем различна посока. Още повече, че в областта на туризма липсват традиции и малкото положени усилия до момента могат много бързо да бъдат преустановени.

5. Резюме и заключения

В глава втора са извършени анализ и оценка на туристическия потенциал за устойчиво туристическо развитие на община Ботевград. Проучени са външните и вътрешните фактори на средата, които влияят върху развитието на туризма. Извършени са анализ и оценка на ресурсния потенциал, с който общината разполага (туристически, материални, човешки и финансови ресурси). За тази цел е набрана емпирична количествена и качествена информация за актуалното състояние на основните подсистеми на ТСОТ на община Ботевград чрез изискване на справки от общинска администрация и останалите отговорни институции (НИНКН, ОП „Балкан” и др.), тъй като по време на изследването липсват актуални регистри.

Освен направения анализ и оценка на туристическите ресурси, авторът е използвал картографски метод и е изработил три картографски схеми: визуализиращи *географското положение, релеф и транспортна достъпност на община Ботевград, водните ресурси* (реки, язовири и микроязовири, визуализирани, *защитените територии по ЗЗТ и защитените зони*, включени в европейската екологична мрежа Natura 2000, културно-исторически паметници и спортни обекти на територията на общината.

Отчетено е, че материалната база за настаняване е недостатъчна, неравномерно разпределена и до голяма степен не отговаря на съвременните изисквания на туризма, за сметка на отличната спортна инфраструктура. Като основен недостатък е изтъкната липсата на надеждна статистическа информация и упражняване на контрол по категоризация.

Въз основа на проучването и анализа на външните и вътрешните фактори на средата и туристическия потенциал на община Ботевград е изготвен SWOT анализ. Неговата цел е да послужи при целеполагането и определяне на основните стратегически приоритети и ограничения за устойчиво туристическо развитие на местно ниво.

ГЛАВА ТРЕТА.

РЕЗУЛТАТИ ОТ ИЗСЛЕДВАНЕТО И АНАЛИЗА НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ ПОТЕНЦИАЛ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД ЗА УСТОЙЧИВО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ

В глава трета са изведени и систематизирани основните резултати от проведените интервюта и анкетни проучвания сред местната общност и посетителите относно нагласите за развитие на туризма в община Ботевград; резултатите от работата с обособените работни и фокус групи, както и срещите с представители на съседните общини. Систематизирани са и са обобщени резултатите, свързани с основните изводи на заинтересованите страни и потребителските нагласи, генерираните предложения за устойчиво развитие на туризма на територията на общината, както и възможностите за развитие на регионален туристически продукт.

1. Резултати от анкетните проучвания на територията на община Ботевград и работата с фокус групи

В периода 10.07.2017 г.-20.08.2017 г. в рамките на Проект „Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград” беше проведено анкетно проучване. Авторът, в качеството си на член на екипа като координатор и ключов експерт по туризма, е отговорен за разработването на въпросниците, координацията на полевата работа, инструктиране на анкетаторите, обработка, анализ, обобщаване и представяне на данните. Целта е да се проучат нагласите на местната общност за устойчиво развитие на туризма и да се даде оценка на туристическите ресурси и туристическата среда.

За постигане на тази цел е разработен специален въпросник, който включва общо 57 въпроса, групирани в няколко насоки: 20 въпроса са свързани с проучване на нагласите, относно с развитието на туризма в общината и неговите икономически, социални и екологични влияния; 20 въпроса са с оценъчен характер относно туристическите ресурси и МТБ на територията на общината; 7 въпроса са свързани със състоянието, ефективността и качеството на туристическото предлагане, развитието на туристическия продукт и нагласите за ангажираност в туристическия сектор; 10 въпроса са свързани със социално-демографската характеристика на участниците. За оценка на отговорите е използвана пет-степенна скала на Ликърт. (Виж. Приложение 3)

Въпросниците са изработени на база резултатите от проведените работни и фокус групи и интервюта. Детайлната им разработка е въз основа на анализ на научни трудове във вече изследвана област в България и чужбина (Воденска, 2006; Попова 2002; Butler, 1980; Gunn, 1988; Liu, 1987 и др.).

Задълбочените интервюта са проведени съобразно приетите стандарти - сред неголям брой субекти, които не са представителни за генералната съвкупност на общността в община Ботевград. Информацията от тях е твърде различна по своя характер и включва теми, които касаят туристически ресурси, туристически услуги, туристическа инфраструктура и материална база, предприемачество, влияния на туризма и свързаните с тях нагласи. Основният инструмент на интервюта е чек лист, който включва основните теми, предмет на проучване и свързаните с всяка тема ключови въпроси.

Анкетното проучване е непредставително за генералната съвкупност, но стремежът е то да обхване значително по-широк сегмент от местното население на територията на цялата община и да представи реална картина на отношението му към устойчивото туристическо развитие, респективно реалистичността за реализиране на различни инициативи и проекти, свързани с развитието на туризма. Първоначалното желание за прилагане на квотен принцип не беше възможно да бъде реализирано успешно, поради което се приложи принципа на доброволно отзоваване на респонденти. Този подход се наложи поради ограничения времеви ресурс, ниското ниво на активност и съпричастност по темата от страна на анкетираните.

Паралелно са разпространени и онлайн анкети, публикувани на сайта на община Ботевград и в регионалните медии, към които имаше значително по-малък интерес и проактивност от страна на местното население, отколкото при директния контакт с анкетатор. За целия период на анкетното проучване чрез анкетори са разпространени 450 въпросника, а електронно - 186.

В същия период и на същия принцип се проведе и анкетно проучване, насочено към посетителите на община Ботевград. Целта на анкетното проучване е да се оценят нагласите на посетителите, в т.ч. цел на посещение, степен на удовлетвореност, начин на пътуване, начин на получаване на информация за посещаваната дестинация и др.

Предвид близостта на община Ботевград до София, отличната транспортна достъпност и определянето ѝ като дестинация с най-голям потенциал за привличане на посетители, а също така и приоритетен пазар за уикенд туризъм и краткотраен отдих, целево на територията на столицата са проведени над 90% от анкетните проучвания с анкетатор. Другите места, където са разпространявани въпросници с анкетатор са гр. Варна и общините в близост до Ботевград.

Установи се, че голяма част от респондентите с анкетори не разпознават Ботевград като дестинация с потенциал за туризъм и никога не са я посещавали. Независимо от големия брой предварително раздадени анкет-

ни карти, успеваемостта при анкетиране на респондентите с анкетър е в пъти по-ниска, отколкото при проучването сред местното население. Значително по-голяма активност има при попълване на онлайн анкетите, разпространени предимно в социалните мрежи. И отново, липсата на разпознаваемост на Ботевград като туристическа дестинация и фактът, че повечето, проявили съпричастност да попълнят анкетната карта, не са посещавали никога Ботевград или са преминавали само транзит, доведе до слаб количествен резултат.

1.1. Резултати от анкетните проучвания сред местната общност

В анкетното проучване, насочено към местната общност, взеха участие 636 респонденти, местни жители от община Ботевград на възраст между 18 и 81 г., които отговориха на 7 въпроса, свързани с оценка на туристическите ресурси на територията на общината – природни и антропогенни; оценка на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечение, спортни и други обекти и специализирани събития. Включени са въпроси, свързани с нагласите относно влиянието на туризма и евентуално участие в туристическото предлагане, като последният въпрос е насочен към социално-демографската характеристика на участниците. (Виж. *Приложение 3*)

Анкетните карти са разпространявани паралелно онлайн, качени на сайта на община Ботевград и публикувани в регионалните медии: botevgrad.com и balkanec.bg, както и чрез анкетъри на територията на гр. Ботевград и селата в общината в периода 10.07.2017 г. - 20.08.2017 г.

• Социално-демографска характеристика на участниците

Социално-демографската характеристика **по пол** на участниците показва, че жените участват значително по-активно в проучването – 59.4% от анкетираните, а 41.6% е дялът на мъжете.

От всички анкетираните 55.1% са посочили, че имат висше или полувисше образование, 41.2% - средно и само 3.7% са с основно или начално.

Като жители на гр. Ботевград са се определили 397 от анкетираните (62.4%). Отделно други 60 са посочили жителство и Ботевград, и София. Значителна част от анкетираните са посочили друго населено място, включително в чужбина, като преобладават живеещите в гр. София – 16. Има анкетираните от гр. Правец, с. Разлив, с. Нови хан. Броят на анкетираните от селата в общината са както следва: с. Скравена – 21, с. Трудовец – 17, с. Врачеш – 20, с. Новачене – 6, с. Гурково – 4, с. Литаково -3, с. Боженица – 3, с. Липница -1. Има неопределени отговори като „град“, „село“, „Ботевградско“ и др.

По професионално направление най-много от анкетираните са се самоопределили като работници – 41.2%, служители – 20.9%, пенсионери – 9.9%, следвани от респонденти със свободна професия, със собствен бизнес, учащи, безработни, а най-малко са земеделските производители. В частния сектор работят 58.6%, 21.7% са работници и служители в държав-

ния сектор, а 19.7% са посочили, че в момента не работят.

По признак **семеино положение** над половината анкетираните са семейни – 51.6%, 14.4% са посочили, че живеят с партньор без брак, 24.2% са несемейните. 67% от анкетираните са с деца.

Относно **личните доходи** едва 94 от анкетираните са отговорили на въпроса. От тях 48.1% са посочили месечен доход между 501-1000 лв., 33.8% попадат в графата 201 и 500 лв., 13.3% над 1000 лв. и останалите получават доход под 200 лв.

Преобладаващата **възраст** на анкетираните е 35-55 г. и над 55 г. Сравнително по-малко са младите на възраст от 18 до 34 г.

• Оценка на природните туристически ресурси

Резултатите показват, че за разлика от посетителите на общината, част от които идват за скално катерене, велосипеден, конен и офроуд туризъм и са впечатлени от красивата природа и полупланинския релеф, местните жители не припознават **формите на релефа** като туристически ресурс (Виж. *Фиг.12*).



Фигура 12. Оценка на релефа като туристически ресурс – скални форми и пещери

Повечето анкетираните не са запознати, че на територията на общината има над 40 картирани неблагоустроени пещери. Този факт е непознат за местното население. Доказателство за това е, че катерачните скали край с. Божевица, по данни на кметския наместник на селото и местни лидери на мнение, събота и неделя се посещават редовно от неорганизираните туристи, които не са

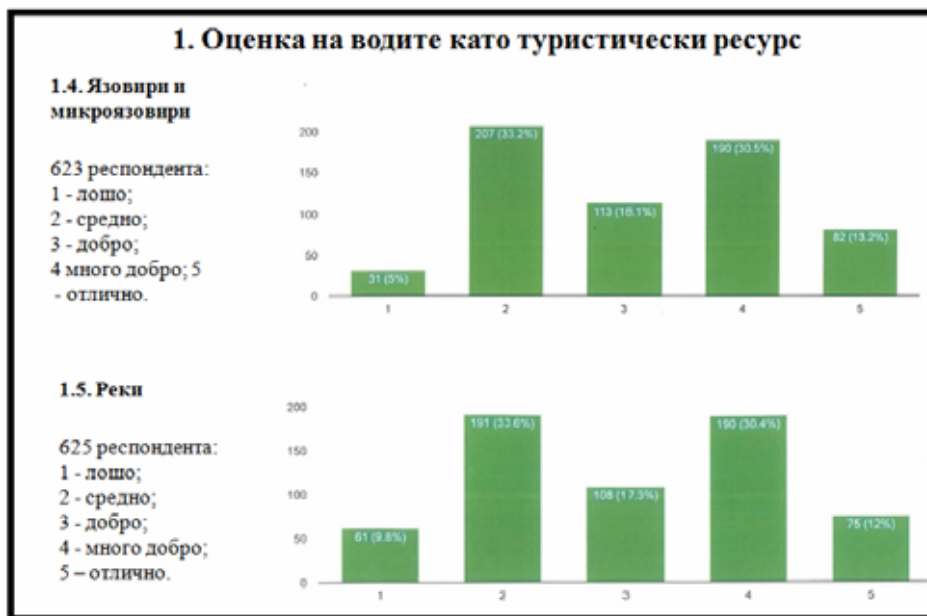
жители на общината. Едва 36 от общо 611 респонденти (5.9% от отговорилите на въпроса) са дали най-високата оценка. 213 респонденти или 34.9% от отговорилите на въпроса за оценка на релефа, поставят най-ниската оценка на този показател, следвани от 23.6%, които оценяват катерачните скали и формите на релефа, подходящи за екстремн туризъм със средно, 20.6% като добро и едва 15.1% като много добро. (Виж *Фиг. 13*)



Фигура 13. Оценка на релефа като туристически ресурс – катерачни скали и условия за екстремн туризъм

Значително по-високо оценени са **водните ресурси** на територията на общината. При оценка на язовирите и микроязовирите, дадена от 623 респонденти и на реките, дадена от от 625 респонденти, 190 анкетирани - над 30% оценяват атрактивността им като много добра, а 13.2% и 12% като отлична. Тази оценка, до голяма степен, се дължи на традиционния интерес към риболова сред местните жители. (Виж *Фиг. 14*).

По отношение на **растителните видове** преобладава неутрално мнение. От анкетираните 615 респонденти 197 или 32% дават неутрална оценка, като за разлика от отношението към природните ресурси, свързани с неживата природа, положителните отговори са почти толкова, колкото и отрицателните. В някои от отворените въпроси към проучването се наблюдава изразено положително отношение към горските ресурси и най-вече към вековните гори и необходимостта от опазването им. (Виж *Фиг. 15*)

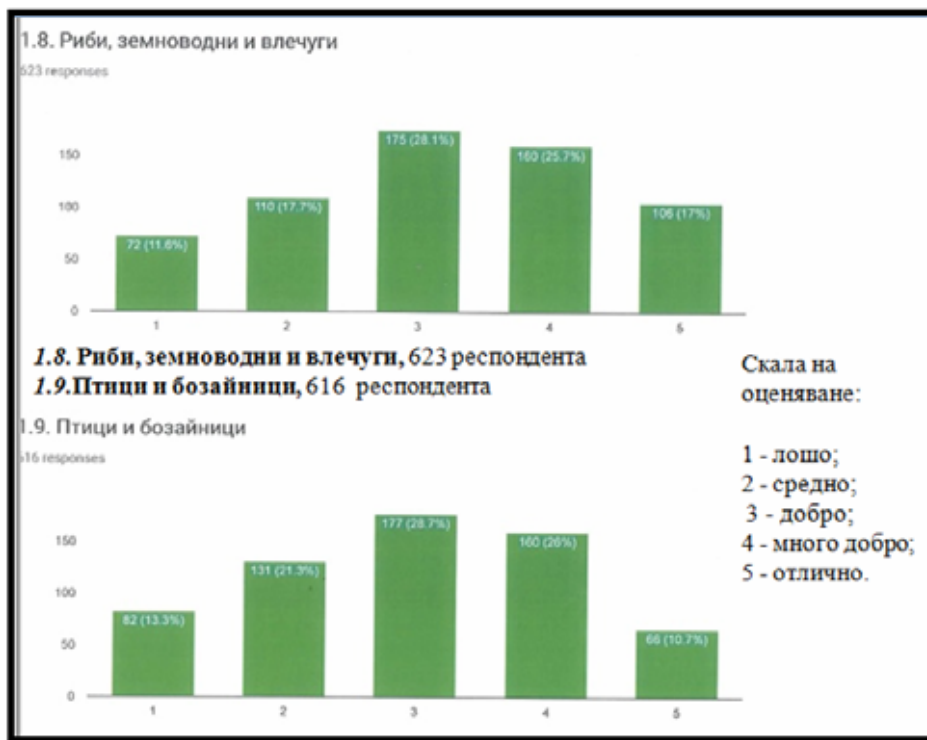


Фигура 14. Оценка на водите като туристически ресурс



Фигура 15. Оценка на растителните видове като туристически ресурс

Представителите на фауната, най-вече гръбначните животни, се радват на сравнително по-висока популярност (Виж. Фиг. 16).



Фигура 16. Оценка на гръбначните животни като туристически ресурс

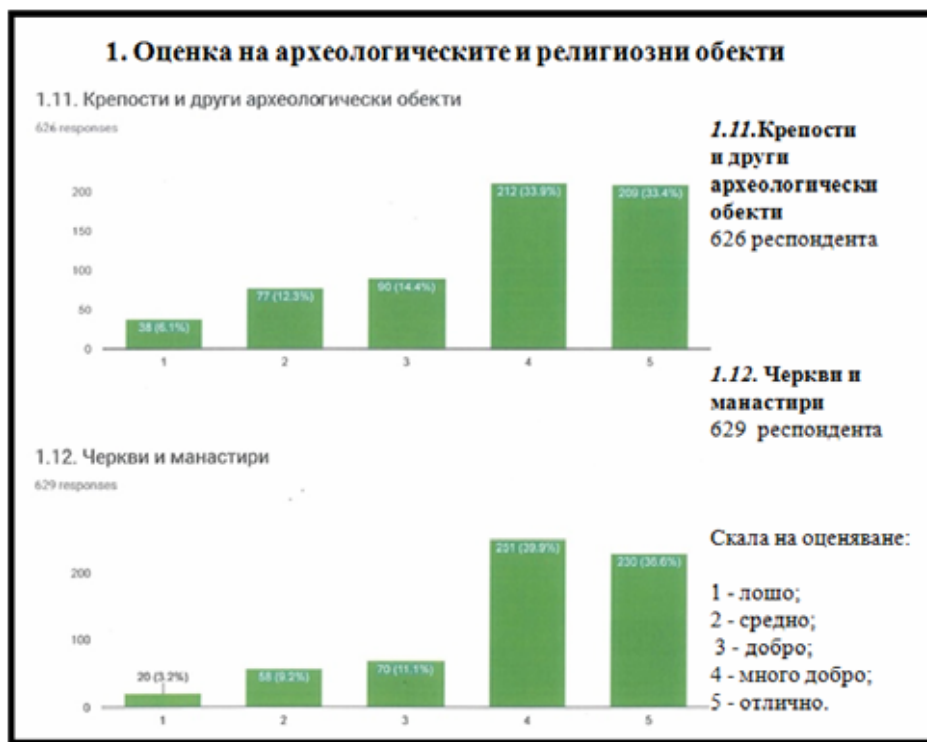
• Оценка на антропогенните туристически ресурси

Жителите на община Ботевград имат коренно различно отношение към културно-историческото наследство. Към материалното наследство се наблюдава силно изразен местен патриотизъм. Най-високо са оценени **църквите и манастирите**, 39.9% от анкетираните ги определят като „много добро”, а други 36.6% - като „отлично”. Двете категории са дадени от 481 анкетирани, от общо 629 отговорили на въпроса. Едва 3.2% или 20 анкетирани са дали отговор „лошо”.

Приблизително същите са резултатите и при **историческите паметници и обекти** – 430 от общо 626 респонденти ги оценяват като „много добро” и „отлично”, а само 20 (3.2% от анкетираните) като „лошо”.

На трето място по популярност са **крепостите и другите археологически обекти** с показатели съответно: 33.9% „много добро” и 33.4% „отлично”. Това са 421 от общо 627 отговорили на въпроса (Виж *Фиг. 17* и *18*). Едва 6.1% от анкетираните са дали оценка „лошо” при положение, че единствено крепостта Боженишки урвич е достъпна, социализирана и пригодена за посещения.

При обектите с архитектурна стойност, отговорите са почти равномерно разпределени, в предимно положителния спектър на скалата – между 23.6% и 26% са давали отговори „добро”, „много добро” и „отлично”.



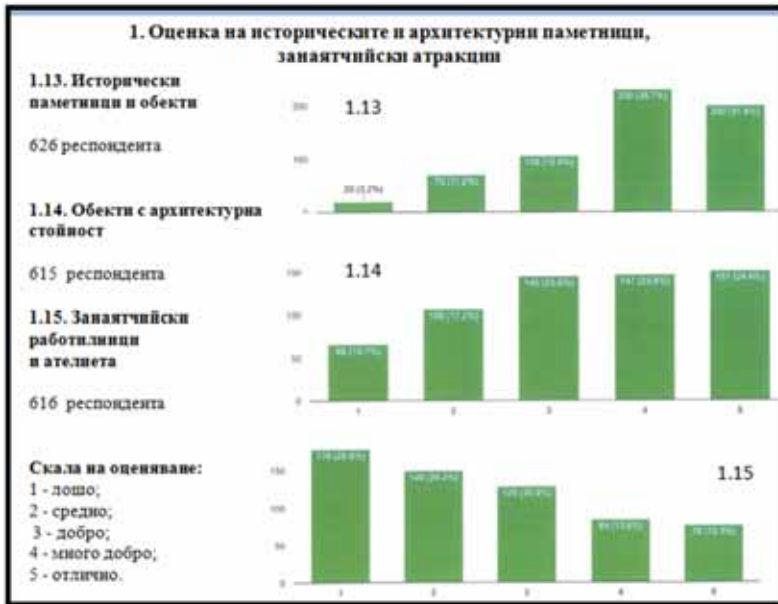
Фигура 17. Оценка на антропогенните ресурси – археологически и религиозни паметници

По отношение на нематериалното наследство най-високо оценени са **празниците, фестивалите и съборите**, като резултатите се доближават до тези на църквите и манастирите и историческите обекти. 37.1% от анкетираните са ги оценили с „много добро”, а 33.9% с „отлично“. Едва 26 респонденти са отговорили с „лошо”, което кореспондира с броя на изцяло негативните анкети.

По популярност следват **фолклорните традиции и обичаи**, а с най-ниска оценка, но по-добра от тази на природните ресурси, остават **занаятчийските работилници и ателиета**. (Виж Фиг. 18)

Традициите в спорта и участието на голяма част от местните жители от ранно детство в спортни активности, се отразява осезаемо и в отговорите им – 39.5% са оценили **спортните събития** „отлично”, а 36.2% „много добро”.

Същевременно **художествено-творческите и артистични събития** са по-малко разпознаваеми. Това показва и резултатът, че над 100 анкетираните са пропуснали отговора на този въпрос. Въпреки това 31.6% са дали отговор „много добро”, а 22.5% - „отлично”. (Виж Фиг. 19).



Фигура 18. Оценка на антропогенните ресурси – исторически и архитектурни паметници, занаятчийски ателиета



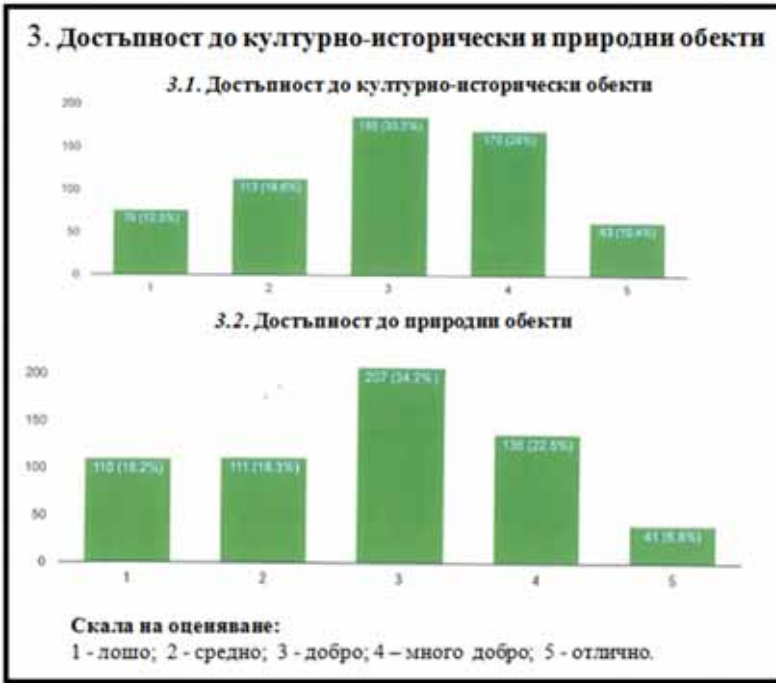
Фигура 19. Оценка на спортните и художествено-творчески събития

По отношение на **експлоатацията** на туристическите ресурси местната общност категорично показва, че те не се използват рационално за целите на туризма. Едва 12 от анкетираните, от общо 626 отговорили на въпроса, дават най-високата възможна оценка. 8.9% от анкетираните смятат, че туристическите ресурси се използват пълноценно и са оценили с „много добро”. Близко половината респонденти - 48.2% са посочили, че туристическите ресурси на територията на общината не се използват пълноценно. 101 анкетирани са отговорили „,лошо” и 201 – „средно”.

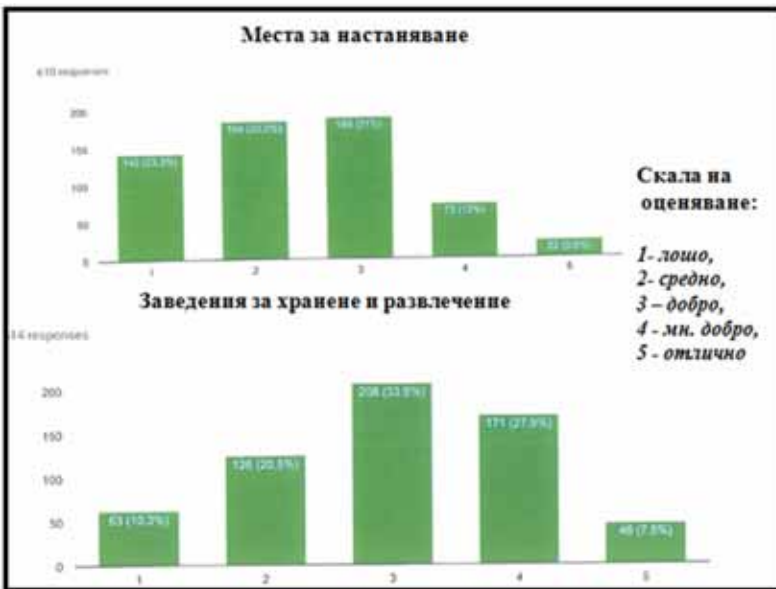
Достъпността до природните обекти е оценена малко по-лошо от тази до културно-историческите обекти, което кореспондира с факта, че до защитените местности и природни забележителности в границите на общината няма обособени туристически пътеки, липсват обозначения и маркировка, а поддържаният резерват „Училищната гора” е напълно недостъпен. Същото се отнася за пещерите, малки водопадчета в района на селата Липница и Скравена и интересни природни ландшафти с рекреационна стойност, които не са достъпни без водач, не са облагородени и пригодени за посещения. Изключение от природните ресурси правят по-големите водни обекти: яз. Бебреш, микроязовир Мали лаг и р. Бебреш, в района на с. Боженица, които се ползват традиционно от местните жители за риболов.

Туристическите дейности на територията на общината са сведени до базово предлагане на основни **туристически услуги** като настаняване, хранене и транспорт, както и специализирани атракции на местни предприемачи – конни турове, летене с парапланер и др. Няма действащи информационни центрове и обвързаност между отделните туристически обекти, което е видно и за местното население. Едва 12 анкетирани от общо 610 или 2% от отговорилите на въпроса поставят отлична оценка. Преобладаващи са мненията „добро” 40% и средно 31.1%. (Виж *Фиг. 20*)

По отношение на туристическите обекти, предоставящи основни **туристически услуги**, на графиките на Фиг. 21 се вижда ясно, че местата за настаняване са оценени почти изцяло в негативната част на скалата, докато при заведенията за хранене и развлечение преобладават отговорите “добро” и много добро”. Получените резултати съвпадат изцяло с направените изводи от анализа и оценката на състоянието на МТБ на територията на общината.



Фигура 20. Достъпност на туристическите обекти



Фигура 21. Оценка на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения в община Ботевград

На въпроса „Мислите ли, че туризмът в Община Ботевград може да се развива значително по-добре при наличие на благоприятни фактори (моля посочете)?”, 80 от участниците в анкетното проучване са отговорили утвърдително с „да”, 9 с „може”, 8 с „не”, двама не могат да преценят и още двама са посочили, че са необходими реклама, снимки и филми, за да се развие туризмът в общината. Част от тях са дали по-малко или повече изчерпателни отговори. (Виж *Таблица 17*)

Таблица 17. Групиране на отговори на отворения въпрос „Мислите ли, че туризмът в Община Ботевград може да се развива значително по-добре при наличие на благоприятни фактори (моля посочете)?”

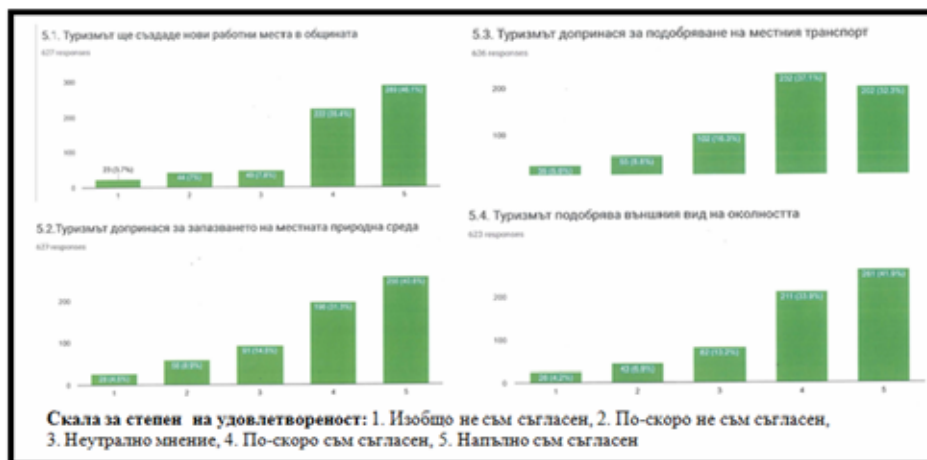
№	Направление	Основни акценти
1.	Реклама и популяризиране на туристическите обекти	Общината би могла да се развива, защото досега почти нищо не е правено, като се обособят част от по-атраktivните обекти, ще е необходима реклама и поддръжка; Повече информационни табла, отразяващи забележителни места; Да се информират гражданите с нагледни материали; Рекламна дейност в интернет за наличните, атраktivни за посещение, туристически обекти; Повече промотиране и инвестиции; Реклама за историческите обекти в общината.
2.	Събитийни прояви	Организиране на мероприятия; Да се организират мероприятия и да се привлече обществеността; Повече културни фестивали и мероприятия.
3.	Човешки ресурси	Включване на повече младежи и девойки в организацията; Привличане на ресурси и хора с желание и хъс за промяна; Подкрепа на бизнеса и финансова обезпеченост; Сериозен подход към ситуацията и сериозни хора, които да се заемат с развитието на туризма в общината.
4.	Финансови ресурси	Необходимост от инвестиции, за да се подобри изгледът на крепостите и манастирите; Финансови средства, много работа и желание; Включване в проекти на ЕС; Осигуряване на финансова обезпеченост.
5.	Достъпност и подобряване на инфраструктурата	Необходимост от инфраструктура; Достъп до обекти, било то природни или исторически; Повече зелени места - паркове и цветя;

№	Направление	Основни акценти
		<p>Туризмът на територията на общината може да се развие - трябва да има по-голяма достъпност до различни културни обекти и местности;</p> <p>Природните дадености на района да се използват пълноценно - да бъдат създадени екопътеки до значими исторически места;</p> <p>Да бъдат поставени табели и необходимата маркировка, да има пейки, места за отдих и др.;</p> <p>Подобряване на достъпа до обектите, разчистване и т.н.;</p> <p>Изграждане на повече паркови площи;</p> <p>Да се развие почивната база "Боженишки Урвич" със спортни площадки и други атракционни;</p> <p>Да се отделят нужните реални и възможни средства за инфраструктура;</p> <p>Необходимост от опазване и култура на опазване;</p> <p>Облагородяване на туристическите обекти и откриване на нови;</p> <p>Създаване на необходимите условия за отдих сред природата.</p>
6.	Предложения за туристически услуги, продукти и атракции	<p>Детски площадки и атракционни;</p> <p>Откриване на нови хотели и места за развлечения;</p> <p>Повече къщи за гости и хотели, предлагащи СПА, за да бъде Ботевград по-посещавана дестинация;</p> <p>Маркиране на екопътеки – в.з. Зелин;</p> <p>Изграждане на велоалея до язовир Бебреш;</p> <p>Изграждане на атракционни в парка;</p> <p>По пътя в.з. Зелин – изграждане на велоалея;</p> <p>Развиване на селския туризъм.</p>
7.	Планиране и развитие на туризма	<p>Да се изготви план за действие - привличане на общественото мнение по въпроси, свързани с туристическото дело;</p> <p>Програма за развитие на туризма, която да се осъществява стъпка по стъпка;</p> <p>Развитие на туризма с помощта на местната власт, бизнеса, образованието и спорта;</p> <p>Стратегия за развитие на туризма за определен период от време.</p>
8.	Прилагане на комплексни мерки	<p>Да се подобрят някои фактори като: достъп, реклама, облагородяване на обектите, бази за нощувки и реклама на историческите обекти;</p> <p>Влагане на средства, много работа и добро желание.</p>

От позициите на местното население е направена оценка на влиянието на туризма върху цялостния социално-икономически живот в община Ботевград. Предмет на оценка са трите вида основни влияния на туризма:

икономически, социални и екологични. Предимно положителни нагласи се наблюдават относно влиянията на туризма по отношение на запазването на културната самобитност на местното население, приносът му за подобряване на икономическия сектор, готовността за привличане на повече туристи. Жителите на общината не смятат, че туризмът ще влоши обслужването им, но за сметка на това отчитат, че може да доведе до повишаване на цените на стоките и отчасти на имотите.

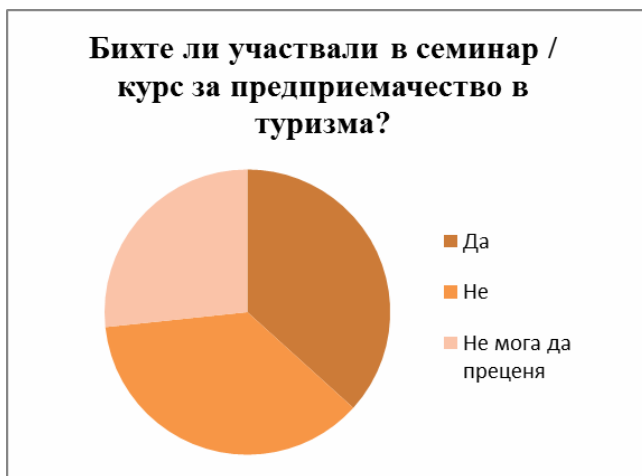
Нагласите, свързани със създаването на нови работни места и подобряване на жизнената среда, запазване на местната природна среда, подобряване на местния транспорт и външния вид на околността, са изцяло положителни, като най-убедително е изразеното мнение, че туризмът ще допринесе за увеличаването на работните места и подобряване облика на средата. Изцяло негативните нагласи са под 1%. (Виж Фиг. 22)



Фигура 22. Нагласи за влиянията на туризма върху местната среда

На въпроса: „Бихте ли развивали туристическа дейност и ако „да”, по какъв начин?” са отговорили общо 340 анкетирани, повечето от които са дали положителен отговор или са изразили колебание, но проявяват положителна нагласа. 160 са дали отрицателен отговор, като част от тях са отбелязали, че са в напреднала възраст и биха дали път на младите, а някои споделят, че не биха стартирали собствен бизнес, но биха практикували алтернативни форми на туризъм. Най-популярните отговори са къща за гости, екскурзовод, организация и провеждане на събития.

На въпроса: „Бихте ли участвали в семинар/курс за предприемачество в туризма?” 37.7% отговарят утвърдително, 37.6% не биха участвали, а 24.7% не могат да преценят (Виж Фиг. 23).



Фигура 23. Готовност за предприемачество в туризма

Сред отговорилите положително, по-изчерпателните отговори включват: бих развивала туристическа дейност в селските райони; законно, с интересни дестинации и на достъпни за хората цени, с уважение и внимание към всеки турист; като се направят повече екопътеки за походи; да, ако има стратегия, новатори в това дело и всички придобивки относно изграждане на места за отдих да се ползват от всички по всяко време и да се опазват; да: търговия, работа в информационен център; да, може би като екскурзовод; бих развивал пешеходен туризъм; с построяване на къща за гости с български традиции в приготвянето на традиционна храна; да, чрез кандидатстване по програми за развитие на селските райони; гастрономически турове, съчетани със селски туризъм и обиколка на местни забележителности; да, в областта на кулинарията; туристическа дейност, свързана с атрактивни развлечения и събития; туризъм, свързан със свръхлека авиация; малък, устойчив, етичен туристически бизнес, който да запазва самобитността и духа на традициите и обичаите в района; хотел-ресторант с атракцион до яз. Мали лаг, ако нямаше административни спънки; къща за гости и предлагане на разходки с велосипеди, офроуд и пешеходен туризъм; да, чрез фестивали, базари, дни на занаяти и култура; походи в планината, отдих сред природата, бази край града; обновяване и поддържане на яз. Мали лаг и зона за развлечения до него (пейнтбол, басейн, картинг, АТВ писта или друго); стимулиране на предприемачеството: къщи за гости, достъпност и популяризиране на туристическите обекти, онлайн карта; бих отворила къща за гости или няколко по-малки къщички за гости; да - къща за посрещане на малки групи, вид хотелско обслужване и ресторант; бих се включила в организирани разходки по екопътеки и природни местни забележителности; като бизнес не, но бих практикувал различни форми на туризъм, велосипеден, риболовен и други.

Малка част от анкетираните споделят като отговор на този въпрос какво очакват да се изгради, което би привлякло посетители. Сред предложенията им фигурират: построяване на зоологическа градина, изграждане на аква парк, вилни селища, крайградски зони за отдих, къщи за гости със съпътстващи атракции: велосипеди под наем, приключенски туризъм.

1.2. Резултати от анкетните проучвания сред посетителите на община Ботевград

Целта на анкетното проучване, сред посетителите на община Ботевград, е изследване за визията, очакванията и нагласите на посетителите, както и оценка на туристическия потенциал на общината. Използваният способ е попълване на анкетна карта, в която са включени 7 въпроса, насочени към социално-демографската характеристика на туристите и 20 въпроса, групирани в пет основни направления (Виж *Приложение 4*):

- 1) нагласи, очаквания и степен на удовлетвореност на туристите;
- 2) оценка на туристическите ресурси и атракции;
- 3) оценка на материална база и достъпността на средата;
- 4) обслужване;
- 5) организация на пътуване и информационна безопасност.

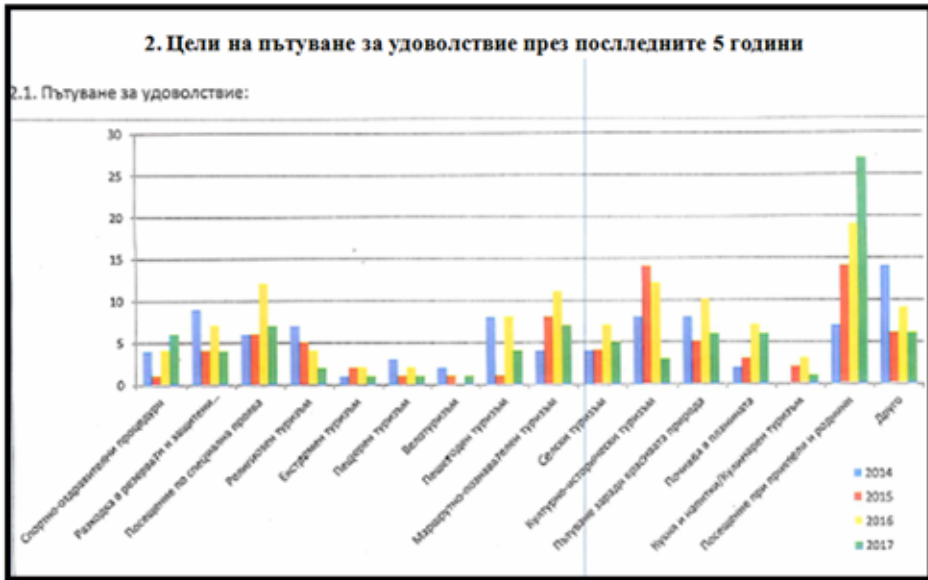
Периодът на разпространение обхваща 10.07.2017 г. - 20.08.2017 г. Анализът е направен по аналогия с анкетите, насочени към местната общност и следва една и съща тематична рамка.

В анкетното проучване участват 223 респонденти, посетители на община Ботевград на възраст между 19 и 79 г. Те са отговорили на 20 въпроса, свързани с начина на пътуване, оценка на туристическите ресурси – природни и антропогенни; оценка на местата за настаняване и заведение за хранене и развлечения, както и за спортни и други обекти и специализирани събития, мотивация и цели на посещение, най-забележителното преживяване. Последният въпрос е насочен към социално-демографската характеристика на участниците. Анкетните карти са разпространявани предимно онлайн, качени на туристически сайтове, както и персонално от членовете на екипа и доброволците, участващи в проучването, както и чрез анкетъори, предимно на територията на гр. София като основен туристически пазар.

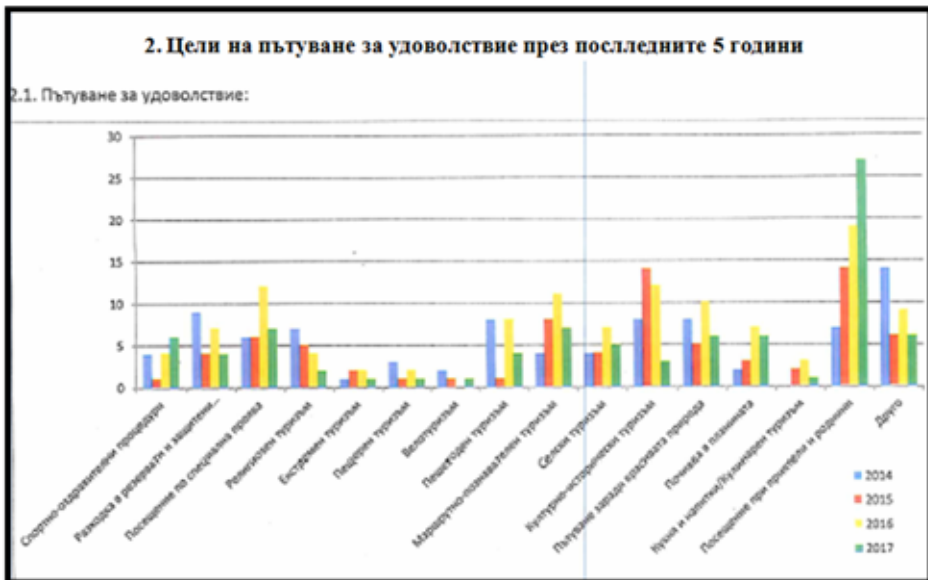
Целите на пътуване за удоволствие са обобщени във *Фиг. 24*. Безспорно се открояват посещенията при приятели и роднини, докато при служебните пътувания преобладават посещенията на търговски изложения (*Виж. Фиг. 25*).

Ясно изразена е насочеността към посещенията, които, почти изцяло, са в гр. Ботевград. (*Виж. Фиг. 26*) Посещенията в селата, отнесени към отговорите на другите въпроси в анкетата, води до извода, че целите за приемане на пътуване, в повечето случаи, освен ако не е включено посещение на някой от туристическите обекти, са изцяло посещения при приятели и роднини, но не и туризъм. Например: посещения на конна база, па-

метник-костница и манастир в с. Скравена; Врачешки манастир „Св. Четирдесет мъченици”, Боженишки урвич или бизнес мероприятие в комплекс „Кредо” в с. Трудовец.



Фигура 24. Цели на пътуване за удоволствие

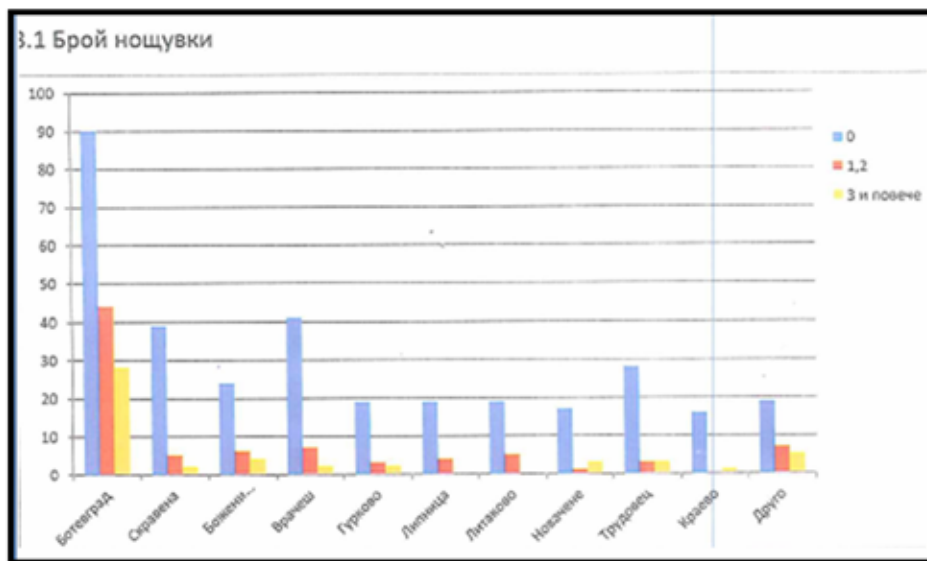


Фигура 25. Цели на служебните пътувания



Фигура 26. Посетени населени места

Броят на нощувките също показва, че повечето туристи посещават общината като екскурзианти, с престой по-малко от 24 часа. (Виж Фиг. 27) Най-много са нощувките в Ботевград, свързани предимно с участие в спортни събития.



Фигура 27. Брой реализирани нощувки

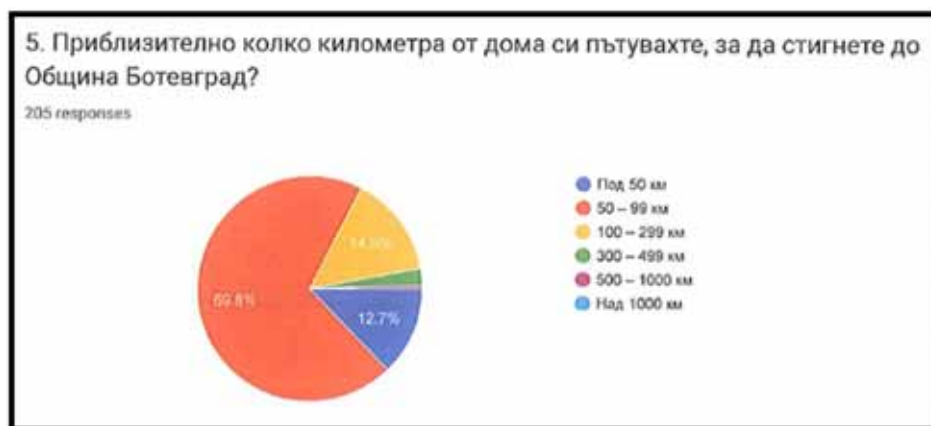
Трите най-популярни отговора на въпроса, свързан с настаняването, са както следва: 40.8% от анкетираните посочват мотел, 17.5% - хотел и 16.7% - собствена къща или вила. (Виж Фиг. 28) Фактът, че на територията на община Ботевград няма мотели, насочва към извод, че, най-вероятно, предоставилите този отговор, са нощували в крайпътно средство за наста-

няване по пътя за Ботевград, но извън пределите на общината. Това е причина, която допълнително намалява броя нощувки, посочени при предишния въпрос. Резултатите от получените отговори трудно биха могли да се приемат за напълно достоверни.



Фигура 28. Използван вид място за настаняване

Резултатите от отговорите на въпроса: „Приблизително колко километра пътувахте, за да достигнете до община Ботевград?“ красноречиво потвърждават наблюденията, че основният таргет посетители в общината са столичани – близо 70%, следвани от 14.6%, живущи в радиус до 300 км, за които районът на Ботевград е кръстопътен и 12.7% са жители на близките населени места. (Виж Фиг. 29) Особено значение има районът на Плевен и близките общини, от които има работещи в производствените предприятия в Ботевград и в някои от по-големите села на общината.



Фигура 29. Пропътувано разстояние до община Ботевград

Липсата на специализирани рекламни материали, статии в туристически списания и други печатни издания, липса на информация за Ботевград и региона в туристически пътеводители и слабо представяне на дестинацията в медиите води до ползване най-вече на личен опит и препоръки от роднини и приятели. Напълно логично 73.5% от анкетиранияте са посочили, че не са използвали интернет източници, за да планират и организират своето пътуване, тъй като дори в booking.com не фигурират повечето места за настаняване, които се намират на територията на общината. В популярни сайтове като reika.bg, nasamnatam.com и Уикипедия информацията за Ботевград и региона също е оскъдна в периода на провеждане на анкетното проучване. Прави впечатление, че 18 от анкетиранияте, най-вероятно по инерция, са посочили като източник официалния сайт на общината botevgrad.bg, където не фигурира никаква информация за туризма.

На въпроса „Какво видяхте, посетихте или преживяхте в община Ботевград по време на последното си пътуване?“ най-голям брой анкетирани са акцентирали върху посещенията и преживяванията при приятели и роднини – 76 от анкетиранияте или общо 36.2%, следват съхранената природа – 32.4% и селската среда - 27.6%. Значително по-малко популярни са музеите, реките и езерата - 15-16%. Тези резултати показват, че перспектива за развитие имат предимно селския, приключенския и екотуризма. По-малко популярни са историческите, археологическите и архитектурните обекти, смятани от местните жители за по-атрактивни. Сред забележителностите най-популярна е Часовниковата кула – символ на града, посочена от 82.3% от анкетиранияте, следвана от Историческия музей – 38.2%, Врачешкия манастир „Св. Четирдесет мъченици“ 31.7%. Степента на удовлетвореност е положителна, което се дължи до голяма степен и на факта, че посетителите нямат предварителни очаквания. (Виж Фиг. 30)



Фигура 30. Степен на удовлетвореност

Според обобщените резултати на въпроса: „*Какво ви разочарова?*” анкетираните поставят на първо място липсата на указателни табели, следвано от затворени туристически обекти; лошите условия на материалната база и обслужване в хотел Ботевград; обслужващата инфраструктура; наличието на роми и просяци; зле поддържани обществени площи и мръсни улици; лоши пътища; излетия бетон и загрозяване на крепостта „Боженишки урвич”; скъпият билет на автобуса София-Ботевград; занемарени забележителности; лошо обслужване и липса на информация; липсата на указателни табели при входовете и изходите от града; лошото обслужване в заведенията; липсата на развлечения; липса на маркирани маршрути; лоши пътища и лоша инфраструктура; трудно ориентиране; нелюбезни хора. Има и отговори, че посетителите са останали доволни, дори възхитени, както и че са имали предвзрителна нагласа и очаквания, които са били оправдани. Недостатък при изследването е, че няма как да се отчете за коя година на посещение са отговорите, тъй като градът има много голям напредък през последните 3 години по отношение на чистота и поддържане на зелените площи.

На въпроса „*Кое беше най-забележителното по време на престоя ви?*” отново отговорите се концентрират върху красивата природа и красивите панорамни гледки, възможности за пикник и релаксация.

Няколко отговора са свързани със с. Боженица и крепостта „Боженишки урвич”, както и катерачните скали край селото. Отговорите, насочени към красивата природа се допълват от селската среда и спокойствието, а също така и атмосферата на града.

Срещите, забавленията и разходките с приятели също преобладават сред отговорите, което кореспондира напълно с преобладаващите цели за предприемане на пътуване, свързано с посещение при роднини и приятели. Те се допълват релевантно с отговор, насочен към семейните традиции, посещение на сватба, приготвяне на домашна лютеница и др.

Има отговори, свързани с посещение на манастирите и Паметник-костницата на Ботевите четници, разходка в центъра на града, Часовниковата кулата, красивата градска среда и атмосфера.

Няколко отговора са свързани с посещението на спортни събития и преживявания. Почти всички - 96.4% от анкетираните посочват, че биха посетили Ботевград отново. Като мотив красивата природа посочват 60% от отговорилите, за 32.4% мотив представляват забавленията, а 31.8% биха посетили Ботевград заради хората. Последното е логично, тъй като най-много пътувания са свързани с посещения на роднини и приятели. Заради храната са посочили 10.6%, а 5.3% - заради обслужването. Всички останали отговори са под 5%.

1.3. Резултати от работата на работните групи

По своята същност проучването спада към качествените методи за изследване. Извършено е въз основа на емпиричен подход и използване на социологически метод на работата „фокус група”, но за разлика от фокус

групите, които традиционно са съставени от 8 до 12 участика и се провеждат с модератор, то работните групи включват по-малък брой участници (не повече от 5). Те също имат модератор или т. нар. лидер, който направлява работата, провежда структурирани и полуструктурирани интервюта и обобщава получените резултати.

Работните групи са обособени по определени тематични области, в които участниците притежават професионален опит, компетенции и способност да генерират първична информация в съответната област: културно наследство, екология, спорт и туризъм. Целта е да се работи оперативно и доколкото е възможно, на експертно ниво.

Около месец преди стартиране на срещите на участниците са раздадени работни карти, включващи въпроси, свързани с набиране на информация в съответната тематична област, които да попълнят предварително, изцяло или частично. (Виж *Приложение 5*)

През това време участниците комуникират помежду си при необходимост по имейл, дискутират и допълват информацията в работните карти. Целта е, по време на самите срещи, липсващата информация да бъде прецизирана и да се наблегне върху изготвянето на конкретни предложения за всяка една от тематичните области.

Основният инструмент при провеждане на срещите с работните групи е използване на структурирано интервю, активен диалог между участниците във всяка група с модерирание. Те са извършени в рамките на цитирания вече проект.¹⁴ Анализът на резултатите от проведените дискусии е направен по аналогия с предишните анкети и въпросници.

Авторът на настоящата монография взе участие във формирането на работните групи, анализ, систематизиране и обобщаване на получената информация, както и като модератор на работните групи за природното наследство и спортния и ученически туризъм.

В резултат на проведени четири работни срещи бяха идентифицирани основните туристически ресурси на територията на общината, предлаганите услуги и продукти в областта на туризма и съпътстващите го дейности, туристически маршрути и потенциални туристически атракции, възможности и ограничения, свързани с предлагането на специализирани видове туризъм.

По време на дискусиите с **работната група „Материално наследство и възможности за развитие на културен и селски туризъм”** бяха очертани възможности за развитие на културен и селски туризъм, беше събрана информация за археологическите и исторически обекти на територията на общината: останки от крепости, средновековни църкви и манастири, воденицата, където са загинаи Ботевите четници, оброци и др.

¹⁴ <http://botevgrad.bg/news/view/priklyuchi-prouzvaneto-na-turisticheskiya-potentsial-na-obshtina-botevgrad-539>, достъпен 27.05.2019 г.

Друг съществен принос е обсъждането и предлагането на тематични туристически маршрути, свързани с културно-историческите обекти, включително конни трасета, тъй като няма маркирани маршрути, а съществуващите са труднопроходими и без участието на местните жители, които познават района и имат познания относно местното културно-историческото наследство, трудно биха били идентифицирани.

В резултат на дискусиите от **работна група „Нематериално наследство и възможности за развитие на фестивален туризъм“** беше набрана информация за събитийни прояви на територията на община Ботевград, местни традиции и обичаи, въз основа на които бяха генерирани предложения относно възможностите за развитие на фестивален туризъм. Задълбочените дебати по темата позволиха да бъдат дефинирани теми за събиране на информация във връзка с непопулярни местни предания и легенди, характерни обичаи, исторически факти. Бяха обсъдени предложения за честване на Фестивала на бъчвата в с. Врачеш, изпълване със съдържание и обогатяване на програмата, както и възможности за събитийни прояви, свързани с някои от символите на Ботевград: Фестивал на вишната, насочен към традиционния сорт Ботевградска вишна и популярния някога едноименен завод; създаване на атракции, свързани с автобусите „Чавдар“, включително предаване на атракция „ретроавтобус“, който да обслужва туристите при провеждане на различни събитийни прояви; доразвиване на концепцията на Дефиле на духовата музика и мажоретните състави и превръщането му във фестивал с международно значение.

Базовите резултати от срещите, проведени с **работната група „Природни ресурси и възможности за развитие на приключенски, планински и екотуризм“**, включват идентифициране на нови източници за информация и получаване на достоверна информация за биоразнообразието и местообитанията в района от местни специалисти, провеждали системни наблюдения на редки и интересни диви животински и растителни видове в естествената им среда.

По време на дискусиите в работната група бяха предоставени съвсем нови данни. Информацията се оказа изключително ценна, тъй като толкова задълбочени проучвания на територията на общината не са правени. Зародиха се предложения за конкретни екотуристически продукти: зона за наблюдение на птици, изграждане на площадки за подхранване и укрития за наблюдение на птици, създаване на защитен ландшафт и биосферен парк. Благодарение на дискусиите и допълненията от отделните участници, бяха идентифицирани по-голямата част от маршрутите на територията на общината, възможностите за обвързването им с маршрути в съседни общини и предлагане на регионален туристически продукт. Бяха генерирани предложения за приключенски, екстрем и риболовен туризъм.

Работната група „Спорт и възможности за развитие на спортен и ученически туризъм“ се оказа най-неефективна. Основните предложения

за организиране на фенски мач в памет на Гунди и Котков, музейна експозиция към зала Арена Ботевград, реклама на туристическите обекти по време на спортни събития и др. бяха дадени на първата среща, след което възможностите за генериране на нови предложения бяха изчерпани. Въпросът за търсенето на взаимовръзките между туризма и спорта остана дискуссионен, както по отношение на привличане на туристи за спортен туризъм и използване на добрата материална база, така и за обогатяване престоля на гости на общината, които я посещават с цел участие в спортни прояви или като зрители на спортни събития, на които домакин е общината.

Липсата на достатъчно места за настаняване по време на мащабни спортни събития и лошите условия в хотел „Ботевград” за пореден път бяха изтъкнати като едно от най-големите ограничения за развитието на спортен туризъм.

Бяха обсъдени възможности за образователен туризъм, но дискусиите не бяха ефективни и не бяха формирани предложения. Изтъкнато беше, че общинският хотел „Боженишки урвич” единодушно е оценен като отлична база за провеждане на зелени и бели училища, както и за настаняване на участниците при организиране на спортни лагери за подрастващи.

1.4. Анализ на работните срещи, проведени с фокус групи

Фокус групата е един от най-ползваните методи при качествените изследвания. Тя представлява разновидност на груповото интервю, при което вниманието на участниците се фокусира по дадена тема. Целта е чрез устна комуникация и групова дискусия с представители на различни целеви групи, насочена по определен проблем, да се търсят решения, като се наблюдават реакциите на участниците. Предимството на този метод на изследване е сравнително евтиното и бързо организиране, както и възможността за обработка и анализ на резултатите в кратки срокове. Методът фокус група се прилага в случаите, когато се интервюират малък на брой субекти по определена тема/теми, чието мнение е важно за проучването.

Дискусиите във всяка фокус група се извършват с помощта на модератор, който освен провеждането им, извършва и предварителна организация, свързана с определянето на необходимата информация и разработване на план за провеждането им. От особена важност е при воденето на дискусията модераторът да съумее да предразположи участниците, да умее да следи реакциите, да изслушва и да прилага чувство за мярка. Дискусията следва да бъде ръководена по начин, който не предизвиква други реакции, освен улесняване на насочването ѝ в желаната посока.

Основният инструмент при провеждане на фокус групите е използване на аудио запис и анализиране на записа с модериране.

Всички записи са извършени в рамките на цитирания проект.¹⁵ Анализът на аудио записите е направен по аналогия с предишните анкети и въпросници.

Авторът на настоящата монография участва във формирането на фокус групи с различна насоченост, в модерация на част от тях и в анализа на аудио записите, систематизирането и обобщаването на информацията. Сформирани бяха **четири фокус групи** по 12 човека, които бяха представители на:

- местната власт,
- културни и просветни дейци,
- местен бизнес,
- местни лидери на мнение.

Всички участници са включени в 3 дискусии по определена тема, в следните тематични направления:

- 1) символите, с които участниците свързват община Ботевград;
- 2) туристическите ресурси и условия за развитие на туризма в общината;
- 3) местни предания, легенди и любопитни исторически факти;
- 4) спецификата на туристическото предлагане;
- 5) възможностите за изграждане на нови туристически обекти и предлагане на нови туристически атракции.

Дискусията е свободна, като целта е модераторът да не задава точно определени въпроси, а по-скоро да следи и насочва разговора, който да следва развитието на основната тема. По време на дискусията се прави аудио запис, за да може, в последствие, да се анализират отговорите на участниците. Всяка дискусия продължава един час, като целта е всеки следващ път темата да се надгражда.

В резултат на проведените срещи бяха дефинирани символите на община Ботевград - часовниковата кула, баскетболът, автобусите „Чавдар”, духовата музика и мажоретните състави. Систематизирани бяха характерните особености на всяко селище, съществуващи предания и легенди, които да спомогнат при туристическата интерпретация и характерната идентичност на района. Дадени бяха насоки за създаване на туристически бранд Ботевград, както и предложения за развитие на туризма в общината, които станаха част от обобщените на следващ етап предложения на местната общност.

Освен модерирани срещи, проведени последователно една след друга, авторът участва в обработката на аудиозаписите и анализа на данните, както и в систематизирането и обобщаването им. За разлика от работните групи, които бяха формирани тематично, съставени от специалисти и

¹⁵ <http://botevgrad.bg/news/view/priklyuchi-prouzvaneto-na-turisticheskiya-potentsial-na-obshtina-botevgrad-539>

предимно насочени към идентификация на туристически ресурси и атракции, при фокус – групите, формирани от участници на хомогенен принцип, се дискутираха предимно идеи и предложения.

Кметовете на селата и кметските наместници наблегнаха най-вече върху предимствата на населените места, които представляват, техните дадености, както и на местни предания и легенди.

Фокусът на културните и просветни дейци беше съсредоточен върху възможностите за фестивални прояви и нематериалното културно наследство.

При фокус групите, представящи местния бизнес и местните лидери на мнение не се откриха отделни акценти, фокусирани в конкретна тематика. Впечатление направи, че участниците оцениха най-високо диалога и възможността да се запознаят.

Оказа се, че доставчиците на основни и допълнителни туристически услуги не се познават един с друг или нямат представа кой от тях с какво се занимава и какви дейности развива.

В първата среща на четирите фокус групи, проведени една след друга, с модератор специалист по маркетинг и комуникации, бяха обсъждани символите на Ботевград и уникалното позициониране на общината като атрактивна туристическа дестинация. На останалите две срещи модератор беше авторът на монографията, с цел да надгради предходните разговори и да ги обвърже с идеите и предложенията, които се зародиха в работните групи.

Основните теми от работата с фокус групите и генерираните резултати са систематизирани и обобщени в *Таблица 18*.

Таблица 18. Основни теми и резултати от работата с фокус групи

Фокус група	Основни теми	Резултати
Местна власт	Символи на Ботевград; Местни легенди и предания; Туристически ресурси по села; Възможности за развитие на специализирани видове туризъм в отделните населени места в общината.	Сондиране на мнения за символите на Ботевград и уникалното позициониране на общината като туристическа дестинация; Допълване на информация, свързана с туристическия потенциал на община Ботевград; Добиване на представа за нагласите на местната власт.
Културни и просветни дейци	Символи на Ботевград; Традиционни празници и събори; Възможности за нови събитийни прояви; Туристически обекти с потенциал за развитие.	Сондиране на мнения за символите на Ботевград и уникалното позициониране на общината като туристическа дестинация; Допълване на информация, свързана с нематериалното културно наследство; Генериране на предложения за развитие на събитийен туризъм.

Фокус група	Основни теми	Резултати
Местен бизнес	Символи на Ботевград; Конкретни предложения за туристическо развитие, свързани с дейността на участниците във фокус-групата.	Сондиране на мнение за символите на Ботевград и уникалното позициониране на общината като туристическа дестинация; Генериране на предложения за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.
Лидери на мнение	Символи на Ботевград; Конкретни предложения за туристическо развитие; Възможности за предлагане на нови туристически услуги и продукти.	Сондиране на мнения за символите на Ботевград и уникалното позициониране на общината като туристическа дестинация; Генериране на предложения за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.

Всички резултати от дейността на работните групи и фокус групите са обобщени в *Таблица 19*, като над 70% от направените предложения, включени в таблицата са в резултат на дискусиите от проведените три срещи с фокус групите с представители на местната власт, културни и просветни дейци, местен бизнес и местни лидери на мнение.

Таблица 19. Предложения от местната общност за устойчиво развитие на туризма

Приключенски туризъм	
<i>Велосипеден и конен туризъм</i>	<i>Екстремн туризъм и офроуд</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Вело маршрут - Ботевград - Скравена - Трудовец – Ботевград; • Велоалеи в града; • Вело-маршрути в периферията на общината, обхващащи панорамни точки, атракции, природни и културно-исторически забележителности; • Велоалеи и места за отдих в Рудешки дол, обичано място от местните жители за отдих край Ботевград; • Изграждане на велосипедна система и включването ѝ в европейската система на велосипедните маршрути; • Маркиране на маршрути за конен туризъм в периферията на общината; • Конен маршрут „На кон да се върнем по пътеката на времето”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Създаване на стена за катерене в съчетание със зона за скално катерене в района на с. Боженица за начално обучение и приключенски туризъм; • Спелеотуризмът и алпинизмът в местността Пещерен дол - рай за алпинистите; • Офроуд състезания край Трудовец, м. Ключовица; • Формиране на щадящ биоразнообразието маршрут за офроуд към Ржана планина; • Писта на старото поделение над казармата да се ползва за офроуд; • Благоустройство (екипиране) на пещера и осигуряване на достъп до нея.

Фестивален туризъм		
<i>Културни събития и изкуства</i>	<i>Музикални и филмови събития, традиционни събори</i>	<i>Спортно-приключенски и екотуристически събития</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Занаятчийски пленери и школи, които да се провеждат самостоятелно или като част от културни и развлекателни събития; • Биенале на съвременното изкуство във всяко едно селище, което да се превърне в знаково събитие; • Инициране на културен форум например „Мартенски дни на изкуствата“, който да се утвърди като национално събитие: един ден -посветен на музиката, втори ден - посветен на литературата и трети ден - на танцови и изобразителни изкуства, фотоизложби. 	<ul style="list-style-type: none"> • Рокерски мото фестивал по примера на Зайчар; • Изграждане на сцена за лятно кино (в парка или при басейна) и организиране на Фестивал на лятното кино; • Ракитинови празници в Трудовец: • първи ден - хорови изпълнения, • втори ден – танцови, • трети ден – обредни • Традиционни празнични събития – оброк по селата в общината; • Събор на ретроавтомобили. 	<ul style="list-style-type: none"> • Честване на Ден на Жабешкото блато и Световен ден на водата на 22 март; • Ежегоден туристически празник, със съдействието на ТД „Венеца“; • Приключенски многобой в м. Урвич; • Офроуд и велосипедни състезания; • Аматорски турнир по тенис; • Фенски мач в памет на Гунди и Котков. • •
Уикенд туризъм и отдих		
<i>Крайградски и градски отдих</i>	<i>Пазари и изложения</i>	<i>Ремонт и реставрация на туристически обекти</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Зони за отдих и велоалеи около индустриалните зони; • Крайградска зона за отдих с къмпинг и възможности за риболов и водни спортове – местност “Мали лаг”; • Да се възстанови ул. Гурко като пешеходна улица - някогашна чаршия. 	<ul style="list-style-type: none"> • Да се възстанови тридневния пазар на керамиката; • Коледен базар; • Съботен битпазар в Ботевград, изграждане на голяма площадка; • 	<ul style="list-style-type: none"> • Ремонтниране и подобряване функционирането на хижите в общината; • Паметник-костница на Ботевите четници в с. Скравена; • Реставрация и реновация на Часовниковата кула в центъра на гр. Ботевград, за да е достъпна за посетители.
Благоустрояване на градската среда и създаване на нови туристически атракции		
<i>Арт пространства и зелени зони</i>	<i>Музейни сбирки и ТИЦ</i>	<i>Тематични атракции</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Открито пространство за Арт изложби, както е „Мостът на влюбените“ в София; • Да се обособи празно пространство (на открито и на закрито) за арт изложби; • Да се открият нови места за паркиране и тогава да се 	<ul style="list-style-type: none"> • Туристически информационен център в Ботевград • Нетрадиционен музей в Ботевград или Трудовец, който да привлича транзитни туристи • ТИЦ към килийното училище в с. Боженица; • Използването на ретро автобус като ТИЦ в центъра на Бо- 	<ul style="list-style-type: none"> • Формиране на зона за Bird-watching в района на ЗМ Дренето и влажните зони край Гурково и Литакowo; • Изграждане на укрития за наблюдение на птици с площадки за подхранване; • Възстановяване на авто-

<p>обособи зелена зона;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Парковото пространство зад музея да се обособи за арт изложби; • Читалня и павилион, в който може да се вземат книги, които да функционират като ТИЦ, подобно на пространството пред Народен театър „Иван Вазов“, където работят млади хора по проект на столична община, те са екскурзоводи и развеждат туристи на популярни места в София. 	<p>тевград;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Интерактивен музей; • Филиал на РИМ - Ботевград в Трудовец „Битът през времената“, представящ носите на целия регион; • Етнографска експозиция в читалището в Скравена; • Етнографска къща-музей в традиционен за града архитектурен стил, която да представя градски бит и култура от началото на 20 век. 	<p>бус “Чавдар” и предлагането му като туристическа атракция по време на събития.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Изграждане на костница с двата черепа на Ботевите четници в градинката при кметството на с. Гурково; • Създаване на скаутски лагер; • Малко етно селище с демонстрация на занаяти. •
---	---	---

Туристическа анимация и интерпретация

<i>Художествено-творческа анимация</i>	<i>Хотелска и ресторантьорска анимация</i>	<i>Спортна анимация</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Демонстрация на устойчив дърводобив в ДЛС Витиня – възена линия, ботанически турове и възпитателни дейности с деца; • Обичай „Комичкване” в Гурково – залци хляб се пускат по реката, черпи се с ястие от коприва. 	<ul style="list-style-type: none"> • Предлагане на кулинарни атракции – механа „Лозята“ с гозбите на баба Цеца и къщата на Цеко Млеко; • Кулинарен конкурс за гозби от Ботевградско, фирми които месят козунаци, правят сладки, да се поканят специалисти кулинари. 	<ul style="list-style-type: none"> • Спортна зона в района на Боженица, която може да включва игрище за баскетбол, за волейбол, футбол на малки вратички, тенис и др. • Провеждане на стрийтбол по време на Великденския събор; • Крос ориентация • Детска дискотека на кънки – ледена пързалка • Тенис на маса и тенис на корт.

Маршрутно-познавателен туризъм

<i>Планински маршрути</i>	<i>Тематични маршрути</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Възстановяване на пътеката от х. Родината до с. Стубеля, поставяне на маркировка, изсичане на храстите; • Каньонът на р. Бебреш от Боженица до Своде – екотуристически, велосипедни и конни турове; • Маршрут: х. Лескова – х. Витиня – Елин Пелин – с. Ябланица; • Маршрут от Краво по черен път покрай реката, през Маринов рът, стига до билото на Побитите камъни; • Пътека от Радотина до Манастира „7-те престола” – да се маркира и да се провеждат преходи с планински водач. 	<ul style="list-style-type: none"> • Тематични маршрути, свързани с оброците в района на Литаково; • Маркиране на вековни дървета, свързване с легенди и истории и включването им в тематични пешеходни, велосипедни и конни маршрути; • Тематичен исторически поход „Обирът на хазната”; • Маршрут, включващ старинните църкви Св. Георги край Трудовец, м. Манастирището, Преображенския манастир в Скравена, Нанковския манастир край Липница. Църквиче са еднотипни и могат да бъдат свързани с пътека и са на едно и също разстояние една от друга; • Маршрут за религиозен туризъм, включващ 13 църкви все по проекти от времето на Възраждането;

	<ul style="list-style-type: none"> • Маршрутът „По пътя на Ботевите четници”, освен за местни деца, да се разработи и за външни посетители; • Тематични маршрути: „Пътят на рудата”, „Пътят на пчелата”.
Културен и селски туризъм	
<i>Развитие на културен туризъм</i>	<i>Развитие на селски туризъм</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Популяризиране на експозицията в Историческия музей, включително създаване на интерактивна експозиция; • Туристическо предлагане, свързано с легендата за тримата братя Крайо, Рашко и Радан; • Проучване и социализиране на крепостните останки в общината. “Боженнишки Урвич” да се предлага за посещение с екскурзоводска беседа в пакет с Клиийното училище в с. Боженица; • Да се привлекат туристи в Зелинския манастир „Рождество на Пресвета Богородица”, включително ученически туризъм и летни лагери, но там трябва да се кандидатства по проект. Има сгради, които са за ремонт като камбанарията и част от другите сгради. Манастирът може да се превърне в място за посещение, защото е приветлив и е отворен по всяко време. Природата е изключително хубава. 	<ul style="list-style-type: none"> • Местните жители в селата на общината трябва /биха могли/ да предложат настаняване в стаи за гости; • Подпомагане на занаятчийство: бъчварство с фестивал на бъчвата, производство на икони, пчеларство, дърворезба, керамика; • Странноприемница в Липница, като вторият етаж да се направи с 2 стаи за гости, а на първия - сладкарница и лекарски кабинет; • комплексен продукт на селски и аграрен туризъм в с. Гурково.
Промотиране на Община Ботевград	
<ul style="list-style-type: none"> • Общ синхронизиран календар на събитията в общината: спортни, културни, бит и традиции; • На баскетболните мачове на стената в спортната зала да излизат надписи със снимки от туристически места от района. Пред залата има огромно пространство, което не се използва, там може да се направи една голяма хубава карта, на която да са обозначени всички забележителности в района • Подобряване на информационната среда и достъпа до туристическа информация. ГИС системата с късковеете, предвидени по предишния проект за развитие на туризма. Такова информационно интерактивно табло има пред музея в Троян. • Билбордовете на влизане в Ботевград да бъдат включени в комуникационната стратегия, както и проучване на възможности за поставяне на билборд на магистралата. 	

Направените предложения са обсъждани с ръководството на община Ботевград и външни експерти, с цел преценяване на тяхната реалистичност и възможностите за включване на част от тях като конкретни мерки за изпълнение на стратегическите приоритети на община Ботевград в областта на туризма и внедряването им в местните туристически политики.

1.5. Резултати от срещите с представители на съседните общини

След набирането на основната обща информация за туристическия потенциал на община Ботевград, в две последователни работни срещи с представители на съседните общини и дирекцията на природен парк „Врачански балкан” бяха проведени дискусии за възможностите за развитие на регионален туризъм и разработване на общи туристически продукти. Бяха обсъдени резултатите от анализа от анкетните проучвания, както и предложенията, направени по време на проведените срещи с работните и фокус групите. Последва обобщение на получените резултати и конкретизиране на възможностите за общо туристическо предлагане между две и повече съседни общини.

На първата среща представителите на всяка една от общините имаха възможност да споделят и обменят опит. Тя беше проведена, за да се установят характерните туристически ресурси и атракции на територията на всяка една от общините и да се опишат най-атрактивните и посещавани туристически събития, наличната материална база и особеностите на туристическото предлагане.

Целта на втората работна среща беше да се събере ценна информация за възможностите за общо туристическо предлагане и да се направят предложения за формирането на регионален туристически продукт между две и повече общини.

След втората дискусия на упълномощените представители беше изпратена анкетна карта, включваща четири въпроса:

- „Кои са ключовите туристически забележителности във Вашата община?”
- „Кои са ключовите събития във Вашата община? (наименование и дата/период на провеждане)”;
- „Какви са Вашите предложения за съвместни туристически продукти с община Ботевград? (моля посочете)”;
- „Как определяте възможностите за сътрудничество в областта на туризма между вашата община и община Ботевград?”.

Целта на анкетата е всяка една от общините да резюмира, допълни и систематизира резултатите от проведените дискусии, а направените предложения да бъдат заложили като приоритетни при разработване на регионален туристически продукт между две и повече съседни общини.

Авторът участва в подбора на представителите на отделните общини, като освен стандартно писмо, адресирано до съответния кмет, бяха поканили ресорни служители, институции, фирми и организации, ангажирани с пряко участие в реализирането на местните политики (ДПП „Врачански балкан”, представители на сдружение „Тринога” от с. Желен, „Уайлдан” ЕООД от Мездра и пещерен клуб „Хеликит” София, които имат пряко отношение към развитието на туризма).

Полезно за настоящото изследване беше проучването на опита на съседните общини, запознаването с ресурсния им потенциал, събитията, които предлагат, начинът на функциониране на основните туристически обекти (включително ТИЦ, където съществува), както и визията на всяка отделна община за съвместни туристически продукти и маршрути. Откри се идеята за общо рекламиране на района и изграждане на регионална уеб платформа, където да се промотират ключовите за всяка община туристически обекти, събития и маршрути. Обобщените резултати са представени детайлно в *Таблица 20*.

Таблица 20. Обобщени резултати от дискусиите и анкетните проучвания, проведени с представители на съседните на Ботевград общини

Община	Ключови забележителности и събития	Предложения за съвместни туристически продукти и възможности за сътрудничество
Правец	<p>Исторически музей, Антична крепост „Боровец”, Музеен комплекс „Родната къща на Тодор Живков“ с колекцията подаръци на бившия държавния глава „България и светът”, паметник на Тодор Живков, манастир „Свети Теодор Тирон и църква „Свети Атанасий Велики”, пътека за пешеходен и планински туризъм от м. „Топилата” до м. „Камичето”, туристически маршрут, атракции и културно-историческа експозиция на средновековна църква „Света Богородица”, Международен музикален фестивал „Модерни празници”, Тодоровден – Традиционен празник-събор на Правец; спортно-туристически празник „Камичето” в гр. Правец, празник на крепостта „Боровец”, спортно-туристически празник „Моновец”, 16 октомври – Празник на град Правец; турнири по голф; баскетболни и футболни мачове в Спортен комплекс-Правец; общински турнир по стрийтбол; турнир по триатлон гр. Правец; природен парк „Небесните пасбища”, църква „Свети Архангел Михаил”, старо класно училище (1848 г.) с оригинална възстановка на класна стая от Възраждането и експозиция за историята на селото; Туняковският хан (1820 г.), с възстановка на скривалище на В. Левски в с. Видраре, църква „Света Параскева” (1834 г.), в с. Осиковица; манастир „Св. Архангел Михаил”; Руски паметник на хълма „Бърдо”, църква „Възнесение Господне”, с. Калугерово; църква „Свети Николай”,</p>	<p>Възможност за кандидатстване с общ проект за създаване на общи/обедняващи маршрути.</p> <ol style="list-style-type: none"> с. Своде (от еко пътеката) до крепостта „Боженишки Урвич”. крепост „Боровец” - крепост „Урвич” – две крепости от Старопланинската укрепителна система (възможности за конен, пешеходен и вело туризъм). Килийно училище в с. Боженица и Класно училище в с. Видраре. Възможности за религиозен туризъм на територията на двете общини (църкви, манастири, представители на възрожденската архитектура). <p>Обедняване на дестинациите чрез предлагане на общ пакет услуги и забележителности, чрез който да се даде възможност на посетителите да се запознаят цялостно с региона.</p> <p>Създаване на съвместна интернет платформа, представяща туризма на територията като „виртуална разходка”, презентираща разстоянието между общините и обектите между и в тях.</p>

Община	Ключови забележителности и събития	Предложения за съвместни туристически продукти и възможности за сътрудничество
	с. Своде; оброчен знак с изграден до него параклис „Възнесение Господне” и място за отдих, с.Осиковска Лъкавица,	
Етрополе	Часовниковата кула - символ на града, Историческият музей, манастира „Света Троица”, запазени възрожденски къщи: „Арnaudовата къща” (на първия етаж се намира „Клуб на културните дейци”, а на втория етаж се помещава етнографската експозиция на Историческия музей) и „Павелпанчовата къща”, която е била щаб на генерал Гурко през 1877 г., петте църкви в град Етрополе („Свети Архангел Михаил”, „Свети Георги”, „Свети Илия”, „Света Параскева” и „Свети Никола”), разположени под формата на кръст. Природни забележителности: водопадът „Варовитец”, водопадът „Вранята вода”, скален масив „Куклите”, „Орлов камък – червената стена” (скален комплекс, обитаван от редки и застрашени от изчезване грабливи птици), „Чертиград” (останки от тракийска крепост и паметник на културата с национално значение); ловно стопанство „Елен”, конна база „Balkan horses”, почивна база „Кокалското” и хижа „Стражата”, обичай „Пеене на пръстените”, „Атанасовден” /туристически зимен празник/, „Празник на етрополските зетьове”, „Петровден” /празник на града/, МОГА ФЕСТИВАЛ /младежки фестивал/, Национален туристически събор „Златна есен”.	Маршрут, който свързва всички обекти в региона от тракийската епоха. Маршрут, който свързва Ботевград, Правец и Етрополе. Създаване на някакъв вид туристически пакети, които се свързват исторически с региона; Възрожденско наследство; Религиозен туризъм.
Мездра	Археологически комплекс „Калето“, природен феномен „Ритлите“, Черепишки манастир, църква „Св. Николай“, скални рисунки, местност „Говедарника“ с. Царевец. Фестивал на Средновековните традиции, бит и култура „Калето – Мездра“, Фолклорен фестивал „Де е българското“ Концерт за отбелязване на празника „Вяра, Надежда и Любов“, Празници на културата.	Отговор: „В момента не можем да кажем“ Общи събития и възможен общ уеб портал
Роман	Крепости в Община Роман: Римска крепост „Виноград” – село Струпец, Средновековна крепост „Калето“ – с. Камено поле, Средновековна крепост в местността „Камарата“ с. - Камено поле, Антична крепост в местност „Селището“ – с. Си-	Туристическо плаване по поречието в района на река Искър и р. Малък Искър, под надслов Извор на живот – от село Зверино до село Карлуково. Пешеходен маршрут: от с. Боженица през каньона на р. Бебреш от село

Община	Ключови забележителности и събития	Предложения за съвместни туристически продукти и възможности за сътрудничество
	<p>ньо бърдо, Крепост „Кривград“ – с. Караш, „Романова крепост“ гр. Роман, „Трулензис“ – тракийска, антична, късноантична и средновековна крепост – с. Кунино.</p> <p>Природни забележителности: „Червеница“ - скално образувание край с. Кунино, „Гълъбарника“ и „Самуилица Г“ - пещери в землището на с. Кунино, „Чуклите“, „Камарата“, „Каменния мост“ – забележителни скални образувания в землището на село Камено поле, „Имелен“, „Калница“, „Горната тръница“, „Целгуля“, „Маргиница“, „Чучура“, „Кошарата“, „Боеви пропасти“, „Кривина“ – пещери при с. Камено поле, Римска пещера, Троевходица, Кремъчната пещера – пещери в с. Струпец.</p> <p>Паметници на културата: Манастирски комплекс „Св. Архангел Михаил“ – с. Долна Бешовица, Праисторическо селище и средновековен некропол в местността „Селището“ - с. Камено, „Пуста черкова“ - с. Камено поле, Средновековна крепост в местността „Камарата“ – с. Камено поле, Средновековна крепост в местността „Калето“ – с. Камено поле, църква „Св. Николай“ с. Караш, антично и средновековно селище с некропол – гр. Роман, Тракийско селище – с. Кунино, Праисторическо селище – с. Кунино, Антична крепост – с. Синьо бърдо, Средновековна крепост „Калето“ – с. Струпец, Средновековна крепост „Виноград“ – с. Струпец, Средновековна църква и манастир – с. Струпец, църква „Св. Архангел Михаил“ – с. Курново, ханче „Васил Левски“ – архитектурно – художествен паметник на културата в с. Курново. На 1 февруари в гр. Роман се провежда Общински празник на виното; Март месец – конни надбягвания, 19 – 24 май – ежегодни майски празници на просветата и културата, 28 – 31 октомври – традиционни ежегодни панаирни празници</p>	<p>Своде (общ. Правец) през хижа Горска фея (общ. Роман) към Тържишки манастир (Струпешки манастир) общ. Мездра, село Царевец (общ. Мездра) Конен маршрут – Роман – село Камено поле, (река Ръчене)</p> <p>Основен проблем в съвременното развитие на туризма и курортното дело на територията на община Роман се свеждат до липсата на финансови възможности за реставрация и съхранение на историческите обекти, поддържането на туристическата база от настоящите собственици, ограничени инвестиции и нови туристически обекти, липса на съвременни обекти за туристите, слабо познаване на района като туристическа дестинация, липса на активна реклама, нисък дял на организиран туризъм, състоянието на общинската инфраструктура.</p> <p>Кметът на община Роман подкрепя и застава зад идеята за съвместен регионален туристически продукт със съседни общини, което ще направи общините разпознаваеми и привлекателни за туристи от страната и чужбина.</p>
Горна Малина	<p>Къща музей и дом паметник „Елин Пелин“ с. Байлово, Хидропарк „Вягърните мелници“, Паметник на победата Арабаконак , екопътека до извора на р. Бебреш, Манастирски пещери със скални рисунки</p>	<p>Ботевград – Арабаконак – Байлово (конни и вело маршрути)</p>

Община	Ключови забележителности и събития	Предложения за съвместни туристически продукти и възможности за сътрудничество
	и барелефи, Многофункционална спортна зала „Арена Горна Малина“, 3 Конни бази, Регионален фестивал на хумора „Който се смее, дълго живее“ на 1-ви април в Байлово, Фестивал на кино-то и спорта, Фестивал на храната и традициите.	
Елин Пелин	<i>Не са изпратили отговори; Участие на представител в първата среща</i>	
Своге	<p>На територията на село Желен - природни, исторически и социални забележителности, различни панорамно разположени скали, 17 действащи светилища – оформени групи от вековни дървета. Езеро в квартал „Бобковица“ – биоразнообразие на флора и фауна, възможност за наблюдение на защитени видове – обикновена блатна костенурка и др. Преход – 10 мин. от гара Своге, 1 час от центъра на с. Желен. Пещера „Мечата дупка“, Водопад ”Под Камико“ край с. Гара Бов с екопътека, скален феномен "Камината", останки от средновековния манастир "Св. Архангел Михаил", връх Издремец (1495 м.) представлява част от маршрут ЕЗ - Ком-Еминe и се намира на 5 часа пеша от центъра на селото, скално образувание „Джуглата“ в близост до жп гарата на с. Церово. В подножието на връх Издремец има автентични останки от древен римски път, водещ от древните рудници към река Искър. В близост, в историческата местност Тръстеная, се намира хижа "Тръстеная" с капацитет от 30 места. На 30 м южно от нея са руините от средновековния манастир "Св. Панталеймон", днес е запазен оброкът "Св. Панталей Пътник" със стар оброчен кръст. Останки от византийския манастир Св. Кирики в с. Желен, на десния бряг на р.Искър, в местността Кирик.</p> <p>15 активни култови места с изгдигнати оброчни кръстове, наречени на различни християнски светци – с. Желен. Манастир „Седемте престола“, Вазовата Екопътека, Пещера „Темната дупка“, Лакатнишки скали, Паметник „Септемврийци“, Фестивал „Арт Екстрийм“, Велосъстезание „Джуренец Куест“, Празници на Искърското дефиле, Празници на хляба.</p>	<p>На този етап Община Своге не обмисля да участва в създаването на регионален туристически продукт, тъй като все още развива локалният svogetour.com.</p> <p>Направени са предложения от Сдружение „Тринога“ за подобряване на условията на основно ползваните маршрути, както и на Своге – Ябланица - Ботевград: маркиране на пътеките, поставяне на информационни табели за наличните природни дадености и места за посещение и общи правила и насоки за еко поведение, обособяване на места за бивакуване и безопасно палене на огън, изработване на колекционерски ламинирани наръчници за всяко отделно трасе, подобряване на условията за взаимодействие между туристи и домакини, посредством тренинги, инструменти за комуникация и др.</p> <p>Създаване и предлагане на съвместен, регионален туристически продукт. Разписване на обща стратегия, уточняване на кратко, средно и дългосрочните междинни и крайни цели, наличните ресурси и организирането им за постигане на междинни и крайни продукти.</p>

Община	Ключови забележителности и събития	Предложения за съвместни туристически продукти и възможности за сътрудничество
Враца	Природозащитен център Натура, Враца, Водопад Скокля, Проход Вратцата, Водопад Боров камък, Развлекателен парк и пещера Леденика, Околчица, Къща-музей Баба Илийца, Местност Рашов дол, Природна забележителност Ритлите, Комплекс Дядо Йоцо, с. Очин дол, Лакатнишки скали, Манастир Св. Иван Пусти, Черепишки манастир Успение Богородично Национална инициатива за почистване на природните паркове (в рамките на инициативата да почистим България за един ден) Отбелязване на Еньов ден, Международна нощ на прилепите и Седмица на гората	Изграждане на интернет сайт с места за настаняване и забележителности и възможни едномеденни/двудневни маршрути. Например : София – Ботевград (музей и т.н.) – Лютиброд (посетителски център, Ритлите, Черепишки манастир) – с. Челопек (къща баба Илийца) – Враца (Исторически музей) – София Възможност за търсене по място, събитие и т.н.

Получената информация е анализирана и въз основа на направения анализ и допълнителни разговори с представители на съседните общини, сдружение „Тринога” с. Желен и „Уайлдан ” ЕООД, са обобщени предложения за регионален туристически продукт, отчетен при целеполагането и определянето на стратегически приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.

2. Основни изводи за предлагането на устойчив туристически продукт на територията на община Ботевград

Направените проучвания показват, че, въпреки сравнително ограничения ресурсен потенциал, с който разполага община Ботевград, има предпоставки за устойчиво развитие на някои специализирани видове туризъм.

Специализираните видове туризъм са алтернатива на масовия туризъм по начин на предлагане, отговарящ на съвременните тенденции и изисквания; работа с местни доставчици на услуги и генериране на приходи за местната общност; индивидуална насоченост към личността и потребностите на туриста; внимание и грижа за природните и културните ценности, с които разполага дестинацията и устойчиво развитие на туризма.

На територията на община Ботевград има условия за устойчиво развитие на няколко специализирани видове туризъм, които да се очертаят като приоритетни. Това са:

- 1) приключенски и екстремни туризъм,
- 2) спортен туризъм,
- 3) екологичен туризъм (екотуризм),
- 4) планински туризъм (маршрутно-познавателен) и
- 5) селски туризъм.

Благоприятна предпоставка за това развитие, както потвърждават резултатите от анкетните проучвания, са съхранената природна среда, оценена високо от посетителите, планинският и хълмист релеф, биологичното разнообразие, както и добрата спортна база, с която разполага общината. Ограниченията при планинския, приключенския и екологичния туризъм се свързват с взаимовръзката между населените места в община Ботевград и Балкана, която към настоящия момент е прекъсната, няма ясно очертани и добре маркирани туристически маршрути, но въпреки това има перспектива за развитие, тъй като изискват сравнително по-малък финансов ресурс.

Специализираните видове туризъм, които се очертават като съпътстващи за устойчивото туристическо развитие на община Ботевград са:

- 1) културен и фестивален,
- 2) ловен и риболовен,
- 3) доброволчески туризъм.

Проблемите, свързани с достъпността и функционирането на културните обекти, недостатъчната привлекателност, високата капиталоемкост, която изискват, както и липсата на достатъчно атрактивни събитийни прояви, нареждат културния и фестивалния туризъм като съпътстващи, но с перспектива за развитие при възможности за външно финансиране и разработване на оригинални концепции на провежданите събития.

Ловен туризъм се предлага в ДЛС „Витиня”, където е разработен качествен туристически продукт, отговарящ на изискванията и на български, и на чуждестранни туристи, но капацитетът на ловното стопанство е малък и няма сериозна перспектива за по-мощно развитие.

Развитието на доброволческия туризъм е свързано с традиции в доброволчеството, каквито все още няма, но е заложен като съпътстващ вид туризъм, тъй като на местно ниво има инициативни организации, които могат да участват в развитието му (скаутски клуб „Орко”, сдружение „Трудоловци”, „Номадско Единение” и др.).

За целите на изследването изброените специализирани видове туризъм могат да бъдат обединени в няколко групи:

- 1) **спортен, приключенски и екстремн**, насочени към активна двигателна активност сред природата;
- 2) **планински, селски и екотуризъм**, с потенциал за развитие при по-малките населени места, характеризиращи се със съхранена природна среда, благоприятен ландшафт и богато биологично разнообразие;
- 3) **културен и фестивален туризъм**, насочени към материалното и нематериалното културно наследство;
- 4) **ловен и риболовен туризъм**;
- 5) **доброволчески туризъм**, който има своята специфика.

2.1. Устойчиво развитие на спортен, приключенски и екстремн туризъм

• Спортен туризъм

Спортният туризъм е вид специализиран туризъм, задоволяващ потребностите на туристите от спортуване, рекреация и активен отдих чрез участието им в различни спортни прояви. Практикуващите спортен туризъм са на възраст основно между 25 и 50 години, със средни или високи доходи, тъй като се изискват специализирани екипировки и съоръжения и обикновено, разходите при този вид туризъм са значително по-високи от средните.

Спортните туристи могат да бъдат разделени в две основни групи: активни участници, които вземат участие в различни спортни активности и пасивни участници, които са туристи, присъстващи само като зрители на спортно събитие;

В зависимост от целите на пътуване и крайния резултат, могат да се обособят:

1. *Спортно-рекреативен*. Стамов и Алексиева (2003) определят спортно-рекреативният туризъм като вид специализиран туризъм, целта на който е да предостави условия за поддържане или възстановяване на добро физическо и психическо състояние, чрез ползване на разнообразни двигателни упражнения, действия или прояви. Според Василева (2009) тук се отнасят видовете спорт, които не изискват големи физически усилия. При тях основната цел е релаксация чрез физическа активност.

2. *Спортно-развлекателен*. При спортно-развлекателния туризъм при различни видове спорт се участва за развлечения (Алексиева, Стамов, 2003). Практикуват се разнообразни видове спорт с основна цел развлечения и получаване на силни усещания. Поради това тези спортове могат да се разглеждат и като елемент на развлекателния туризъм. (Василева, 2009)

3. *Спортно-оздравителен*. На практика, всеки един спорт притежава оздравителен ефект. Като типични спортно-оздравителни видове могат да бъдат посочени лечебната физкултура, фитнесът и аеробиката. Поради специфичната мотивация на практикуващите го, свързана с възстановяване и укрепване на здравето, спортно-оздравителният туризъм може да бъде отнесен и към лечебния туризъм. (Василева, 2009)

4. *Спортно-занимателен*. Осигуряването на допълнителни занимания на туристите е задача на аниматорите. Тези занимания не са цел на туристическото пътуване, а са предназначени за разнообразяване на престоя. (Василева, 2009)

Ботевград е известен със спортните си прояви и е запазена марка, благодарение на съвременната спортна инфраструктура на открито и закрито. Близостта му до София е голямо предимство пред други съседни, равноотдалечени общини от столицата. Наличната спортна инфраструктура за големи спортни прояви, както и за спортуващи традиционни видове спорт,

е концентрирана в град Ботевград. Малките населени места не разполагат с добра спортно-техническа база, която би била полезна за туристите, желаещи да разнообразят престоя си с краткотрайни занимания на открито. Силната страна на територията е във възможностите за алтернативни и разнообразни форми на спортуване, които в по-малка степен са зависими от локална спортна инфраструктура, като стрелба с лък по стационарна мишена; спортни детски лагери, планинско ориентиране; здравословни практики на открито – йога, ци гун и други.

За развитието на туристическия продукт за спортен туризъм е необходимо да се разработи концепция за спортна анимация, която ясно да дефинира ролята на общината и местните доставчици на продукти и услуги в тази сфера. Съвместното реализиране на подобен продукт ще направи Ботевград още по-атрактивна и конкурентна дестинация за туризъм. Спортната анимация изисква творчески подход, съобразен със сезонния характер на спортните прояви, наличната спортна, природна и културна инфраструктура, човешкия ресурс, наличие на местен доставчик – аниматор за съответния туристически продукт и услуга.

При възможност за външно финансиране, силен посетителски интерес ще привлече изграждането на мултифункционална спортна зона, която може да включва игрище за баскетбол и/или волейбол, футбол на малки вратички, тенис маса и тенис на корт. Съоръженията могат да се ползват за различни спортни прояви, за организиране на турнири, което от своя страна би подпомогнало масовия спорт в общината. В същото време съоръженията може да се предлагат срещу такса на желаещите да ги ползват, ако таксата е по-ниска от тези в София. Това би могло да привлече ползватели от там или от други съседни населени места. Има възможност да се предлагат туристически пакети, с възможности за ползване на наличната спортна база: зали за баскетбол, игрище за футбол на малки вратички, ледена пързалка, както и достъп до наличните открити басейни. Едно от най-важните условия за по-масово ползване на базата е съотношението качество-цена на услугата, което трябва да бъде съобразена с конкурентното предлагане в съседни общини и София.

• Приключенски и екстремн туризъм

Приключенският туризъм набира все повече популярност като съчетание от няколко вида туризъм: планинско колоездене, конен туризъм, съчетан с конни преходи, скално катерене, проникване в неблагоприятни пещери, преходи със снегоходки през зимата, летене с парапланер, делтапланер, балон и др., практикуване на водни спортове и прочие. При практикуването на този вид туризъм доминира общуването с природата и активното участие с определен физически ангажимент за туристите. Тази група от различни по сезонност и среда турове имат своите най-големи привърженици сред младежите и хората, работещи в стресова среда, за които общуването с природата и съчетанието му с определена активност или спорт,

е от изключително значение. Налице е и феномен на мода, но над всичко стои осъзнатата потребност да се пребивава активно сред природата. Това е и най-динамично развиващият се сегмент в световния туризъм.

На практика, възможностите за развитие на приключенски и екстрем туризъм на територията на община Ботевград са значителни и не изискват големи инвестиции. Желанието на местните предприемачи за предоставяне на различните видове туристически продукти и услуги по видовете туризъм, както и интеграцията помежду им при предоставянето съвместно на продукти за търсещите нови изживявания, до голяма степен ще е решаващо при реализирането на инициативата **„Ботевград – приключение на кръстопът“**.

Предлагане на туристически пакети за приключенски преживявания и наличието на традиции, в съчетание с природните дадености, са предпоставка за успешно промотиране на туристически продукти за обучение и практикуване на скално катерене, конен туризъм, делтапланеризъм, велотуризъм, офроуд възможности и др.

Спелеотуризмът в община Ботевград няма потенциал да бъде развиван като отделен вид специализиран туризъм. Големият брой пещери (Виж Приложение б) не притежават подходящи условия, за да бъдат атрактивни за туристите. Близо $\frac{2}{3}$ от тях са с дължина до 20 метра, като в тях липсват интересни образувания от посетителска гледна точка; отдалечени са от достъпна пътна инфраструктура и от сега съществуващите туристически маршрути, липсва подходяща транспортна инфраструктура – например: при клъстерно разположените пещери в района на село Липница няма спирка на автобусен и железопътен транспорт наблизко, което прави, на практика, невъзможно посещението от туристи без собствен превоз.

Труден е достъпът до някои от най-интересните за посетители пещери, като пещерата „Очите“ (с дължина 10 метра), намираща се в района село Липница. Тя е разположена на скален венец, като до нея достъпът е през силно пресечен и необезопасен терен, с опасност за падане от височина над 20 метра. Някои от пещерите са тип „пропасти“, за което се изискват специални умения в скалното катерене; задължително влизане със специализирана екипировка дори в тези, които са сравнително достъпни; наличие на защитени видове, основно на колонии от прилепи, например „Водната пещ“ и „Козарника“, които са лесно достъпни и имат интересни карстови образувания; краткотрайност на преживяването - липсва един от най-важните елементи за привличане на посетители – дълготрайно проникване в пещерата, съчетано с преживявания; липса на оператор в този вид туризъм, а именно спелеоклуб или фирма, която да асистира/ предлага туристическа услуга на посетители с необходимото осигуряване и екипировка.

Пещерите в община Ботевград могат да бъдат обект на интерес от страна на туристите единствено като част от приключенски маршрути в района на с. Боженица и с. Липница. За целта са необходими:

- **създаване на достъпна и безопасна туристическа инфраструктура** от страна на общината – финансиране на осигуряващи парапети на потенциално опасни за туристите участъци, осигуряване на табели за възможните маршрути;

- **осигуряване на местен оператор/доставчик** на туристически продукти и услуги за приключенски туризъм.

Възможностите в тази насока предполагат включване на някои от пещерите като част от приключенски маршрути или други видове специализиран туризъм.

Районът около с. Боженица и около крепостта „Боженишки урвич“ е популярен като място за обучения и практикуване на скално катерене, както и с конните си маршрути в близост. За да се реализира комплексен туристически продукт е необходимо коопериране между обучителите по скално катерене, местния доставчик на конни преходи и оператор в туризма, който може да организира пакети за приключенски туризъм.

Създаването на въжен парк и стена за катерене, в съчетание със съществуващата зона за скално катерене в района на с. Боженица, създават предпоставки за провеждане на катерачни курсове, обучения и приключенски туризъм.

Изграждането на приключенски парк с въжена градина, както край с. Боженица, така и в традиционни крайградски зони за отдих, като м. „Поп Нако“ край с. Трудовец, биха привлекли както местни, така и външни посетители.

- **Районът около с. Липница** е с огромен потенциал за създаване и развитие на приключенски маршрути, които да включват кратки пешеходни преходи; приключенски атракции с изграждане на въжени тролеи между скалните венци; възможни свързващи маршрути за скални спускания и преминаване през някои пещери като част от цялостен туристически продукт. С GPS са идентифицирани и заснети няколко потенциални приключенски маршрута.

Възможност за развитие, самостоятелно или като част от туристически продукт, имат и туристически услуги и продукти, които вече се предлагат на територията на общината:

- велосъстезания – шосейни и планински, с различна степен на сложност. За тази цел е необходимо да бъдат маркирани и промотирани;

- спускане с планински велосипеди („Downhill“ трасе) над Ботевград, във вилна зона Зелин; м. Стубеля

- полети с паратрайк и балон в района на с. Трудовец и с. Скравена;

- скокове с бърнджи от балон;

- скално катерене по изградените трасета над с. Боженица;

- планинско бягане и ориентиране, като за целта е необходимо да се конфигурират маршрути;

- тиймбилдинг игри и приключенски игри в района на крепостта

„Боженишки урвич” и в района на с. Липница;

- пълноценно използване за целите на приключенския туризъм на офроуд трасе в близост до с. Трудовец.

Устойчивото развитие на **велотуризма** е свързано със създаване на цялостна велосистема на територията на общината с цел позициониране и утвърждаване на Ботевград като велодестинация в национален и европейски план. Инициативата за превръщане на Ботевград в дестинация за велотуризъм е част от пакета мерки за създаване на нова идентичност и туристически бранд на общината, като велосистемата бъде съставна част от имиджа на Ботевград. Целта на създаването ѝ е да се надгради практиката от изграждане на велоалеи „на парче” в цяла велоинфраструктура, която да включва места за паркиране, стоянки за велосипеди, велопаркове, веломаршрути с различна трудност, места за наблюдение и места за панорамно фото-заснемане. Това е инициатива, която привлича мобилни общности и стимулира развитието на туризма.

Създаването на специализирани трасета за професионално и любителско практикуване на планинско колоездене ще допринесе за директно позициониране в спортна среда; имидж на община, подпомагаща спорта в България; получаване на одобрение от младите и активно спортуващите в цялата страна; популяризиране в социалните мрежи и мрежите за видеосподеляне.

- **Конен туризъм**

Конният туризъм спада към специализираните видове и се разглежда като част от приключенския туризъм. Природните, културните и географските дадености в община Ботевград са естествена предпоставка за развитие на този атрактивен туристически продукт. Потенциалът за неговото развитие на територията на общината се обуславя от наличието на конна база „Здравец“ в близост до с. Скравена и конна ферма „Пагане“ намираща се над с. Боженица.

Конна школа „Пагане“ предлага езда сред природата за начинаещи, които да направят първите си стъпки с обучение в естествена среда, а за напредналите - да преживеят приключение по интересни маршрути, достигащи исторически места: до крепостта Боженски Урвич по стар римски път между Скравена и Курново, покрай живописни водопади и каменни мостове на векове, покрай река Бебреш до Чекотинския манастир. Философията на школа „Пагане“ е единение с природата и синхрон с конете. Школата е ориентирана в предлагането на конни преходи в рамките на един ден, без допълващи туристически продукти и услуги.

Конна база „Здравец“ предоставя възможности за конна езда почти цялогодишно по различни обучителни програми както за деца, така и за възрастни. Обучението в базата е ориентирано към запознаване с психологията на коня и постигане на партньорство и уважение между ездача и животното.

Инструкторите изповядват философията Natural Horsemanship - философия и практика на работа с коне по начин, съобразен с техните инстинкти, поведение, стадно чувство и лични качества, което означава изграждане на правилно взаимоотношение, на комуникация и разбиране, които са ключът към сърцето на коня. Конната база предлага различни видове програми за конна езда. В зависимост от времетраенето програмите са еднокласовни и няколко дневни. Според възрастта на ездача – за деца и възрастни, видът на заниманието е конна езда на манеж в базата, конни преходи по определен маршрут, свободна езда, фотолов.

Базата предлага и „Ваканционен лагер“ - атрактивен продукт, предназначен за деца, която включва програма за обучение по конна езда, разнообразие от игри, преживявания, както и ношувка в палатки, разположени в базата.

В база „Здравец“ се предлага ездаческа терапия - медицински метод, използван вече успешно в Европа, който на практика доказва цялостното лечебно въздействие върху слаби, болни и с ограничена физическа способност хора. Терапията се изразява в три главни аспекта:

- *хипотерапия*, при която конете действат като живо "терапевтично оборудване" и се използва характерното за коня движение, което е различно от човешкото;

- *физиотерапевтична езда* и

- *ездаческа гимнастика*.

Конната база се стреми да предоставя качество и завършеност на цикъла при предлагането на продукти и услуги както свързани с видовете конна езда, здравословните аспекти, така и по отношение на осигуряване на ношувка, храна и съпътстващи изживявания – посещение на обекти на културно-историческото наследство на територията, развлечения за деца и възрастни като обучение по стрелба с прабългарски лък, тенис на маса, плуване, хора, спортни танци; система за закаляване, туристическо ориентиране, излети, събиране на билки и запознаване с лечебните им свойства и други.

Територията на община Ботевград има потенциал за разработването на множество маршрути за конни преходи. За постигане на синергия е необходимо местните предприемачи и общината да си сътрудничат тясно както при избора и маркирането на маршрутите, така и за поддръжката им; изграждането на туристическа инфраструктура, цифровизирането им с GPS следи, заснемане на атрактивен снимков или видео материал за публикуването му в общинската уеб платформа за туризъм и за популяризиране им пред потенциалните потребители – гости и туристи.

Втората посока за развитие на конен туризъм е свързана с възможностите на предприемачите да представят, управляват и продават в интернет предлаганите от тях продукти и услуги. Съвременният потребител търси информация през мобилни устройства в популярните социални мрежи и каналите за

видео-споделяне. Атрактивно представеният продукт привлича множество гледания и споделяния между потребителите, което генерира онлайн продажби. Уеб базираните платформи за продажби на „ваучери“, също са мощен инструмент за продажба на туристически продукти и услуги.

Третата посока за развитие на конния туризъм е в пряка зависимост от активността между самите местни доставчици на туристически продукти и услуги, които могат да включат в пакета предлагането на конната езда от туроператори, местни хотели, къщи за гости, оператори в тийм билдинг, предлагащи приключенски формати и други.

2.2. Устойчиво развитие на планински, селски и екотуризм

• Планински туризъм

От гледна точка на развитие на региона като туристическа дестинация, определящ фактор е планинският ландшафт, за който естествен водещ тип е **планинският пешеходен туризъм**. Въпреки безспорните природни дадености на този дял от Стара планина, засега липсва целенасочена стратегия, която поетапно да създава условия и да изгражда популярни туристически маршрути на територията на общината. Близостта до столицата и добрата транспортна достъпност са предпоставки за интерес към планините в региона, но информация се намира трудно, а за част от тях дори липсва такава. Туристическите маршрути и пътеки, публикувани в интернет, се базират на лични открития на хора, които сами съставят маршрута си и сами откриват най-интересните места в планината.

Община Ботевград разполага с голям потенциал за разработване на интересни туристически маршрути за велосипедни, конни и пешеходни туристически преходи. Сега съществуващите имат нужда от подобряване на прилежащата туристическа инфраструктура, цифровизация (GPS заснемане) и популяризирането им в интрнет, чрез общинската уеб платформа за туризъм, както и в специализирани интернет страници и канали за туризъм.

По време на теренни проучвания са идентифицирани следните **туристически пешеходни маршрути**: Ботевград – хижа Рудината – Ботевград; Краево – Ржана планина – х. Лескова и Осенов лаг; Краево през Ръжана през връх Козница (1636,3 м) до с. Литаково; Вилна зона Зелин: от м. Стубеля до х. Рудината; Боженишки урвич – Скравена; Маршрути към вр. Мургаш: яз. Бебреш - с. Врачеш – вр. Мургаш - Ржана планина - с. Литаково до хижа „Лескова“. Те обаче не са маркирани добре или изобщо липсва туристическа маркировка и са достъпни за туристи единствено с местен планински водач, добре познаващ района. Необходими етапи и критерии за социализиране на съществуващите и потенциални планински маршрути:

- Проучване на потенциални туристически маршрути;
- Оценка на атрактивността на маршрута преди инвестирането на средства в туристическа инфраструктура;
- Създаване на дигитална карта за приоритетно инвестиране в атрак-

тивни маршрути, преминаващи в близост до природни забележителности и обекти на културно-историческото наследство и в социализацията на най-интересните;

- Цифровизация: GPS следи; подготовка на цифрово съдържание за маршрута: текст с описание, снимки, видео;

- Създаване на е-профили на маршрутите и публикуването им в общинската уеб платформа за туризъм visitbotevgrad.com с възможност за сваляне на GPS файл за използване през мобилно устройство;

- Проучване и избор на ключови локации за изграждане на туристическа информационна структура, даваща възможност на потенциалните туристи и гости на общината да изберат интересни за тях места и забележителности: информационни табла с QR кодове, водещи към общинската уеб платформа за туризъм; карти; табели; маркировка.

- **Селски туризъм**

Селският туризъм се характеризира с **престой в селска среда**, като семеен хотел, селска къща или устроен в близост къмпинг или друга настанителна база, контакт с домакините, достъп до стопанството или **престой във ферма**.

Този вид туризъм може да се яви като преминаващ, т.е. престоят да се осъществи в рамките на обиколен тур като уикенд- или седмичен престой. Във всеки случай туристите очакват да се включат в ежедневието на домакинството: беритба на плодове и зеленчуци, билки, приготвяне на традиционни ястия, включване в обичаите и празниците на района, наблюдение или обучение в местните занаяти, фолклорни или земеделски традиции. Тези дейности обикновено се допълват с различни видове активен или културен туризъм -пешеходен, планинско колело, езда, посещение на манастири, музеи, археологически и други забележителности, училище по занаяти, а най-често е комбинация от всичко това.

Характерна черта на туристическия продукт в селския туризъм е личният контакт с посетителите, създаване на възможност да почувстват околната среда и душевност и да участват в дейностите, традициите и начина на живот на местните хора. В тази форма на туризъм има и много силен културен и образователен елемент.

Българското село, до голяма степен, е съхранило своите бит и култура, което позволява на туристите да усетят духа на миналото. Те могат да се насладят на традиционната българска кухня и да се докоснат до традициите и обичаите на местното население чрез празниците, музиката и занаятите, които дават неповторимо усещане за автентичност. Запазена марка за българското село са и екологично чистите продукти, гостоприемството на хората, както и достъпните цени. Но, на този етап, липсва цялостна концепция за развитие на селските райони на национално ниво, свързана със защитените територии и селските общности, която да стимулира развитието на туризма. Необходима е стратегия за устойчив селски туризъм,

която да даде конкурентно предимство в разширяването както на вътрешния, така и на международния пазар.

По данни на Българска асоциация за алтернативен туризъм преобладаващите чуждестранни посетители в българските планини и села са германци, французи, испанци, англичани и американци, с тенденции на засилен интерес през последните няколко години. Въпреки това опитът на българския селски туризъм все още е ограничен. Наблюдава се отсъствие на координирана политика и промоция за развитие на неговия истински потенциал. Повечето дейности и продукти остават непознати, защото получават слаба подкрепа от местната и централната власт. При промоцията се разчита предимно на международни проекти.

Гласък в тази насока може да даде стартираният проект „Номадско Единение”, представляващ мрежа от места, хора и проекти и е опит за съживяване на пустеещи селски къщи в малките населени места чрез реставрация и трансформирането им в социални средища за обмяна на опит, знания и ресурси. Проектът е частна инициатива и цели превръщането на къщите в новите *coworking & coliving* пространства в България за хора, които изповядват идеята и културата за споделената работна и жизнена среда, създаваща атмосфера и усещането за общност, откритост и устойчивост. Мотото им е „да изнесем споделения градски офис извън града - на село“, а идеята е създаването на общност от експерти в различни сфери на бизнеса, културата, туризма и събирането на едно място на местните жители с хора, пристигащи от цял свят. Първата локация, която обхваща, е вила „Zelin House” - в.з. Зелин и втора локация - с. Боженица. Мисията на проекта е да привлече младите хора обратно и по-близо до природата и до техните корени - в нашите села. Основната цел е да се преобразят селските къщи в споделени работни пространства, където фрилансъри, дигитални номади, стартъпи и предприемачи ще могат да се наслаждават на природа, уединена работна среда, домашна храна, хубава музика и разнообразна творческа среда. Реализацията на проекта ще спомогне за международно припознаване и позициониране на района на община Ботевград като новаторска ниша за създаване на *coworking & coliving* пространства и работа в мрежи.

Проектът има потенциал да се развие в различни посоки, включително създаване на екоселище. Самият термин „екоселище” се използва за първи път през 1978 г. от Джордж Рамзи, за да обозначи затворено пространство, застроено с малки постройки и зона без автомобили. Макар името на понятието да създава асоциация със селска среда, екоселищата могат да бъдат локализирани както на село, така и в града, макар второто да е свързано с повече трудности. Съвременното тълкуване на екоселището е като подвид на съзнателно създадената общност (*intentional community*) - група от хора, които живеят заедно и споделят обща цел или намерение. Те обикновено са обединени и от визията си за по-добър от конвенционално предлагания живот за тях и техните деца. Създаването на екоселища е свързано с необходи-

мостта от смирение у гражданите, които се захващат със задачата да живеят извън града в хармония с природата. (Сазонова, 2015)

• **Екотуризмът**

Екотуризмът по своята същност представлява наблюдение на представители на дивата флора и фауна в естествената им среда. Това е форма на природосъобразно пътуване и посещаване на сравнително запазени природни местности, с цел постигане на удоволствие и естетическа наслада от природата, както и от всякакви съпътстващи културни дадености, създадени в миналото или в настоящето, която спомага за съхранението на природното богатство, има ниска степен на човешко (посетителско) въздействие и способства за активно и ползотворно социално-икономическо ангажиране на местното население.

Предвид изискването на екотуризма за предлагане на силно индивидуализиран продукт в територии със запазени природни ресурси, разнообразната природа на община Ботевград, съчетание на полупланински, планински и равнинно-хълмист релеф, ѝ дава редица предимства в сравнение с конкурентните туристически райони. Защитените зони от Натура 2000, които попадат на територията на община Ботевград, предоставят възможности за наблюдения на птици и други животински видове, както и ботанически турове.

Възможности за наблюдение на птици предоставя ЗМ „Дренето”, района на с. Боженица в близост до катерачните скали, където гнездят редки видове и дори гр. Ботевград в района на яз. Мали лаг и парка на Техническият колеж. Орхидеи и други интересни видове се наблюдават в района на селата Боженица, Липница и Елов дол. Край Елов дол има и местност, където могат да се намерят фосили, представляващи интерес за любители и колекционери на декоративни камъни и вкаменелости.

Туристическа зона „Боженица” (включваща землищата на селата Боженица, Липница и Елов дол) предоставя възможности за съчетание на спелеотуризмът и алпинизъм, включващ неблагоустроени пещери и катерачните скали, където гнездят интересни птици. В района на катерачните скали край Боженица гнезди черен щъркел, а в района на резервата „Училищната гора” близо до крепостта Боженишки урвич, където е изградена пешеходна алея и е обособена зона за отдих с чешма и беседки, могат да се наблюдават бухал, горска ушата сова, забулена сова, блатна сова, мишелови, черен щъркел, пепелянка, еленов рогач, буков сечко, голям сечко и шипоопашата костенурка.

В центъра на селото има възможност да се ползват помещения в сградата на кметството или бившата поща, където да се създаде природозащитен център с тематична експозиция, извършване на консервационни дейности, провеждане на обучения и предлагане на туристически услуги.

В туристическа зона „Ржана” (включваща землищата в подножието на Ржана планина) и най-вече в района на ЗМ „Дренето”, микроязовир

„Гурково” и Ржана планина, могат да се наблюдават от птиците сиви чапли, черношипа ветрушка, червенонога (вечерна) ветрушка, осояд, обикновен и белоопашат мишелов, малък креслив орел, голям ястреб, малък ястреб, сокол орко, пчелояд, папуняк, ливаден дърдавец, бял щъркел, гарвани, воден скорец, земеродно рибарче, испанско врабче, черноглава овесарка, както и вълк, язовец, лисица, сърна, елен, диво прасе, чакал, язовец, див заек, белка, пор, невестулка, мишка, земеровка, прилепи.

Местност „Мухалница” е известна с уникалната миграция на планинската жаба. Този феномен може да бъде атрактивен за посетители, занимаващи се със зоология или любители на фауната и на поведението на животните. Има заявен интерес от преподаватели в СУ „Св. Климент Охридски” да се привличат студентски групи. В местността могат да се предлагат от туроператори специализирани екодуристически екскурзии за ученически групи или природолюбители, които проявяват интерес за наблюдение на животни.

Като специализиран екодуристически продукт може да се предложи **Зоомаршрут в община Ботевград**, който да включва посещение на Жабешкото блато, възможност за наблюдение и заснемане на жабите, след което групите да посетят ЗМ „Дренето” и влажните зони до с. Гурково за наблюдение на различни видове птици.

Паркът на Техническият колеж предоставя отлични възможности за наблюдение на черен, зелен и сив кълвач, въртошийка, кукувица, гургулица, гривяк, малък и голям ястреб, горска ушата сова, поен дрозд, южен славей, голямо черноглаво коприварче, голямо и малко белогушо коприварче, елов брезов и буков певец, сива мухоловка, червоногуша (малка) мухоловка, авлига, червенушка, планинска чинка, жалобна мухоловка, жълтоглаво кралче, бяла и жълта стърчиопашка, полска, горска и качулата чучулига, хвойнов, имелов и поен дрозд.

Наблюдение на водолубиви птици може да се организира и край **яз. Мали лаг**: лиска, свирачка (фиш), зеленоглава дива патица, малък гмурец, малък корморан, горска ушата сова, орел рибар (миграционно), сива чапла.

2.3. Устойчиво развитие на културен и фестивален туризъм

• Културен туризъм

Основа за културен туризъм могат да бъдат културно-исторически образци на различни архитектурни стилове, религиозни обекти, археологически находки, културни мероприятия като концерти, театрални и балетни постановки, кинофестивали, изложби, музеи, всичко свързано с фолклора - традициите и занаятите, местни ястия и напитки, както и начинът им на приготвяне, всичко автентично и носещо духа на съответната нация. Местната култура е важен туристически ресурс поради растящата нужда на туристите от отдых на по-уединени места, съхранили специфичните за туристическата дестинация характерни особености.

Пътуванията с цел опознаване на различни култури води до нараства-

не на социалната интеграция и намаляване на противопоставянето между отделните общности и народи. По този начин се увеличават шансовете за трансгранични инициативи и проекти, водещи и до по-добро опазване на общото европейско културно и природно наследство. Според мотивацията на пътуването културният туризъм може да бъде религиозен, образователен, фестивален (събитийен) или мотивиран от недвижимото историческо наследство.

Интересът към културното наследство на община Ботевград, като туристическа дестинация, е съществувал, но никога не е използван целево, като част от цялостна стратегия за създаване, развитие и популяризиране на туристически продукт на територията на общината. Атрактивни културно-исторически паметници от Ботевградско са: Историческият музей на Ботевград, Часовниковата кула, Паметник-костницата на Ботевите четници, Врачешкия „Св. Четиридесет мъченици“, Зелинския манастир „Рождество на Пресвета Богородица“ и Скравенския манастир „Св. Николай Мирликийски“, крепостта „Боженишки урвич“. Потенциал за устойчиво развитие на културния туризъм, след реставрация, подобряване на достъпността и туристическа интерпретация, имат археологически обекти като средновековни църкви и манастири на територията на общината, останки от крепости и др.

На практика, културният туризъм в община Ботевград вече съществува. Някои от обектите се включват в туристическите програми на туроператори (посещения на Врачешкия манастир „Св. Четиридесет мъченици“, Исторически музей Ботевград, „Боженишки урвич“ и др.), но преобладават индивидуалните посетители.

За развитието на културния туризъм ще допринесе създаването на културно-исторически маршрути на територията на общината: „По пътя на Ботевите четници“, „Орханийски тайни и мистерии“, „По пътя на Иван Шишман“, „Свети места и християнски паметници в Ботевградската котловина“ и др.

Потенциал за развитие има предлагането на **атракции, свързани със занаятите**: „По пътя на бъчвата“ – демонстрация на производство на бъчви и въвличане на туристите в цялостния производствен процес; „Грънчарство и дърворезба в с. Боженица“ – провеждане на занаятчийски пленери и ателиета; „Тайните на пчелите и пътят на меда“ – превръщане на пчелин като туристическа атракция, запознаване с производството на мед, живота на пчелите и дегустация на пчелни продукти; създаване на демонстрационен кът към цеха за производство на икони и обвързване с организиранията посещения на *Врачешкия манастир*, „Св. Четиридесет мъченици“, запознаване с производствения процес на органични плодове и дегустация в етно къта на „Яблена натура“.

Ателието за дърворезба и керамика в с. Боженица - „На завоя на реката“ има потенциал да допринесе за обогатяването на туристическия

продукт за организирани посещения на ученици в килийното училище на с. Боженица; организирани на демонстрационни работилнички по време на фолклорния събор на с. Боженица; да предостави добавена стойност на продукти, свързани с посещения и мероприятия на крепостта „Боженишки урвич“; организирани турове по стария римски път към с. Скравена и др.

Атракция, представляваща интерес за туристите, ще бъде организирана на пленер в с. Боженица, който да се провежда ежегодно на 29 юни - Петровден, когато се отбелязва денят на занаятчиите. Целта е да бъдат поканени различни автори от страната, които за няколко дни да творят на открито. По този начин ще се демонстрира добрата кореспонденция между различни изкуства, техники и материали.

Има възможност за предлагане на специализирани турове, насочени към ученически туризъм, свързан с тематични посещения на Паметник-костницата на Ботевите четници, килийното училище в с. Боженица и др.

Перспективи за съвременното развитие на културния туризъм има интегрирането на проекта „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац“¹⁶, разработен от Община Ботевград и Народния мезуй в Лесковац, в устойчивото туристическо развитие на община Ботевград.

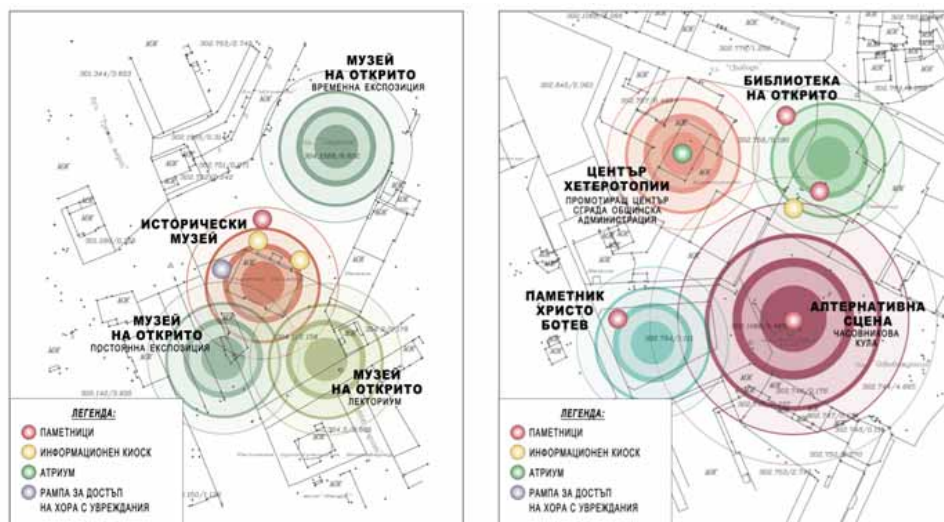
Концепцията на проекта е разработена от арх. Мариела Андреевска в екип с директора на Историческия музей Ботевград - Рени Лазарова и ландшафтен архитект Евелина Донкова. В нея е заложено изграждане на културно-информационни ядра, включващи „Музей на открито“; „Виртуален музей“ – част от концепцията за развитието на самия музей в Ботевград; „Часовникова кула – алтернативна сцена за Ботевград“; Промотиращ център, който би могъл да се използва и самостоятелно за излъчване на филми и др., както и изграждане на технологични приемни пространства.

Самите културно-информационни ядра притежават знаков характер, чрез който служат за активиране на функционални катализатори за осъществяване на вътрешни и външни за системата връзки. Със символиката, която имат, те изграждат механизми за производство на послания и ценностни рефлексии у човека от преоткритите и новосътворени хетеротопии.

Целта на проекта „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац“ е повишаване на туристическата атрактивност на различните културно-информационни ядра, включени в трансграничните мрежи за взаимодействие и сътрудничество, които инвестират в развитие на социалния капитал на Ботевград за насърчаване на устойчивото развитие на културния туризъм и на природата в града, за подобряване качеството на живот в трансграничния район със Сърбия и стимулиране процесите на опознаване, разбиране и интегриране на общностите в общото европейско културно-информационно пространство.

¹⁶ Проект „Хетеротопии. Ботевград - Лесковац“, виж на: <http://balkanec.bg/obshtina-botevgrad-poluchi-odobrenie-za-vanshno-finansirane-na-tri-proekta-40545.html>, с. 131

Културно-информационните ядра /Часовникова кула, Исторически музей и Промотиращ център/, които са предмет на проектното предложение, са ситуирани в Централна градска част по действащите подробни устройствени планове на Ботевград. (Виж Фиг. 31)



Фигура 31. Проект „Хетеротопии.“ – културно-информационни ядра
 Източник: Арх. Мариела Андреевска, участник в екипа, разработил Проект „Хетеротопии. Ботевград - Лесковац“, изготвил и предоставил схемите, 2018

Проектът предвижда последователно включване и разработване на мерки за подобряване на ключовите качества на публични пространства, които са от съществено значение за облика на Ботевград, поддържат духа на града и подчертават идентичността и културата на градската среда.

Концепцията за **Музей на открито** е разработена от директора на Исторически музей Ботевград – Рени Лазарова, като част от цялостната концепция за развитието на музея, която включва три етапа: подобряване базата на Исторически музей Ботевград, изграждане Музей на открито и създаване на Виртуален музей - музея на бъдещето. Целта е да се създадат материално-техническите условия за реализиране Музея на открито - етап за повишаване на туристическата атрактивност на Историческия музей, като се осигури възможност за развитие на дейността му извън вътрешността на сградата и се създаде база за различни възрастови групи за общаване към музейния живот.

Реализирането на Музея на открито има за цел да покаже на местните жители и гостите на града богатата и разнообразна история на Ботевград и околностите му, повишавайки по този начин и туристическата атрактив-

ност на региона. Проектът предвижда да бъде реализиран екстериорно около съществуващата сграда на музея и включва три сектора - постоянна, временна експозиция и лекториум.

Включването на Музея в трансгранични мрежи за взаимодействие и сътрудничество стимулират процесите на опознаване, разбиране и устойчиво интегриране на общностите в европейското културно-информационно пространство.

Концепцията за създаване на **„Часовникова кула – алтернативна сцена за Ботевград”** е методично продължение на извършените през периода 2010-2014г. работи по работен проект „Възстановяване, консервация и реставрация на часовниковата кула в Ботевград” и въвеждане в експлоатация. Кулата притежава статут на архитектурно-строителна недвижима културна ценност с категория „национално значение“. Часовниковата кула е един от 100-те национални туристически обекта в България.

Целта на сегашния проект е да се създадат условия за експониране и социализиране на обекта за повишаване на неговата туристическа атрактивност, като се осигури възможност за достъп на посетители до вътрешността ѝ. Това се постига чрез превръщане на пространствата вътре и около Кулата в Алтернативна сцена за Ботевград, да се изведе в ново измерение - от стационарен знак-идентификатор за града в пространство за култура, ангажирано с развитието на идентичността на общността. По този начин ще се предостави възможност за изграждане на видео арт-инсталации, провеждане на алтернативни литературни, драматични и фото-аудио спектакли, както и Дефиле на оркестри, светлинно триизмерно шоу върху фасадата на околните сгради (3D mapping), флашмоб акции и др. чрез обособяване на временни сцени в нивата на площадната настилка.

Целта на проекта е да осигури материалната база за съвместна работа на **Промотиращия център** и Проекта „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац” чрез технологично оборудване на помещенията на Промотиращия център и формиране на отворено дворно пространство. По този начин проектът предвижда да се създадат условия за дълготрайна и устойчива работа за повишаване туристическата атрактивност на община Ботевград. Формирането в единно цяло на материалната база за съвместна работа, като „евристично ядро“ на Център Хетеротопии и Промотиращ център, ще осигурява устойчивост в развитието на проекта „Хетеротопии“ и туристически бранд Ботевград. С неговата реализация на жителите и гостите на общината се предоставя нова среда за комуникации и предварително подготвени, но индивидуални образователно-информационни преживявания, а чрез тях - възможност за добиване на ново разбиране за живота на градовете и селата, определящо дългосрочното им развитие.

Интегрирането на проекти и предложения на културните институти в общината, както и изграждане на технологични приемни пространства в Историческия музей Ботевград, читалищата, градската библиотека и някои

спортни обекти – т. нар. КИОСК-ове, които са част от проекта „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац“, ще допринесат за интерактивно и съвременно предоставяне на информация за туристическото предлагане на територията на общината, популяризиране на културно-историческите обекти и събития, както и утвърждаване на туристическия бранд Ботевград.

- **Фестивален туризъм**

Фестивалният (събитиен) туризъм в България през последните години доби голяма популярност, създавайки различни форми от жанрово разнообразие. Той е все по-използван инструмент за насърчаване на туристическото търсене и предлагане. Пътуванията, свързани с определени събития, са изключително популярни и са резултат от повишената необходимост от преживявания и е една от най-бързо развиващите се форми за привличане на туристи чрез организиране на тематични събития, демонстриращи по атрактивен начин уникални местни традиции, занаяти, природни забележителности, възможности за спорт, отдих, предлагащ микс от запомнящи се преживявания.

Целта на създаването и развитието на един събитиен продукт е популяризиране на различните възможности за потребление на туристически продукти и услуги на територията на една дестинация. Уникалността на формата, съдържанието и мястото на провеждане до голяма степен определят таргет групата на събитието. Съвременният турист е доста информиран, мобилен, търси разнообразни форми на преживявания, концентрирани на мястото на събитието и в близост до него, което налага преди създаването на един фестивал или събитие, при проектирането му в съдържателен аспект, да отговаря на следните критерии:

- **Анализ на съществуващите** в региона и страната фестивали/събития, с цел проектиране на отличителен от конкурентни събития формат;

- **Уникалност на предложението** към потенциалните участници и зрители;

- **Цели на събитието** – промотиране на нова дестинация; сплотяване на местната общност; изграждане на нов имидж на популярна дестинация; представяне на уникален събитиен формат; популяризиране на събитието, като част от други национални мрежи от събития (Нощ на музеите); екологични инициативи, доброволчески инициативи; кръг от национален шампионат по определен вид спорт и т.н.);

- **Целева група** – локален ефект на ниво местна общност, регионално и национално;

- **Място на провеждане** – подходяща среда за създаване на уникална, спрямо събитието, атмосфера;

- **Дата за провеждане** - в зависимост от утвърдени регионални или национални събития/ традиции;

- **Продължителност на събитието;**

- **Достъпна пътна, обща и специализирана и туристическа инфраструктура** за потенциалните посетители/участници;
- **Периодичност на провеждане** – два пъти годишно (биенале), веднъж годишно, на шест месеца, месечно;
- **Финансиране на събитието** – изцяло безплатно за всички посетители, платено за всички или платено само за участниците;
- **Комуникационна стратегия и канали за популяризиране на събитието** в зависимост от поставените цели;
- **Участие на общината** – финансира изцяло; финансира част от събитието; не финансира, но създава условия за провеждане без финансови претенции към организаторите; не финансира и генерира директни приходи от събитието.

Събитията от календара на община Ботевград са от ключова важност за популяризирането на региона като туристическа дестинация и могат да бъдат използвани като инструмент за популяризиране и налагане на туристическия бранд на Ботевград.

Необходимо е общината да извърши подбор на подходящи събития. Активната промоция на събитията допринася за утвърждаване на посланията на бранда, но прекалено честото “бомбардиране” на потребителите с покани и информация за недостатъчно атрактивни мероприятия или недобре организирани такива, носи негативи на цялостната комуникация, прави публиките резистентни на посланията и води риск от надуване на информационен балон, който носи със себе си нереалистични очаквания и разочарование.

Препоръчва се внимателен подбор до 6 събития годишно от обществена значимост, които да отговарят на следните критерии:

- **Уникалност** - специален повод, свързан с историята на региона, който не се среща другаде или уникален прочит/програма на национално значим празник (например Великденския събор);
- **Атрактивна програма**, която включва иновативни атракции, интерактивни занимания, които въвличат посетителите и оставят траен спомен за преживяното и съпреживяното;
- **Безупречна организация** - осигуряване на лесен и удобен достъп - транспорт, паркинг, организация на движението.

В най-голяма степен на тези изисквания отговарят:

- **Дефиле на духовата музика и мажоретните състави**, с потенциал да се развие като международно събитие, конкурентно на Моцартовите празници в Правец, което да бъде емблематично за целия регион;
- **Великденски събор - Ботевград**, който е най-мощното събитие в общината и при обогатяване на съдържанието му с разнообразни елементи има потенциал да привлича повече туристи;
- **Приключенски многобой - Ботевград** – първото по рода си събитие от подобен тип, което само за 2 години доби популярност и разпозна-

ваемост и може да бъде запазена марка на приключенския туризъм в Ботевград;

- **Фестивал на бъчвата**, свързан с традиционен занаят, който е „жив“ и има възможност да утвърди с. Врачеш на картата на България като център на бъчварството. За целта е необходимо да се изпълни със съдържание, повече интерактивни елементи и активно участие на туристите;

- **Денят на Ботев и на загиналите за свободата и независимостта на България**, който се празнува традиционно на Втори юни и е свързан с патрона на града.

Те могат да бъдат обособени като *петте топ събития*, които да се промотират като емблематични и уникални за община Ботевград. Три от тях са свързани с част от символите на общината (духова музика, мажоретки, бъчварство, Ботев и Ботевите четници), третото изпълва със съдържание избория от общината слоган „Ботевград – приключение на кръстопът“, докато Великденският събор е с особена значимост за местната общност и привлича пътуващите при роднини и приятели.

Наред с основните топ събития, могат да се очертаят няколко категории съпътстващи събития, които да бъдат ключови в събитийния календар на община Ботевград: традиционни празници и събори; спортно-приключенски събития; екотуристически събития с природна насоченост и събития с разнородна тематика, привличащи определен таргет туристи на територията на община Ботевград.

- **Традиционни празници и събори**

Тези мероприятия имат потенциал да се превърнат в знакови за общината, ако се изпълнят със съдържание и обогатят с различни елементи, като по този начин добият привлекателност и за външни публики. Това са:

- 1) **Празникът на Ботевград** и 2) **фолклорен събор – Боженица**, при наситена разнообразна фолклорна програма и съпътстващи дейности, придружени с активно промотиране към целевите аудитории, могат да предизвикат интерес на национално и международно ниво и да промотират традициите на региона като част от туристическия бранд Ботевград. Към тях може да се причисли и възникналата идея за провеждане на 3) **Мартенски дни на изкуствата** и 4) **Ракитинови празници** в с. Трудовец. Като предложение от работата с фокус групи се зароди идеята за **Биенале на съвременното изкуство** във всяко едно селище, което да се превърне в знаково събитие. Този тип събития са дискутирани на заседания на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма, в община Ботевград и също могат да привлекат определен сегмент туристи в отделните селища. По този начин ще се подпомогне развитието на фестивалния туризъм в трите туристически зони, които ще бъдат формирани на територията на общината. В резултат на дискусиите и инициативата на читалищата, община Ботевград и кметство Трудовец, Мартенски дни на изкуствата и Ракитинови празници, вече бяха осъществени през 2018 и 2019 г.

Интерес както за местните жители, така и за външни посетители, включително чуждестранни туристи, биха представлявали художествени и занаятчийски пленери. Последните три години се превърна в традиция художествен пленер с международно участие, провеждан през месец август в почивна база „Боженишки урвич”.

В с. Боженица, между брега на р. Бебреш и старото игрище на селото, през 2019 г., по идея на инициативни жители, започна да се обособява **открито арт-пространство**. През месец юли същата година беше проведена първата работилница на открито. Участие взеха двама дърворезбари и трима керамици, но освен професионалистите, участие взеха и няколко деца, чиито работи ще останат под формата на обща скулптура от дърво и керамика. Теренът предварително беше разчистен и облагороден от Данаил Дилов, местен жител, който е инициаторът това място да бъде почистено и поддържано. Събитието се състоя в рамките на два дни и беше посетено от жителите на селото и околностите на Ботевград, а също и от местните медии. Най-голям интерес проявиха децата, които припознаха арт-пространството като място за творческа изява и игри.

Намерението е инициативата да стане ежегодна и с помощта на гостуващите творци да бъдат създадени повече творби, които да направят мястото още по-красиво и предпочитано от жители и гости на селото. По време на работилниците на открито и пленерите ще се изработват произведения на монументалното изкуство от различни материали, които ще допринасят за атмосферата на парка. В селото има потенциал да се организират и други културни мероприятия, музикални вечери, лятно кино, театрални работилници и др., за които вече има идеи, свързани с осъществяването им.

Най-атрактивните **спортно-приключенски събития**, с потенциал за развитие, са 1) *Botevgrad Downhill*, 2) „*Офроуд Екстрийм фест Ботевград*“ (след диверсификация на програмата на традиционните офроуд състезания, провеждани до момента), 3) създаване на събитие за **алтернативни спортове**, с обособени зони за стари и добре забравени игри от миналото и съвременни и нови форми за деца и възрастни - кръг от шампионата за дроне, например. Последното е формирано като предложение при провеждане на интервюта и извършване на теренни прочвания, като е обсъдено и одобрено да бъде реализирано по време на заседание на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград и включено в събитийния календар на общината за 2019 г.

През 2019 г. община Ботевград и местни доброволци организират спортни празници, свързани с активния начин на живот и насърчаване на подрастващите към практикуване на масов спорт. За първи път общината се включи в проект под надслов *Да започнем лятото с „Нестле за Живей активно! 2019“*. Това е дългосрочен проект, който има за цел да промотира движението, спорта и балансираното хранене в България. Инициативата стартира през 2006 г. и до момента към нея ежегодно са се включвали зна-

чителен брой общини. Наградата за победителите в конкурса е финансирането на общински проект, насочен към активния начин на живот, например за изграждане на спортни площадки, оборудване на спортни зали, спортни съоръжения и др.

Програмата на спортния празник беше изключително богата и включваше занимания по таекуондо, салса, федербал, тенис на маса, шахмат, шафетни игри, колоездене, алея за тротинетки, баскетбол, футбол, народни танци, акробатика, аеробика, йога, четене на детски книжки и тае-бо. След края на спортните активности празникът продължи с детска дискотека в парка. Големият интерес и удовлетвореността на участниците показва, че подобни спортни празници и прояви могат да се организират традиционно, независимо дали са включени в национален проект или инициатива.

В челната тройка **екотуристически събития с природна насоченост** могат да бъдат включени: 1) **Денят на Жабешкото блато**, свързан с уникален световен феномен, един от символите на Ботевград и с потенциал за развитие на нишов туризъм и привличане на външни посетители, наред с децата от Ботевград и местната общност; 2) **Световният ден на Земята** (22 април), който фигурира в културния календар на община Ботевград, но все още не е изпълнен с достатъчно съдържание и не е атрактивен за туристите; 3) **Седмицата на гората**, по време на която има предложения да се развият различни видове доброволчески дейности, свързани с опазване на горите и да се организират поредица от събития с насоченост към различни таргет групи, които обхващат както местни жители, така и български и чуждестранни туристи.

Като добър пример може да се посочи Денят на Жабешкото блато, чийто първи издания бяха насочени единствено към местната общност и включваха игри и творчески ателиета, предимно за по-малките деца. Въпреки слабата реклама и организационни пропуски, над 350 деца от детските граници и училищата в общината посетиха организирано празника. Интерес имаше и от индивидуални посетители. При доразвиване на концепцията за празника, включване на активности за ученици от гимназиален курс и студенти, както и реклама, насочена към външни публики, интересът следва да се увеличи неколккратно и празникът да се превърне в запазена марка на Ботевград.

Всяка година могат да се организират съпътстващи нискобюджетни събития като: **карнавал на биоразнообразието**, обвързан с Международния ден на биоразнообразието – 22 май; празник, насочен към дивата природа, както и към хармоничното съжителство с животните и насърчаване на инициатива да бъдем отговорни стопани. Към момента има разработени концепции за две събития, свързани с грижа за животните: „**За животните и хората**” и „**В хармония с природата**”, като темата има още потенциал за обогатяване и разнообразяване.

В сбортното понятие „**събития с разнородна тематика, привличащи**

туристи на територията на община Ботевград” могат да бъдат включени 1) традиционният **мотосъбор на мото клуб „Небесните сили”**, който ежегодно привлича няколко хиляди посетители и има потенциал за развитие, подобно на международния мотосъбор в Зайчар, република Сърбия; 2) **изложението на ретроавтомобили**; 3) традиционен **базар на биопроизводителите**, в сътрудничество между община Ботевград и „Яблена натура” или иновативно събитие **„Етнокулт фест”** (предложено и одобрено на заседание на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма, в община Ботевград) и др.

Препоръчително е да се извършва мониторинг на посетителите за всяко по-значимо събитие, да се изследват тенденциите и развоя им през годините, с цел повишаване на атрактивността, реализиране на ефективна комуникационна кампания и извършване на целенасочен маркетинг и реклама към съответния пазарен сегмент.

2.4. Устойчиво развитие на ловен и риболовен туризъм

• Ловен туризъм

Ловният туризъм е вид специализиран туризъм, чиято основна туристическа услуга е създаването на условия за ловуване и реализиране на ловуването на желан от туриста дивеч. Той има множество предимства. Едно от най-важните от тях е отговорното поведение от страна на туристите и туристическата индустрия, насочено към опазването на биоразнообразието и устойчивото развитие на дестинацията. Този вид туристическа дейност има познавателен елемент, влияе положително върху местната икономика, защото получените приходи от един турист, в сравнение с останалите видове туризъм, е много по-голям.

Община Ботевград предоставя ограничени възможности за ловен туризъм - само на територията на Държавно ловно стопанство „Витиня”. То е разположено в западната част на Стара планина, като седалището му се намира на едноименния проход. Ловното стопанство се грижи за горите и дивеча на площ от 21 579,9 ха. Основният животински вид е благородният елен, следван от сърната и дивата свиня. На територията му има изградени две бази за интензивно развъждане и ползване на благороден елен, елен лопатар и муфлони, както и база за интензивно ползване на дива свиня, на обща площ от 550 ха. Отличните трофейни заложби привличат широк кръг от български и чуждестранни ловци, които посещават нееднократно стопанството. На територията на стопанството се намира и единственото стадо от тибетски якове в България, които също са обект на ловен туризъм. ДЛС „Витиня” разполага с ловен дом, в който има пет самостоятелни двойни стаи, трапезария, ловен кът с камина и впечатляваща трофейна зала. Любителите на планината могат целогодишно да посещават района на стопанството. Международният туристически маршрут Ком-Емине, една част от който минава през територията на стопанството, е притегателно

място за любителите на екстремни спортове, маршрутни преходи, планинско колоездене и екотуризъм. Организираните фото-сафарита са допълнителна атракция, предлагана в стопанството.

• Риболовен туризъм

Най-подходящи за **риболов** (включително спортен риболов) в община Ботевград са язовир „Бебреш” и едноименната река в района на с. Божевица. Улавяните риби са: *костур, бяла и черна (балканска) мряна, клен (речен кефал), скобар, уклей, обикновена кротушка и каракуда*. По-трудни за улавяне и рядко срещани са *дъгова пъстърва, европейски сом и щука*.

Язовир “*Бебреш*”, който се намира в землището на с. Врачеш, се ползва основно за водоснабдяване на населението и е обект за риболов. В него се лови сом, щука, костур, бяла риба, дъгова пъстърва, уклей, шаран, клен и каракуда.

Значително по-малкият язовир “*Мали лаг*” се е използвал за спортен риболов, бил е и зона за крайградски отдих, край него е функционирал и къмпинг, но сега тези възможности за привличане на туристи са изчезнали. Органичителен фактор е, че язовирът се стопанисва от „Напоителни системи”, които отказват да го предоставят на общината, въпреки че не се използва по предназначение.

За спортен риболов могат да се пригодят рибарници на територията на общината, както и микроязовир Гурково, ако бъде почистен, зарибен и стопанисван.

2.5. Устойчиво развитие на доброволчески туризъм

Доброволческият туризъм, за разлика от доброволчеството, което има своите традиции, е сравнително нова форма на туризъм, която набира все повече популярност и се свързва с онези туристи, които предприемат организирано пътуване с цел подпомагане или облекчаване на бедни социални групи от местните общности, възстановяване на природата или изследване на аспекти от обществото или околната среда. Най-общо дефиницията за посетител при доброволческия туризъм обхваща всеки човек, пътуващ извън постоянната си среда, чиято основна цел на посещение е различна от извършване на дейности срещу възнаграждение в рамките на посетеното място. Ключов елемент в тази дефиниция е липсата на заплащане по време на пътуването, което ги отличава от „работещите” туристи, които посещават тропически джунгли, защитени територии, популярни места, включително в Африка, Централна и Южна Америка за участие в консервационни проекти, научни изследвания, предоставяне на медицинска помощ и други, като, почти винаги, заплащат, под някаква форма, участието си в тези дейности.

Доброволческите пътувания включват два елемента: туризъм и доброволчески услуги. Продължителността на пътуванията варира от краткосрочни проекти в рамките на няколко седмици до няколко месеца, но по-малко от година. В момента се наблюдава ръст на доброволческите пъту-

вания, но все още е трудно да се уточни колко разпространен е доброволческият туризъм. Този вид пътувания официално се определят като бизнес пътувания или пътешествия за удоволствие, тъй като доброволците, обикновено, избягват бюрократични усложнения и допълнителни обяснения на граничните служби.

Доброволческият туризъм има потенциал да предизвика повишаване на чувството за съзнание, тъй като включва значителна промяна във възприятията на индивида за обществото, решаването на социални проблеми и има потенциала да промени възприятията на участниците за обществото на глобално и местно равнище.

За разлика от масовия туризъм, доброволческият може да включва активното разглеждане на околната среда, екологичните, културните и социалните проблеми на дадена дестинация. Томазос и Бътлър (2009) групират тематично проектите за доброволчески туризъм и свързаните с тях дейности, в зависимост от тяхната специфика.

Дейностите по проект „Номадско Единение“ имат място и при доброволческият туризъм, тъй като предвиждат работа в мрежи, включване на местния бизнес - строителни фирми, производители на органична храна, ресторантчета, спонсори и инвеститори, стимулиране развитието на алтернативен туризъм, работа в мрежи, доброволчество и предприемачество, включително осигуряване на работни места чрез развитието на проекта за мрежата от къщи.

Основните услуги и социални пакети, които имат отношение към доброволческият туризъм, включват: наем на конферентна зала за провеждане на събития, както и дворното пространство за по-големи събития; осигуряване на храна, която ще бъде снабдявана от местни производители, както и еко-ферми с органични продукти (местни ресторантчета); провеждане на събития с бизнес, културна, спортна и предприемаческа насоченост, както и достъп до тях на клиентите на обекта; предлагане на местни туристически услуги - планински преходи и разходки, участие в арт работилници (рисуване, дърворезба), конна езда, скачане с бънджи от балон (в района на Ботевград); възможност за хората с деца, които да се включват в ателиета за керамика, дърворезба и рисуване; организиране на тематични дни и вечери, с образователна и културна насоченост - кинопрожекции, бизнес обучения, възможност за среща с представители на бизнес и предприемаческите среди; достъп до иновативни събития в сферата на технологиите, както и разнообразни международни практики и контакти.

От първостепенно значение е продължаването на инициативата „**Ботевград – първият уикиград в България**“ и сътрудничеството между община Ботевград и инициативна група „Уикимедия“¹⁷, във връзка с която,

¹⁷ <https://meta.wikimedia.org/wiki/WikiBotevgrad>

на територията на цялата община Ботевград, в близост до повечето туристически обекти и институции, бяха поставени табели с QR кодове, насочващи туристите към статите в свободната електронна енциклопедия Уикипедия. Насърчаване на доброволството, свързано с писане, редактиране и преводи на статии в най-голямата онлайн енциклопедия Уикипедия, качване на снимки и видеа, свързани с населените места, обектите и бележитите личности на Ботевград и региона ще допринесе за общностно развитие и повишаване на любознателността за родния край и изграждане на родово самосъзнание. Обявяването на *Ден на WikiBotevgrad* и провеждане на ежегодни събитийни прояви, свързани с честването му, ще поддържа „жива” инициативата и ще допринесе за нейното развитие във времето.

3. Основни изводи за туристическото търсене и потребителските нагласи

Профилът на потребителите и потребителските нагласи са отразени на база на направен обзор на официални източници, проекта за „Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в община Ботевград”, проведените интервюта, анкетни проучвания и работа с фокус групи. Досега в общината не е водена статистика за броя на нощувалите българи и чужденци и няма данни за средногодишната заетост на базите за настаняване. Това налага съпоставяне на емпиричните данни с националната статистика, според която пътуващите в България туристи са териториално концентрирани: около 44% от пътуванията се осъществяват от жители на столицата, живеещите в Южен централен район (най-вече пловдивчани), които реализират около 17% от пътуванията в страната, а живеещите в Североизточен район – 14%. Най-малко пътуват жителите на Северозападния и Северния централен район.

Поради липса на надеждни статистически данни от община Ботевград, може да се допусне, че пренощувалите на територията ѝ лица следват националната тенденция: преобладаващите нощувки са реализирани от жители на столицата.

Туристите, които са извършили пътувания до общината и изобщо са привлечени до момента, може да се групират по следния начин:

- **Бизнес пътувания:** благодарение на високата степен на икономическа активност в общината целогодишно се ползват хотелите в Ботевград, като по време на по-мощабни спортни състезания се наблюдава недостиг на места за настаняване. Поради липсата на статистически данни обаче, не може да бъде изготвен анализ и да се очертаят тенденции, ограничения и възможности.

- **Пътувания за почивка** в селска среда, най-вече през уикендите на топлото полугодие, през националните празнични дни и за краткотраен летен отдих в ограничени на брой места за настаняване. Ползват се миксира-

ни туристически продукти, базирани на потапяне в местния бит и традиции, ползване на екологично чиста храна, специфична кухня и местни специалитети, извършва се опознаване на социализираните обекти на историческото наследство в общината, разходки из полупланинската територия, яздене на коне, каране на велосипеди.

- **Ученически посещения** на исторически обекти и монументи в общината, които обаче рядко са с преспиване в хотелите на Ботевград.

- **Посещения в манастирите:** това са част от по-мощабни пътувания на индивидуални туристи и групи.

- **Посещения на Ботевград за участия в спортни събития** – състезатели и зрители, малка част от които остават за нощуване в хотелите на Ботевград.

Най-същественният пазар за туристическите продукти на община Ботевград е в гр. София. Тези потенциални целеви групи имат висока покупателна способност и подчертан интерес към пътувания извън столицата в уикендите и националните празници.

Втората целева група са съседните областни центрове: Враца, Монтана и Плевен, като за активната част от населението в първите две области преминаването през общината е често.

Трета целева група е учащата се младеж от цялата страна.

Профилът на българския турист според последните национални изследвания се характеризира със следните особености:

- туристи в трудоспособна възраст, търсещи почивка и възстановяване;

- семейства и групи (семейства и приятели), търсещи сигурност и гаранция за качество;

- туристи, пътуващи извън активните сезони – уикенди и празнични дни;

- активно търсещи туристи, гъвкави в избора си, със собствено мнение, организиращи пътуването си сами и склонни да комбинират няколко вида туризъм;

- туристи с по-висок образователен ценз и интелектуално ниво, търсещи задоволяване на допълнителни потребности и очакващи допълнителни продукти в различните видове туризъм;

- хора, свързани с природата и екологичния начин на живот, с изисквания към целесъобразното използване на природните ресурси и използване на устойчив туризъм;

- туристи, активни в глобалната мрежа и ползващи електронни услуги, нови технологии (мобилни);

- хора със собствени имоти или почиващи при близки със собствени имоти, склонни да комбинират пътуване с цел „селски туризъм” с друг специализиран вид туризъм (планински, еко, културен, спа, лов и риболов).

- търсачи на „иновативен туристически продукт” - съчетаването на стандартна услуга със специфичен продукт, отговарящ на интересите на туриста – спорт, традиции, природа, храна, музика, култура.

- хора с туристически опит, който им позволява да оценят стойността на туристическите услуги и да изберат най-доброто съотношение цена-качество, защото в повечето случаи изборът е ценово мотивиран.

- посетители с претенции, които са по-информирани за продукта като цяло, и за предлагането в съответната туристическа дестинация, знаят, че участват в един пазар на предлагане, а не на търсене, които са много гъвкави по отношение на потребителските критерии и непостоянни при вземането на решения.

- изкушаващи се от различни ежедневни дестинации, продукти и приключенски пътувания с къси маршрути.

- търсещи повече престой сред природата, приключение, екзотика, риск и спорт, наред с класическите продукти – отдих, култура и кулинария.

- желаещи да установят нов контакт с местното население, искат да бъдат добре посрещани и приемани, да съкратят дистанцията и да общуват с хора от различни райони.

- туристи, които използват повече на брой и по-разнообразни информационни източници, но преди всичко Интернет, за да планират и вземат решение за туристически пътувания.

Тези параметри са универсални и както показват резултатите от анкетните проучвания, важат и за туристите, посещаващи община Ботевград.

4. Резюме и заключения

Глава трета включва обобщение на резултатите от анкетните проучвания сред местната общност и посетителите на община Ботевград, обобщение на резултатите от работата с работни и фокус групи, предложенията за устойчиво развитие на туризма от взелите участие в изследването представители на местната общност.

Отчетен е фактът за значимостта на общо туристическо предлагане със съседните на Ботевград общини като очертаване и предлагане на съвместни тематични туристически маршрути, създаване на общи онлайн платформи за промотиране на района, създаване на съвместни събитийни прояви и др.

Резултатите от проведените срещи и анкетни проучвания са систематизирани и обобщени таблично, с цел дефиниране на възможностите за разработване на регионален туристически продукт.

Анализирани са възможностите за развитие на специализирани видове туризъм на територията на общината, като са дефинирани четири приоритетни и три съпътстващи вида туризъм. За всеки от тях са посочени насоки за развитие и са предложени конкретни стъпки за реализирането им,

включващи интегриране на съществуващи проекти в община Ботевград, услуги и продукти, предоставяни от местни доставчици, както и развитие на иновативни инициативи.

Направени са основни изводи за потребителските нагласи и съвременните изисквания на посетителите, с които местната власт следва да се съобрази при разработване и прилагане на продуктовата си политика в сферата на туризма.

Резултатите от проучванията в глава трета са основа за извършване на целеполагане, определяне на основни принципи за местно туристическо развитие, стратегически приоритети за устойчиво развитие на туризма, конкретни мерки и механизми за прилагането им на практика.

ГЛАВА ЧЕТВЪРТА.

ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРЕПОРЪКИ ЗА УСТОЙЧИВОТО ТУРИСТИЧЕСКО РАЗВИТИЕ НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД

Глава четвърта включва целеполагането на основните и специфични стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград, генерираните предложения по време на проведените срещи с работни и фокус групи и взетите конкретни мерки за тяхното прилагане на практика. Всички те са обсъдени с кмета на общината и по време на допитвания и обществени обсъждания с местната общност, а впоследствие са одобрени и от Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград. Изведени са и основни принципи за устойчиво развитие на туризма на местно ниво, синхронизирани с Глобалния етичен кодекс в туризма. Разработени са конкретни предложения и мерки за изпълнението на поставените стратегически и специфични цели.

1. Определяне на стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград

Стратегическите цели и приоритети за устойчиво развитие туризма в община Ботевград са разработени в съответствие с Глобалния етичен кодекс в туризма, Националната стратегия за устойчиво развитие на туризма на Р. България и Стратегическите насоки на Общността за сближаване, където туризмът се счита за една от мерките за стимулиране на икономическия растеж, а опазването на културно-историческото наследство - за потенциал за развитие на туризма. Те са заложени изцяло и в Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г. (Алексова, 2018b)

Стратегическите насоки подчертават ролята на туризма в развитието на селски и планински регион и необходимостта от интегриран подход, насочен върху качеството, фокусиран върху удовлетворяване на потребителите и основан върху икономическите, социалните и екологичните изменения на устойчивото развитие.

Стратегическият план се разработва на базата на приетите стратегически цели. Основните стратегически принципи включват:

1. **Реалистичност** на стратегическите приоритети;
2. **Гъвкавост**;

3. Съвместна и равнопоставена **ангажираност** на заинтересованите страни.

Освен на основните стратегически принципи, проучването се основава и на основните принципи за развитие на туризма на равнище дестинация:

- **Устойчивост.** Развитието на туристическите дейности да съчетава в себе си дългосрочна икономическа ефективност с устойчиви практики, щадящи околната среда и притежаващи социална съвместимост.

- **Демократичност.** При управлението на дестинацията да се използва общественият подход. Да се осигури висока степен на участие на местното население в процеса на управлението на дестинацията.

- **Прозрачност.** Принцип, основан на необходимостта от търсенето на диалог и широко обществено съгласие за всяка промяна в областта на туризма.

- **Ангажираност и публично–частно партньорство.** Взаимно зачитане и подпомагане на всички участващи в туристическия процес обществени и частни организации чрез използването на подходящи механизми за коопериране на усилията за утвърждаване на Ботевград като атрактивна туристическа дестинация.

- **Местна идентичност.** Планирането на туристическото развитие да бъде съобразено и обвързано с основните ценности на обществеността в дестинацията, местните дадености и с особеностите на развитието на туризма в региона.

Основната изследователска цел е устойчивото развитие на туризма в община Ботевград. Стратегическите цели, отговарящи на горепосочените принципи, могат да се обособят по следния начин:

Стратегическа цел 1: Създаване на благоприятна среда за развитие на устойчив туризъм и инвестиране в развитието на социалния капитал на общината, включваща следните специфични цели:

- подобряване на съществуващата техническа инфраструктура и създаване на съвременна екологосъобразна и поддържаща я туристическа инфраструктура;

- съвместна и равнопоставена ангажираност на заинтересованите страни в създаване на условия за пълноценно и качествено развитие на устойчив туризъм;

- икономически устойчиво управление на туризма в община Ботевград.

Стратегическа цел 2: Създаване и утвърждаване на иновативен регионален продукт, която включва като специфични цели:

- създаване, маркетизиране и утвърждаване на иновативен туристически продуктов микс, експониращ специфичния потенциал на дестинация Ботевград;

- развитие на приоритетните видове туризъм за община Ботевград;

- създаване и управление на туристически бранд Ботевград.

Стратегическа цел 3: Балансирано развитие на туристическите зони

в община Ботевград и равностойното им интегриране в европейското природно и културно-информационно пространство, включваща две специфични цели:

- туристическо микрорайониране с развитие на регионален туристически продукт;
- включване в трансгранични мрежи за взаимодействие и сътрудничество в областта на устойчивото развитие и туризма, определящи стандарти за качество в различни тематични направления.

За изпълнение на така формулираните цели са изведени пет **стратегически приоритета**:

1) Развитие на туристическите зони в община Ботевград и създаване на регионален туристически продукт.

2) Създаване на туристически бранд Ботевград. Осъществяване на ефективен маркетинг и реклама на туристическата дестинация.

3) Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата.

4) Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни.

5) Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград.

Тези приоритети авторът е обвързал със стратегическите цели, както е указано в Таблица 21:

Таблица 21. Стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград

Стратегически приоритети	Стратегически цели		
	1.	2.	3.
1. Развитие на туристическите зони в община Ботевград и създаване на регионален туристически продукт	x	x	x
2. Създаване на туристически бранд Ботевград. Осъществяване на ефективен маркетинг и реклама на туристическата дестинация.	x	x	
3. Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата		x	x
4. Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни	x	x	
5. Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград	x	x	x

2. Туристическо микрорайониране на община Ботевград и създаване на регионален туристически продукт

Туристическото микрорайониране и създаването на регионален туристически продукт са обособени като първи стратегически приоритет в Стратегията за устойчиво развитие на туризма на община Ботевград 2019-2025 г. Те са насочени към планирането на местните туристически политики и устойчивото развитие на общината като привлекателна, достъпна и разпознаваема за туристите дестинация, включително в по-широк обхват, включващ общи туристически маршрути и продукти със съседни ѝ общини.

2.1. Концепция за туристическо микрорайониране на община Ботевград

Разработването на туристическо микрорайониране се мотивира от необходимостта за развитие на устойчив и конкурентоспособен туризъм, провеждане на местна туристическа политика, съобразена с териториалните особености и спецификата на различните части от общината и осъществяване на ефективен маркетинг, който да направи туристическите зони на територията на общината разпознаваеми за потенциалните туристи и успешно да ги промотира, както на вътрешния, така и на международния пазар.

Законът за туризма ясно определя функциите на ОУТР на национално ниво, както и тяхната цел: маркетинг и създаване на регионални туристически продукти. Като се има предвид, че в маркетинга се включва самото създаване на туристически продукти, то целта на ОУТР, както и дейностите и функциите им, се свеждат до маркетинга. Същевременно, не трябва да се пропуска важната функция на ОУТР, присъща на дестинационните организации – координиране и насочване на дейността на заинтересованите страни в обхвата на районите и инициативата им за създаване на подходяща среда за туристическото развитие на съответната територия.

Концепцията за туристическо райониране на България е разработена, съобразно чл. 16, ал. 1 от Закона за туризма (ЗТ), със Заповед №Т-РД-16-103/11.03.2015 г. на министъра на туризма. Очакваните ползи от създаването на туристическите райони и прилагането ѝ включват:

- Запълване на съществуващата липса в маркетинга и управлението на дестинациите между местното ниво (община) и националното ниво (Министерство на туризма);
- Обединение на ресурсите и съгласувани действия за развитие на комплексен, разнообразен и конкурентоспособен туристически продукт чрез регионално взаимодействие, което е предпоставка за предлагане на атрактивен и качествен продукт;
- Регионализация на националния маркетинг - България да се рекламира като хомогенно цяло, като се използват възможностите на туристи-

ческите райони, всеки с характерни ресурси и възможности за практикуване на различни видове туризъм. Така може да се отговори по-добре на очакванията, изискванията и интересите на различните пазарни сегменти;

- По-ефективно достигане до потенциалните туристически пазари, особено далечните, чрез представяне на достатъчно големи по обхват райони, които са разпознаваеми на картата и познати не само за българите, но и за чужденците.

Обособените туристически райони са, както следва: Дунавски туристически район, Старопланински туристически район, Софийски туристически район (където попада община Ботевград), Тракийски туристически район, туристически район Долината на розите, Рило-Пирински туристически район, Родопски туристически район, Варненски черноморски туристически район и Бургаски черноморски туристически район.¹⁸

Туристическото микрорайониране на ниво област или община следва да бъде в синхрон с обособените, съобразно Закона за туризма, туристически райони на национално ниво. В тази връзка, въз основа на внимателно проучване на голям брой научно-изследователски източници и планови документи, е разработена теоретично и методически издържана и практически приложима за целите на маркетинга на местно ниво схема на туристическото микрорайониране, включваща следните таксономични единици: микрорайон (на ниво област), туристическа зона (на ниво община), туристическо ядро, туристическо място и туристическа точка. Поради факта, че настоящото проучване е на местно ниво (община), микрорайонът като таксономична единица не е обект на изследване. Съответно терминът „микрорайониране“ може да бъде взаимозаменяем със „зониране“. Именно поради факта, че обособените туристически зони на територията на община Ботевград са дефинирани в контекста на Концепцията за туристическо райониране на Р. България, авторът ще използва термина „микрорайониране“.

За туристическото микрорайониране на община Ботевград е приложен подходът на Groters (2002, по Fridgen, 1992) за очертаване на микрорайони, следващи административните граници на общината и отделните селища. Очертаването на границите по този начин има целеви характер и улеснява използването му за нуждите на планиране и управление. То е ресурсно ориентирано и цели очертаване на хомогенни райони въз основа на сходства на природните и антропогенните туристически ресурси, като отчита и културната идентичност. Самото микрорайониране на община Ботевград отговаря на анализираните основни принципи, както следва:

- основано е на характеристиките на туристическите обекти;
- обхваща цялата територия на общината;

¹⁸ <http://www.tourism.government.bg/bg/kategorii/strategicheski-dokumenti/koncepciya-za-turistichesko-rayonirane-na-bulgariya>

- едно място е включено само в един туристически микрорайон;
- използва се диференциращ признак за всяко ниво, логично свързани с принципите на останалите нива;
- характеристиките за обособяване на микрорайоните на по-високите нива са по-важни от характеристиките на по-ниските нива;
- съответства напълно на административно-териториалното деление.

При очертаването на отделните таксономични единици, съставлящи микрорайонирането, са спазени следните изисквания и критерии:

- атрактивност, достатъчна на по-високите нива, за създаване на комплексен туристически продукт;
- инфраструктурна обезпеченост, достатъчна за доставчиците на туристически услуги и продукти, местното население и посетителите на района;
- хомогенност по отношение на сходството между природните и социо-културните условия и местна идентичност;
- териториална цялост и толерантност, непозволяващи припокриване с други микрорайони.

Схемата за туристическо микрорайониране на община Ботевград и дефинирането на отделните нива е съставена с цел да съответства на основните теоретични принципи и критерии, дефинирани по-горе, с цел комплексно планиране и управление на туризма. При разработването ѝ са отчетени слабостите на съществуващите схеми за туристическо райониране, най-вече по отношение на таксономичните нива, целта и предназначението на всяка една таксономична единица.

Община Ботевград може да бъде част от „туристически микрорайон“ в рамките на Софийски туристически район. Като най-висока таксономична единица, в рамките на общината се използва понятието „туристическа зона“, тъй като става дума за „пространство, определена територия, отличаваща се с общ признак“ и отговаря на съответните изисквания и критерии.

Следващата по степен таксономична единица „туристическо ядро“, съответства на едноименната дефиниция на Бъчваров (1970). При формирането на туристическите зони и туристическите ядра са отчетени границите на землищата на отделните селища в общината, както и общинската граница. Туристическите места обхващат малък ареал, отговарящ на критериите за атрактивност и инфраструктурна обезпеченост и отразяващи спецификата на ресурсния потенциал на община Ботевград.

Туристическият микрорайон (tourist micro-region) няма ясна дефиниция и не фигурира като термин в нормативната уредба на Р. България. В настоящата книга приемаме следното авторско определение: туристическият микрорайон е територия, обхващаща една административна област, или част от административна област с добри транспортни връзки, сходни туристически ресурси и възможности за създаване на регионален туристически продукт. В конкретния случай би могъл да се обособи туристически

микрорайон, обхващащ Ботевград и съседните ѝ общини, които спадат към Софийски туристически район: Правец, Етрополе, Горна Малина, Елин Пелин и Своге. Тази възможност обаче не е обект на настоящото изследване, тъй като по време на извършените проучвания, организацията за управление на Софийски туристически район все още не е учредена и не са провеждани обсъждания и допитвания по темата. Подобна стъпка следва да се предприеме на следващ етап от развитието на община Ботевград като туристическа дестинация и след учредяване на организацията за управление на Софийски туристически район.

Туристическата зона (tourist area) по дефиниция на Драганов (2005) е територия, на която има граница и определени правила. Тя се състои от туристически обекти, които са тясно свързани по отношение на природа, история, култура или по друг начин. Предназначена е да осигури възможност за по-дълготрайни пътувания от повече от 2 нощувки и 3 дни чрез сътрудничество между туристически обекти, с цел повишаване привлекателността на дестинацията.¹⁹ Може да обхваща територия на две и повече общини, но може да бъде и в границата на една община.

Характерно за режимите на управление на туристическата зона е, че на нейна територия не се разрешават дейности, застрашаващи туризма. Управлението е свързано главно с безопасността на движение на туристите и осигуряване на бърза помощ, в случай на нужда.

В границите на една туристическа зона, където има концентрирани по сходство туристически ресурси и условия за развитие на туризма, могат да се формират отделни **туристически ядра** (tourist cores). Теоретично, туристическите ядра могат да съществуват и функционират като взаимосъставни части или поотделно (Бъчваров, 1970). В конкретния случай те са обособени като самостоятелни единици, следващи административните граници на едно или повече селища на територията на общината, могат да бъдат управлявани всяко поотделно, но не притежават достатъчно изразен характерен облик и туристическа атрактивност, за да бъдат промотирани самостоятелно.

Туристическото място (tourist location) е конкретен обект с историческо, културно, природно или туристическо значение. То се състои от *сърцевинна част* или *ядро* - конкретния паметник/природен или туристически обект, *буферна зона* (озеленяване, парк, санитарно-охранителна зона) и *търговско-обслужваща зона* (хранене, продажба на сувенири, санитарен възел, паркинг, каса и др.). (Драганов, 2005)

Изискване към туристическите места е да бъдат обезпечени със съответната обща инфраструктура, достъпни за туристите, на не повече от 30 мин. пешеходно разстояние от път, екопътека и специализирана алея при културно-историческите пометници и на не повече от 2 часа – при природните обекти.

Туристическата точка (vista point) обхваща гледката. При нея се

¹⁹ <https://www.mlit.go.jp/kankocho/en/shisaku/kankochi/seibi.html>

поставя на охранителен режим именно гледката, а не конкретен обект. Съответно има възбрана за поставяне на съоръжения, които да я скриват, да намаляват нейния обхват или да развалят загадката на мястото, когато става въпрос за оброк или светилище. (Драганов, 2005)

На територията на община Ботевград могат да бъдат формирани три туристически зони, като в туристическа зона „Ботевград“, където попада общинският център, се обособяват и три туристически ядра: туристическо ядро „Ботевград“, туристическо ядро „Врачеш“ и туристическо ядро „Трудовец и Скравена“. Причината е, че трите туристически ядра не притежават достатъчна атрактивност и цялост, за да бъдат формирани като туристически зони. Те са добре обезпечени с транспортни връзки, спомагащи за добрата им достъпност и взаимовръзка, което благоприятства допълнително обособяването им в обединена туристическа зона (Виж *Фиг. 32*).

Основните фактори за степенуване по значимост на туристическите зони биват:

- административно-териториалното деление,
- местоположение и големина на населените места;
- отдалеченост и достъпност на туристическите обекти и маршрути;
- ресурсна обезпеченост и атрактивност, достатъчна за създаване на комплексен туристически продукт;
- инфраструктурна обезпеченост, достатъчна за доставчиците на туристически услуги и продукти, местното население и посетителите, капацитет и състояние на МТБ.

Във всяка туристическа зона и всяко туристическо ядро отделните селищни образувания и териториите с концентрирани туристически обекти или ресурси следва да бъдат обособени като туристически места, отговарящи на посочените по-горе изисквания. Всяко едно туристическо място, в зависимост от атрактивността и укикалността на гледките, които притежава, може да съдържа една или повече туристически точки с фокус върху гледката (пейзажна атрактивност).

Туристическа зона „Ботевград“ е с по-широк обхват и включва трите туристически ядра, тъй като е основна, заема централно място както териториално, така и функционално, и по съдържание, а формираните туристически ядра се въвеждат като допълнителна таксономична единица. Те, както вече беше споменато, нямат обособен самостоятелен облик, за да бъдат отделени като самостоятелни туристически зони.

Обособена по този начин, се оформя **Централна туристическа зона „Ботевград“**, която включва общинския център и най-големите села в общината, които имат директна комуникация с републиканската и европейска пътна мрежа, с туристическите централни зони на общините Правец и Мездра. Зоната е събирателна по своето историческо съдържание и има активни отличителни сектори на всяко едно от селата, които осмислят и силата ѝ като централна, както по територия, така и по съдържание.



Фигура 32. Обособяване и разположение на туристически зони в община Ботевград

Източник: Картографска схема на туристическото зонироване на община Ботевград, изработена по задание на автора, 2018

Туристическите зони „Боженица” и „Ржана” имат собствен характер и цялост и се явяват като съпътстващи на централната. **Туристическа зона „Боженица”** притежава най-атрактивни ресурси, с отличен туристически потенциал за развитие най-вече на планински, приключенски и екотуризъм, докато развитието на **туристическа зона „Ржана”** може да бъде планирано в перспектива, след подобряване на достъпността и атрактивността на туристическите обекти и маршрути.

Развитието на туристическите зони в община Ботевград, част от Стратегически приоритет 2 и практическото приложение на теоретичната схема, обхваща няколко основни стъпки:

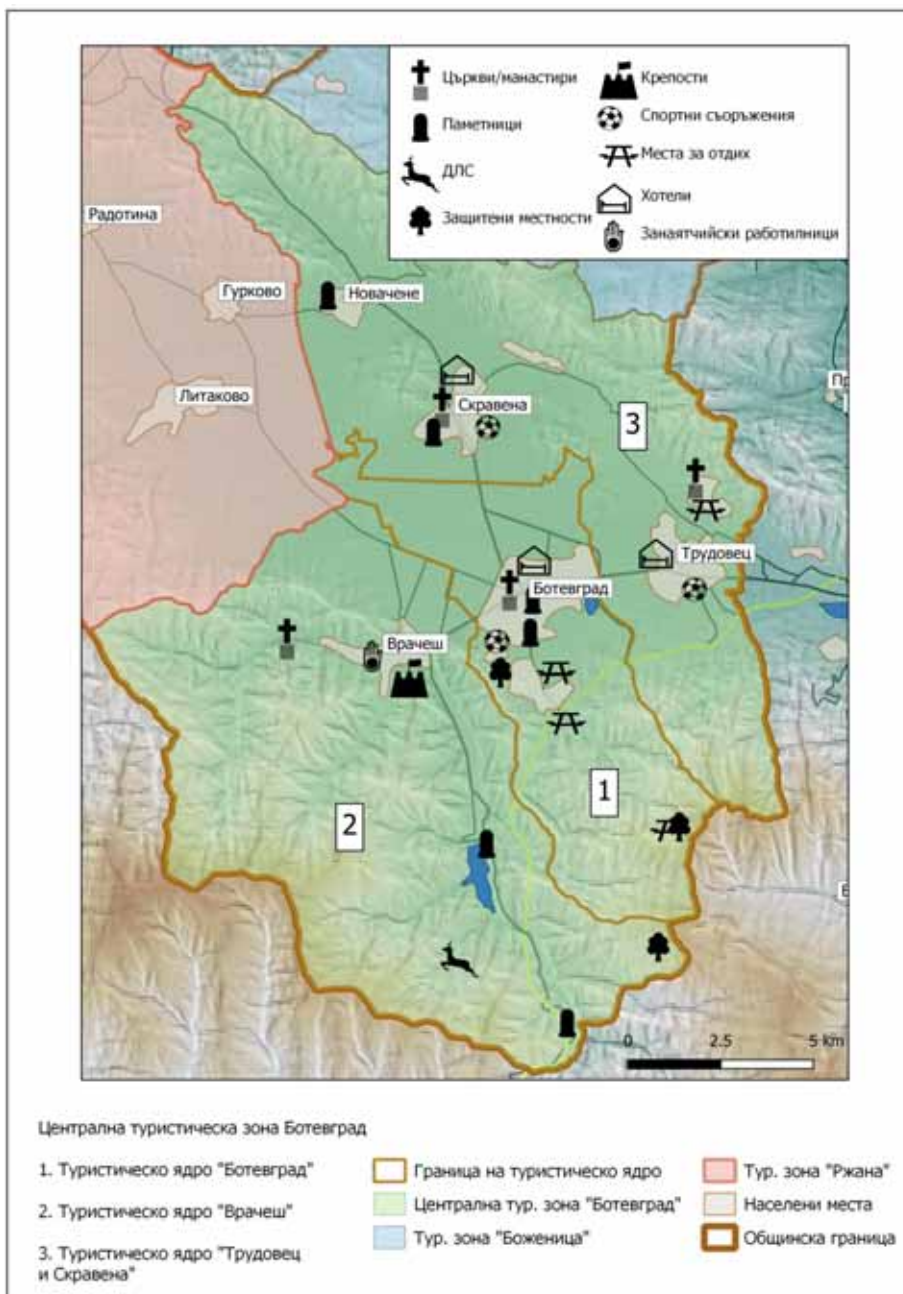
- обособяване на трите **туристически зони** и маркетинговото им позициониране;
- акцентирание върху специфичните характеристики на трите **туристически ядра** в Централна туристическа зона „Ботевград”;
- обследване на обособените туристически зони и туристически ядра, цифровизиране на **туристическите точки**, обхваща гледката и разписване на възбрани за поставяне на съоръжения, които да скриват гледката, да намаляват нейния обхват или да развалят загадката на мястото.

Основна мярка за изпълнение на стратегическия приоритет е *разработването на детайлна концепция за туристическо микрорайониране* на база на основната рамка, разработена в настоящата монография. В концепцията за туристическото микрорайониране на община Ботевград следва да бъдат включени:

- **препоръки** за маркетинговото позициониране и развитието на туристическия продукт в трите туристически зони като част от туристически бранд Ботевград,
- **практически насоки** за формиране на специфичен характер и своеобразно туристическо предлагане в туристическите ядра на централна туристическа зона Ботевград,
- **обследване** за маркиране на туристически точки,
- **разработване и внедряване** на интерактивна електронна система за предоставяне на туристическа информация (*Smart Information System*) към всяка туристическа точка.

2.2. Устойчиво развитие на туризма в Централна туристическа зона „Ботевград”

Възможностите за устойчиво развитие на туризма в Централна туристическа зона „Ботевград” ще бъдат разгледани последователно в трите туристически ядра (Виж *Фиг. 33*).



Фигура 33. Картографска схема на Централна туристическа зона „Ботевград“

Източник: Картографска схема на Централна туристическа зона „Ботевград“, изработена по задание на автора, 2018

Туристическо ядро „Ботевград“ обхваща земището на гр. Ботевград. На север граничи със с. Литаково, на запад – със с. Врачеш, на изток със с. Трудовец, на североизток със с. Скрваена, а на юг се простира по планината Било и опира до административните граници на община Етрополе - на югоизток и община Горна Малина - на юг.

Туристическото ядро има отлични транспортни връзки с останалите две ядра, формиращи централната туристическа зона. Възможностите за устойчиво развитие на туризма на територията му включват:

- **спортен и приключенски туризъм** - Botevgrad downhill, спортни състезания и събития;
- **велотуризм;**
- **бизнес и конгресен туризъм** – Арена Ботевград, градски хотели, МВБУ;
- **планински пешеходен туризъм** – планината Било;
- **доброволчески туризъм** - скаутски дейности, WikiBotevgrad, грижа за животните, залесявания, почиствания и др.;
- **фестивален туризъм** - традиционни и иновативни събития;
- **културен туризъм** - Исторически музей, Часовникова кула, Зелински манастир „Рождество на Пресвета Богородица“;

Настаняване и хранене: хотел „Ботевград“, хотел „Балкан“, „Ботевградски хан“, къща за гости „Арт Хаус“ в Зелин, стаи за гости, х. Рудината и др. Съществуват разнообразни варианти за хранене и развлечения.

Туристически обекти и атракции: Исторически музей Ботевград, Часовникова кула, спортна зала Арена Ботевград, спортна зала „Христо Ботев“, ледена пързалка, Жабешкото блато, Зелински манастир „Рождество Богородично“, ЗМ „Рудината“, трасе Ботевград Downhill, кино „Форум“, тенис кортове, открит плувен басейн, басейн, яз. Мали лаг.

Туристически маршрути:

- Три маркирани маршрута: **Ботевград - вилна зона Зелин – м. Стубеля - хижа Рудината;**
- Туристически маршрут: **м. „Стубеля“ - х. „Рудината“ - х. „Чавдар“.**

Ограничение за развитие на туризма е, че хижа „Рудината“ работи само събота и неделя и не предлага почти никакви услуги, а самите туристически маршрути не са достатъчно атрактивни, липсват достатъчно места за отдих, туристическата маркировка не отговаря на стандартите на БТС и в посока Ботевград може да бъде объркваща.

Туристическо ядро „Врачеш“ обхваща землището на едноименното село. То е разположено в югозападната част на Ботевградската котловина на 400 m надморска височина, в полите на Стара планина и в подножието на връх Мургаш. На север граничи със с. Литаково, на изток с гр. Ботевград на запад – с община Своге, на югозапад – с община Елин Пелин, а на югоизток – с община Горна Малина. Има директни транспортни връзки с гр. Ботевград и община Горна Малина през прохода Арабаконак. Възможностите за устойчиво

развитие на туризма в туристическото ядро включват:

- **планински пешеходен и конен туризъм** – връх Мургащ;
- **фестивален туризъм** - Фестивал на бъчвата;
- **културен туризъм** - Врачешки манастир „Св. Четиридесет мъченици”, бъчварство;
- **ловен и риболовен туризъм** – ДЛС „Витиня”, яз. Бебреш.

Настаняване и хранене: в селото липсват места за настаняване и има 2 ресторанта. ДЛС „Витиня” разполага с Ловен дом с 5 самостоятелни стаи.

Туристически обекти и атракции: Врачешки манастир „Св. Четиридесет мъченици”, бъчварските работилници и цехът за икони са непригодни за туристически посещения (в перспектива), паметник Арабаконак, природната забележителност „Елака” (недостъпна, в перспектива), яз. Бебреш, ДЛС „Витиня”.

Туристическо ядро „Трудовец и Скравена” е разположено на територията на селата Трудовец, Скравена и Новачене и се простира по външните граници на землищата им. На север граничи с община Мездра, на запад със селата Гурково и Радотина, на юг и югоизток – с гр. Ботевград и община Правец. По-голямата част от територията му попада в северната и централната част на Ботевградската котловина. На територията му протичат няколко реки, включително р. Бебреш. През селата Скравена и Новачене минава шосето Ботевград – Мездра – Враца. Възможностите за устойчиво развитие на туризма в ядрото включват:

- **приключенски и екстремни туризъм** - конен, велосипеден, офроуд, летене с паратрайк, летене с балон, бънджи скокове от балон, въжени пътеки;
- **бизнес и конгресен туризъм** - хотел Кредо, тиймбилдинг;
- **доброволчески туризъм** – Сдружение „Трудолюбци”, скаутски клуб „Орко”- образователни и възпитателни дейности с деца и младежи, организирани творчески и спортни занимания, грижа за природата, почиствания и др.;
- **културен туризъм** - манастири, исторически и археологически обекти, традиционни празници;
- **ученически и младежки туризъм** - учебни екскурзии, свързани с Ботевите четници; ученически лагери в конна база „Здравец”;
- **велотуризм;**
- **фестивален туризъм.**²⁰

Настаняване и хранене: хотелски комплекс „Кредо” в с. Трудовец с възможности за конферентен туризъм и хранене; къща за гости в с. Скравена; добри ресторанти и крайпътни заведения в Скравена, ресторанти и пицария в с. Трудовец, крайпътни заведения в Новачене.

²⁰ През 2018 г. е дадено началото на международен фолклорен фестивал.

Туристически обекти и атракции: конна база „Здравец”, Скравенски манастир „Св. Николай Мирликийски” (атрактивен туристически обект, но нефункциониращ в момента), Преображенски манастир (недостъпен, в перспектива), средновековна църква „Св. Георги” (недостъпна, в перспектива), Паметник-костница на Ботевите четници, полети с паратрайк, офроуд трасе.

Туристически маршрути:

- *с. Скравена – по стар римски път с водопадчета по трасето – с. Боженица;*

- *с. Гурково – крепостни останки – средновековна църква „Св. Георги” – с. Трудовец;*

- *Туристически маршрут - с. Трудовец - м. Боровец - м. Рейсовете - м. Трудовец - с. Трудовец.*

Маршрутите са немаркирани и недостъпни в момента и предлагат възможности за пешеходен, конен и велотуризм в перспектива. Тъй като има свързващ път между Скравена и Трудовец, би могло, в средносрочен план, да се изгради общ туристически маршрут.

Разположението на туристическите места в отделните туристически ядра е показано в Таблица 22.

Таблица 22. Туристически ядра и туристически места в Централна туристическа зона „Ботевград”

Централна туристическа зона „Ботевград“					
Туристическо ядро „Ботевград”		Туристическо ядро „Врачеш”		Туристическо ядро „Трудовец и Скравена“	
Туристически места:		Туристически места:		Туристически места:	
гр. Ботевград – централна градска част	местност Рудешки дол	центъра на с. Врачеш	местност Арабаконак	центърът на с. Трудовец с парково пространство	центърът на с. Скравена при паметник-костницата
гр. Ботевград – мемориален парк и спортни съоръжения	вилна зона Зелин	Врачешки манастир „Св. Четиридесет мъченици” с аязмо	ДЛС „Витиня”	вилна зона Лозята на с. Трудовец	Манастир „Св. Николай” и конна база „Здравец”, с. Скравена
гр. Ботевград – зала Арена Ботевград, открит плувен басейн и спортни съоръжения	местност Стубеля	яз. Бебреш и лобното място на Гунди и Котков	планински масив с вр. Мургаш	местност „Поп Нако”, с. Трудовец	с. Новачене при мемориала
яз. Мали лаг	планината Било с хижа „Рудината”			местност „Рейсовете” и „Трудовец”, с. Трудовец	

Източник: Авторска разработка на базата на допитвания сред местната власт и широката местна общественост, 2018

2.3. Устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Боженица”

Туристическа зона „Боженица” обхваща землищата на селата Боженица, Липница и Елов дол. От север на юг следват възвишенията Малама, Гола глава, Високия връх, Креща, Голям и Малък Здравец, Преславица, Калето, Костадиновден, Коцовски връх, Свети Павел, Клетишка могила, Язова могила, Свети Иван, Мечешума и достига и до южното подножие на рида Гола глава в Предбалкана на западната Старопланинска зона. Южно от него минава долното течение на река Бебреш, малко преди вливането ѝ в р. Малък Искър при с. Своде. Река Бебреш разделя рида Гола глава от Лъкавишкия рид, на който се намират руините на крепостта Боженишки урвич. Част от територията му е покрита с борови и дъбови гори, както и смесени стари гори от дъб и бук. Административно на север туристическата зона граничи с общините Мездра и Роман, на запад – със с. Новачене, на юг с гр. Ботевград, на изток – с община Правец, а на югоизток със с. Трудовец и има добри транспортни връзки с община Роман и туристическа зона „Трудовец и Скравена”. (Виж Фиг. 34.)

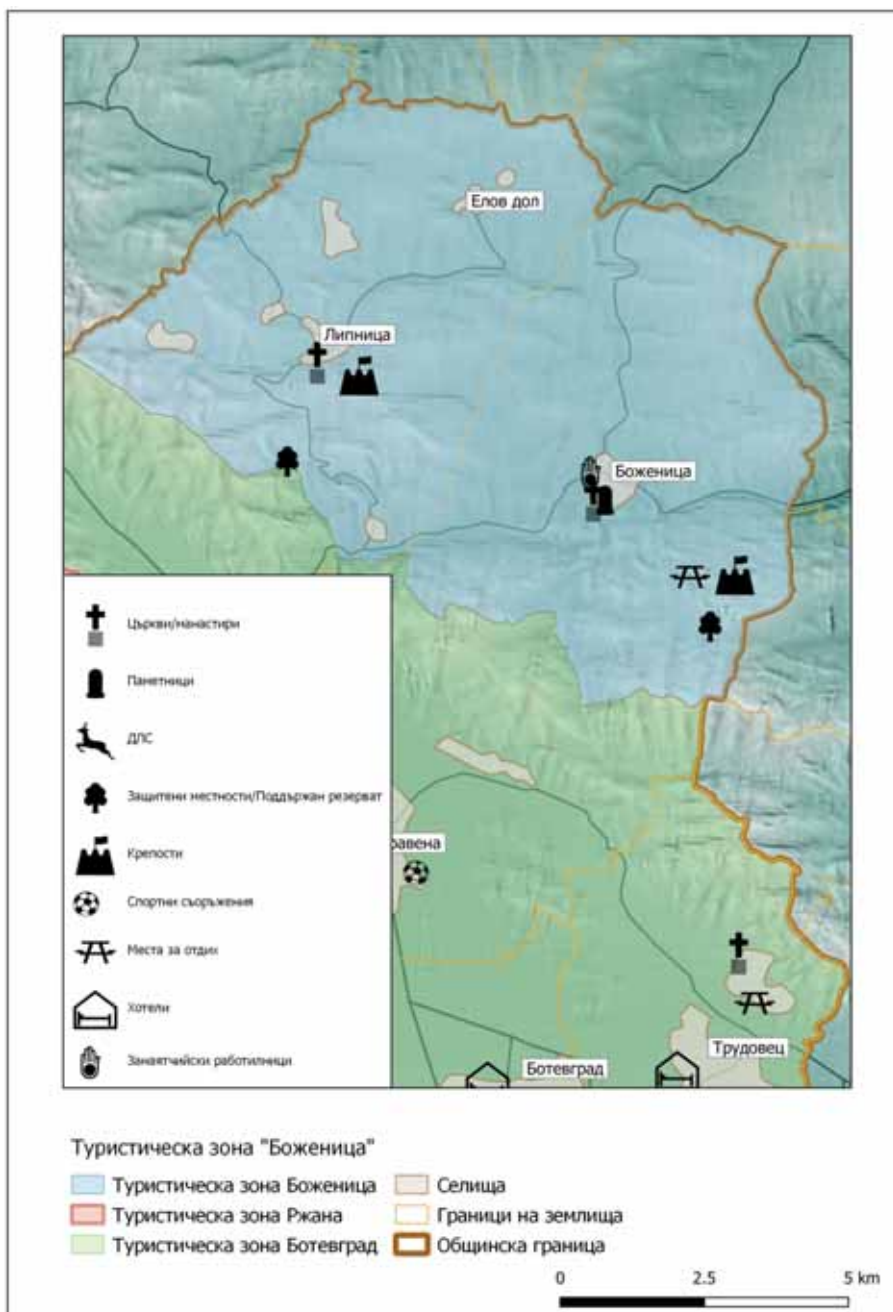
Туристическата зона обхваща следните туристически места:

- с. Боженица с килийното училище;
- защитена зона „Бебреш” с катерачните скали и каньона на р. Бебреш;
- крепост „Боженишки урвич” и ПЗ „Училищната гора”;
- с. Липница – мах. Ръждавец;
- с. Елов дол и оклностите.

Възможностите за устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Боженица” включват практикуване на:

- **екотуризм** - турове и събития, свързани със защитените територии и биоразнообразието;
- **приключенски и екстремн туризм** - конен, велосипеден, скално катерене, спелеотуризм, каньонинг;
- **планински пешеходен туризм**;
- **доброволчески туризм** - международни лагери, тим билдинги, скаутски дейности и др.;
- **събитиен туризм** - приключенски многобой, фолклорен събор, мото събор;
- **културен туризм** - килийно училище, археологически обекти, занаятчийски ателиета;
- **ученически и младежки туризм** – летни школи, зелени и бели училища, ученически и студентски екскурзии и практики;
- **художествени и занаятчийски пленери**;
- **риболовен туризм** – р. Бебреш;

Настаняване и хранене: 2 места за настаняване - къща за гости „Боженица” и хотел „Боженишки урвич”. Хранене: само в хотел „Боженишки урвич”. В селото има един магазин, който отваря само рано сутрин.



Фигура 34. Картографска схема на туристическа зона „Боженница”
 Източник: Картографска схема на туристическа зона „Боженница”,
 изработена по задание на автора, 2018

Основни туристически обекти: в зоната има крепост - „Боженишки урвич“, килийно училище, катерачни скали, ателие за дърворезба и керамика „На завоя на реката“, няколко малки пещери, резерват „Училищната гора“ (недостъпна, в перспектива), конна ферма „Пагане“, Нанковски манастир (недостъпен, в перспектива), Липнишки скали.

Туристически маршрути:

- *с. Боженица – Чекотински манастир „Св. Архангел Михаил“* – минава се покрай ждрелото на р. Бебреш и предоставя живописни гледки;
- *с. Боженица – с. Скравена* – минава по стар римски път с малки водопади покрай трасето и разнообразен ландшафт;
- *с. Боженица – с. Курново* – минава през широколистна гора, обхваща част от стар римски път покрай вековно дърво.

В туристическа зона „Боженица“ няма сформирани туристически ядра. При изграждане на специализирана туристическа инфраструктура (приключенски парк „Липница“, въжен парк и многофункционална зала при общинска база „Боженишки урвич“ и др.), в перспектива могат да се обособят туристически ядра Боженишки урвич и Липница.

2.4. Устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Ржана“

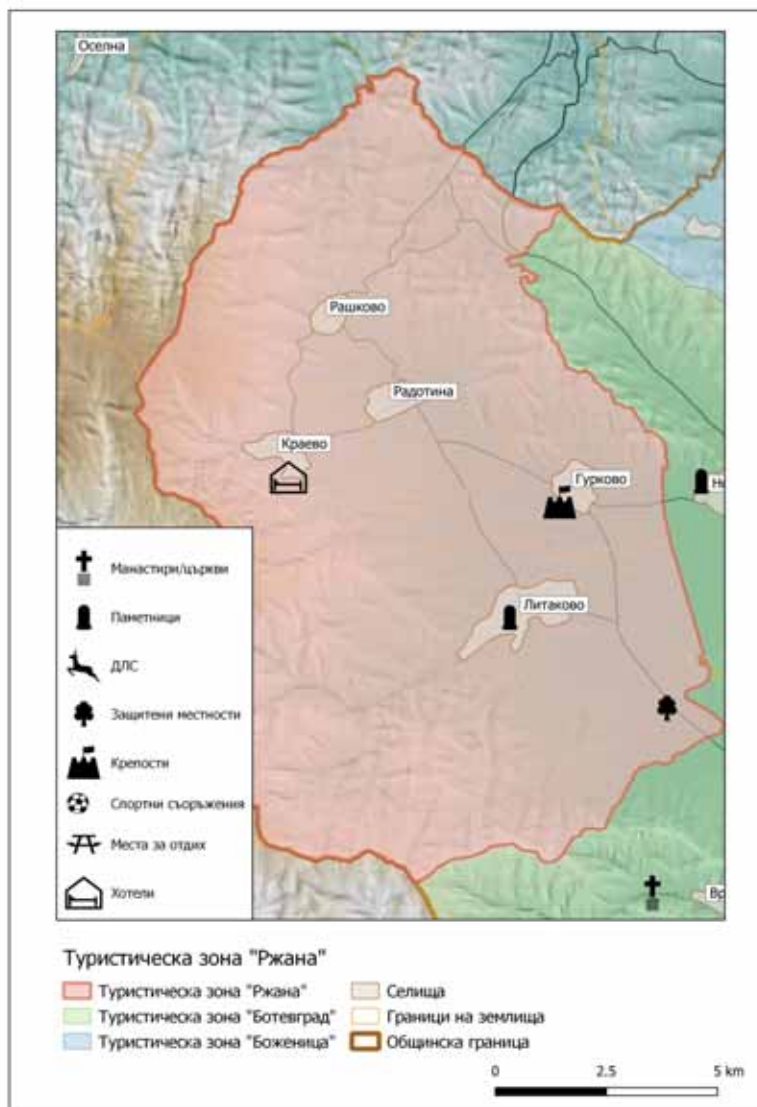
Туристическа зона „Ржана“ обхваща землищата на селата Литаково, Гурково, Радотина, Рашково и Краево и носи името на Ржана планина, с която граничат селата. Ржана планина е разположена в северния клон на Мургашкия дял на Западна Стара планина, област Враца и Софийска област, между Искърския пролом и Ботевградската котловина. По източното ѝ подножие преминава условната граница между Западния Предбалкан и Западна Стара планина. На север Искърският пролом я отделя от Врачанска планина, а на запад и югозапад долината на река Габровница (десен приток на Искър) – от Голема планина. На изток долината на Малката река (десен приток на Искър) и седловина висока 567 м я отделя и същевременно свързва с планинския рид Гола глава на Предбалкана. На югоизток склоновете ѝ плавно се понижват към Ботевградската котловина. Тя се явява и западна географска граница на обособената едноименна туристическа зона.

В административно отношение зоната граничи с общините Своге и Мездра от запад и северозапад, община Елин Пелин - от юг и Централна туристическа зона „Ботевград“ - от изток и югоизток. Има добри транспортни връзки с Ботевград, Врачеш, Новачене и Ребърково. (Виж Фиг. 35)

Туристическата зона обхваща следните туристически места:

- с. Гурково с микроязовир;
- влажните зони край Гурково;
- ЗМ „Дренето“;
- центъра на с. Литаково с църквата;

- влажните зони край с. Литаково;
- Братската могила и оброците край с. Литаково;
- с. Краево;
- с. Рашково;
- с. Радотина.



Фигура 35. Картографска схема на туристическа зона „Ржана”
 Източник: Картографска схема на туристическа зона „Ржана”,
 изработена по задание на автора, 2018 г..

Възможностите за устойчиво развитие на туризма в туристическа зона „Ржана” включват следните специализирани видове туризъм:

- **планински пешеходен туризъм** – маршрути от всяко село към Ржана планина;

- **приключенски туризъм** - конен, велосипеден, off road;
- **културен туризъм** - църкви, оброци, местни празници;
- **риболовен туризъм** – микроязовир Гурково, рибарник;
- **доброволчески туризъм** – маркиране на туристически маршрути, почистване, залесяване;

- **екотуризм** – наблюдение на птици в ЗМ „Дренето” и влажните ливади край Гурково и Литаково;

- **индустриален туризъм** - посещение на „Яблена натура” – запознаване с отглеждането на овощните насаждения, производствения процес на биопродукти и дегустация.

Настаяване и хранене: вила Марк, х. Лескова (работи определени дни от седмицата); няма възможности за хранене в целия район освен във вила Марк. Липсват също магазини в по-малките села, което е силно ограничение за устойчивото развитие на туризма.

Туристически обекти и атракции: ЗМ „Дренето”, микроязовир Гурково, Братска могила, църквата в Литаково, оброци край Литаково, демонстрационен етно кът към „Яблена натура”.

Туристически маршрути:

- *конен маршрут с. Гурково – крепостни останки – с. Трудовец – средновековна църква „Св. Георги”;*

- *обиколен конен маршрут Ком-Емине, Ржана, Краево, язовира на Гурково, крепостта до Гурково;*

- *пешеходен маршрут Литаково до хижа „Лескова“;*

- *Краево – Ржана планина – х. Лескова и Осенов лаг;*

- *Краево през Ржана, през връх Козница (1636,3 м) и с. Литаково до крепостта при Гурково;*

- *пешеходен маршрут Литаково до хижа „Лескова“;*

- *Краево – Ржана планина – х. Лескова и Осенов лаг;*

- *Краево през Ржана - връх Козница (1636,3 м) до с. Литаково.*

Маршрутите в момента са немаркирани и недостъпни, предлагат възможности за пешеходен, конен и велотуризм в перспектива.

Именно поради липсата на достъпни туристически маршрути и недостатъчна специализирана инфраструктура, понастоящем не могат да бъдат обособени туристически ядра. На следващ етап, след като бъдат реализирани дейностите, заложените в Програмата за развитие на туризма на община Ботевград 2016-2020, могат да се обособят като туристически ядра 1) районът на селата Краево, Радотина и Рашково, както и 2) районът на Гурково, Литаково и ЗМ «Дренето».

2.5. Предложения за създаване на регионален туристически продукт

Създаването на регионален туристически продукт е свързано с резултатите от проведени през 2017 г. срещи и анкетни проучвания сред съседните на Ботевград общини: Правец, Етрополе, Мездра, Роман, Своге, Горна Малина и Елин Пелин, както и природен парк „Врачански Балкан”. Направените предложения за инициране на регионален туристически продукт включват: общи туристически маршрути между две и повече съседни общини, възможности за предлагане на общи тематични туристически продукти, създаване на регионален уеб портал и др., както и реализиране на предложението за създаване на биосферен парк със сърцевинна част ПЗ „Училищната гора”, формирано в резултат на работата с фокус групи, допитвания до специалисти и местната власт.

Мярка 1. Реализиране на предложения за *регионален туристически продукт между общините Ботевград, Правец и Етрополе*

Мярката включва предлагане на **обща туристически маршрути** между Ботевград и другите две общини, както следва:

- **с. Своде** (от екопътеката) през **Чекотински манастир** и каньона на **р. Бебреш** до крепостта „**Боженишки Урвич**”;

- **крепост „Боровец” - крепост „Урвич”** – възможности за пешеходен, конен и веломаршрут, свързващ две крепости от Старопланинската укрепителна система;

- **религиозен туризъм** до манастира „Св. Теодор Тирон” в Правец, етрополския манастир „Св.Троица” и Чекотинския манастир „Св. Архангел Михаил“;

- **Маршрут на тракийските крепости:** Етрополе – връх „Свети Атанас” – Тракийска крепост „Чертиград” – м. Боготвор – връх Острома (с. Осиковица) – крепостта Креща над Скравена и/или Паница Кале в Липница, която има видима връзка с Креща;

- **Маршрут на манастирите:** Манастир „Света Троица” /Етрополе/ – Манастир „Свети Теодор Тирон” /Правец/ – Манастир „Свети Четиридесет мъченици” /Врачеш/, Манастир „Св. Георги“ /Трудовец/, Зелински манастир „Рождество на Пресвета Богородица“, Манастир „Св. Николай“ /Скравена/;

- **Обходен маршрут:** Етрополе – Етрополски манастир „Света Троица” – м. Кокалското – връх Кордуна – Връх Свищи плаз – прохода Кашана – връх Мургана – връх Баба – Етрополски проход- Арабаконак – с малко отклонение от билото - копира се маркиран националния маршрут в този участък;

- **Маршрут Ком – Емине** (маркиран): Връх Кордуна – връх Свищи плаз – прохода Кашана – връх Мургана – връх Баба – Етрополски проход – Арабаконак;

- **Маршрут с паметници от Руско – турската освободителна война:** Етрополе – м. Кожовото – връх Баба – Шиндарника – Арабаконак – 2 паметника в Ботевград – Мемориален комплекс в с. Новачене – пред входа на църквата „Св. Петка“, с. Боженица – с. Рашково;

- **Други маршрути:** Арабаконак - Етрополски проход - хижа „Чавдар“; Етрополски проход - връх Баба (билна пътека); Хижа „Чавдар“ - хижа "Мургана" - проход Кашана; Проход Кашана - връх Свищиплаз - билна пътека - Косишки превал; Връх Свищиплаз - хижа „Свищиплаз“ - Косишки превал.

- съвместно туристическо предлагане с посещение на **Килийно училище в с. Боженица и Класно училище в с. Видраре**, възможности за **религиозен туризъм**, включващ посещение на манастирите и по-интересни църкви на територията на трите общини и възрожденското наследство, както и създаване на **съвместна интернет платформа** или **отделна секция** в собствените интернет платформи на трите общини, представяща туризма на територията, като може да бъде представено чрез **„виртуална разходка“**, презентираща разстоянието между общините и обектите между и в тях.

Мярка 2. Реализиране на предложения за регионален туристически продукт между общините Ботевград, Мездра и Роман

Мярката включва разработване на три тематични маршрута (два пешеходни и един конен), както следва:

- Пешеходен маршрут: от с. **Боженица** през каньона на **р. Бебреш** от село **Своде** (общ. Правец) през **хижа Горска Фея** (общ. Роман) към **Тържишки (Струпешки) манастир „Св. пророк Илия“** – село Струпец, общ. Мездра, с. Царевец (общ. Мездра);

- Конен маршрут с. **Боженица** – с. **Курново**;

- Тематична пътека **„По пътя на Ботевите четници“**: с. Боженица – с. Курново – с. Черепиш, която да достига до с. Скравена.

Има намерения за обсъждане на възможности за **общии събитийни прояви**.

Мярка 3. Предложения за регионален туристически продукт между общините Ботевград, Горна Малина и Елин Пелин

Възможни съвместни туристически маршрути и събитийни прояви:

- Конни и веломаршрути **Ботевград – Арабаконак – Байлово**;

- създаване и промотиране на **защитен ландшафт**, обхващащ част от защитена зона „Етрополе-Байлово“;

- Промотиране на пешеходен туристически маршрути с. **Врачеш** – **вр. Мургаши** – с. **Бухово**;

- Обсъждане на други възможности за общи туристически маршрути – пешеходни, велосипедни и конни.

Възникна идеята и за обсъждане на общо **събитие при паметника Арабаконак**, организирано от общините Ботевград и Горна Малина.

Мярка 4. *Реализиране на предложения за регионален туристически продукт между общините Ботевград и Своге*

Маркиране на пътеките в Ржана планина **Своге – Ябланица - Ботевград**, както и **Желен – Бериови ниви – Литаково / Церово – Бериови ниви – Литаково**, поставяне на информационни табла с наличните природни дадености и места за посещение, както и общи правила и насоки за еко поведение, обособяване на места за бивакуване и безопасно палене на огън, изработване на колекционерски, ламинирани наръчници за всяко отделно трасе, подобряване на условията за взаимодействие между туристи и домакини, посредством тренинги, инструменти за комуникация и др. Всички тези дейности е предвидено да бъдат извършени съвместно между община Ботевград, сдружение „Тринога”, заинтересовани страни от селата Церово, Желен и Гара Бов.

Община Своге и община Ботевград са разделени от билото на Стара планина, като оттам минава **туристическата пътека „Ком-Емине“**. Подстъпите към нея от двете общини са многобройни и може да се мисли в тази посока. Маркирането на общ пешеходен туристически маршрут от **с. Радотина, през билото на Ржана планина до с. Осеновлаг и манастира „Седемте престола”** би бил перспективен и атрактивен за туристите.

Мярка 5. *Реализиране на предложения за регионален туристически продукт в сътрудничество с Природен парк „Врачански балкан”*

Изграждане на интернет сайт с места за настаняване, забележителности и възможни едnodневни и двудневни маршрути с възможност за търсене по място и събитие. Например: София – Ботевград (музей, крепост, манастири и др.) – Лютиброд (посетителски център, Ритлите, Черепишки манастир) – с. Челопек (къща баба Илийца) – Враца (Исторически музей и др.) – София. Конкретните дейности за изпълнение на Мярка 5 ще бъдат уточнени след договаряне между община Ботевград и ДПП „Врачански Балкан”.

Мярка 6. *Промотиране на община Ботевград като част от регион „Балкания”*

Регион „Балкания” е създаден през 2003 г. по инициатива на „Тур клуб РеМарк”. Първоначално е като обединение на общините Тетевен, Троян и Априлци, впоследствие към тях се присъединява Етрополе, а през 2018 г. – и община Ботевград. Обединяващото за всички тези общини е географското им положение в подножието на Стара планина.

Целта на регион „Балкания” е да се предложи един по-разнообразен туристически пакет, който включва повече природни и културно-исторически забележителности, с цел удължаване престоя на туристите за по-дълъг период и диверсификация на туристическия продукт. По този начин се осъществява популяризирането на туристическия потенциал на няколко общини с общи рекламни материали, на общ щанд по време на туристическите изложения, което е много по-изгодно финансово. Същото

важи и за организирането на журналистически турове за представители на националните медии.

Обединението в регион „Балкания“ представлява обединение не само на общинска администрация, но и на целия туристически бранш. Това е предпоставка за създаване на професионални и приятелски контакти между собствениците на туристически обекти чрез участието им в различни срещи, дискусии, презентации, свързани с проблемите на туризма; своевременно информиране за законовите и др. нормативни промени, а при необходимост - провеждане на срещи с държавни експерти или други специалисти, важни за функционирането на туристическата дейност.

Община Ботевград е най-новият член на регион „Балкания“ и има възможност да се възползва от вече натрупания опит на съседните общини в областта на туризма. Направени са вече първите контакти на ниво експерти по туризъм. Общината е представена на редица туристически изложения – в София, Велико Търново, Русе, а най-атрактивните събития, които се провеждат в Ботевград, са включени в общия Календар на събитията на петте общини.

По време на туристическите изложения са създадени контакти с журналисти и се разпространява каталогът "Ботевград - бизнес и туризъм 2018". В брошурата "Лято/есен 2019 в Балкания" за община Ботевград са намерили място следните събития от Културния календар: Великденски събор, Офроуд състезание, Пленер на занаятите, Приключенски многобой, Национален фолклорен фестивал "Златни нишки" – Ракитинови празници в с. Трудовец, Дефиле на духовите оркестри и мажоретни състави, Downhill Ботевград, Празник на фолклора в с. Боженица, Фестивал на бъчвата в с. Врачеш.

Мярка 7. Реализиране на предложение за създаване на биосферен парк на територията на общините Ботевград, Правец, Роман и Мездра, с ядро поддържан резерват „Училищната гора“

При анализ на природните ресурси, спецификата и капацитета на територията на община Ботевград и съседните ѝ територии, беше установено, че има възможност за създаването на биосферен парк.

През 1995г. на Международната конференция, организирана от Програмата „Човекът и биосферата“ (МАВ) в гр. Севиля, Испания, се приема Севилска стратегия и нормативна рамка за биосферните резервати, очертаващи нови правила и норми за зонирание и функции на тези територии. Съгласно Севилската стратегия, в съвременните биосферни резервати основен зони за строга защита, вече се обособяват и буферни зони, както и зони, в които се поощрява прилагането на устойчиви практики, гарантиращи икономическо развитие на съответните региони и опазване на природата в тях – наречени „преходни“ зони.

През последните години Секретариатът на Програмата „Човекът и биосферата“ на ЮНЕСКО инициира процес за съобразяване на обектите,

обявени за „биосферни резервати“ с целите и изискванията, заложили в Севилската стратегия от 1995г.

Концепцията за биосферните резервати се е развила като първоначалната функция и от „опазваща“ и „научна“, е преминала и към „функция на развитието“, ориентирана към устойчивото ползване на природните ресурси. Съвместяването на биосферните резервати от „стар“ тип няма да доведе до промяна в собствеността и ползването на съответните територии и няма да наложи допълнителни ограничения извън предвидените в националното законодателство.

Биосферните паркове стимулират устойчиво икономическо развитие на съответния регион, основаващо се на чиста и съхранена природа и на производството и предлагането на сертифицирани местни продукти (включително горски) и регионални марки с висока добавена стойност.

Ефективното функциониране на биосферния парк позволява всички заинтересовани страни в сътрудничество помежду си да постигнат устойчив баланс за опазване на биоразнообразието, икономическото развитие и съхраняването на културното наследство, както и справедлива подялба на произтичащите ползи от управлението на територията.

Преки ползи за местното население са „съживяването“ на местния бизнес чрез насърчаване развитието на устойчиви, природосъобразни практики за земеделие и животновъдство, горско стопанство, екологичен туризъм, рибарство и др. Това води до разкриване на нови работни места и повишаване на финансовите приходи на местните хора. В същото време се постига дългосрочно опазване на природното и културното наследство за бъдещите поколения.

Широката международна известност и добър имидж на Програмата „Човекът и биосферата“ привлича многобройни посетители в биосферните паркове и предизвиква голям интерес към закупуване на местни продукти. Само от инициативността на местните хора и сътрудничеството на всички заинтересовани страни зависи до каква степен ще съумеят да се възползват от тази популярност, за да привлекат необходимите средства и да реализират идеите си.

Биосферните паркове са особено подходящи за провеждане на научни изследвания и мониторинг, свързани с опазването и разумното ползване на природното и културното наследство и устойчивото развитие. Натрупаната информация дава възможност за вземането на добре аргументирани управленски решения с предвидим ефект, както и за провеждането на природозащитно обучение с широко участие на местното население и демонстриране на добри практики.

Обявяването на Биосферен парк на ЮНЕСКО ще донесе международен престиж на територията на Община Ботевград, а тя ще става все по-предпочитано място за отдих и туризъм, защото са гарантирани чистата и добре запазена околна среда, качеството на предоставяните туристически ус-

луги и продуктите, създадени по начин, щадящ природата. Включването на всеки биосферен парк в Световна мрежа на биосферните резервати дава почти неограничени възможности за регионално и международно сътрудничество и обмяна на опит. То е израз на признание от такава престижна международна организация като ЮНЕСКО, а това е повод за гордост и лично удовлетворение на всеки, който се чувства свързан с биосферния парк.

Биосферният парк не е категория в българския ЗЗТ. Създаването му се извършва чрез подписването на номинационен файл до ЮНЕСКО от кметовете на общините, МОСВ и Изпълнителна агенция по горите при МЗХГ. До момента МОСВ и МЗХГ имат политика да одобряват всяка подобна инициатива, подкрепена от общините. Този номинационен файл представлява споразумение, в което всички участващи заинтересовани страни, които са го подписали, се съгласяват да работят за развитието на тази територия. Номинационният файл се представя в Националната комисия по програмата „Човек и биосфера“ към БАН и след нейно одобрение държавата го представя в ЮНЕСКО. Номинационният файл се изпраща в ЮНЕСКО и след одобрение може да се работи под името/запазения знак на програмата „Човек и биосфера“.

След обсъждане по време на работните срещи с представителите на съседните общини, проведените интервюта с експерти от Асоциация на парковете в България (АПБ), Българска фондация „Биоразнообразие“ и Изпълнителна агенция по горите (ИАГ), ръководствата на общините Ботевград, Правец, Мездра и Роман, одобриха възможността за създаване на биосферен парк с работно наименование „Искър“.

Според Севилската стратегия, изискванията за сертификация на биосферен парк включват наличието на три зони – сърцевинна, буферна и преходна. Единствено **сърцевинната зона** е със строг режим на защита, който се определя от българското законодателство и вече съществуващите режими. **Буферната зона** осигурява опазването на сърцевинната зона и обикновено също има вече съществуващ статут, но с по-ниска степен на защита. **Преходната зона** е зона за развитие, в която има активна човешка дейност.

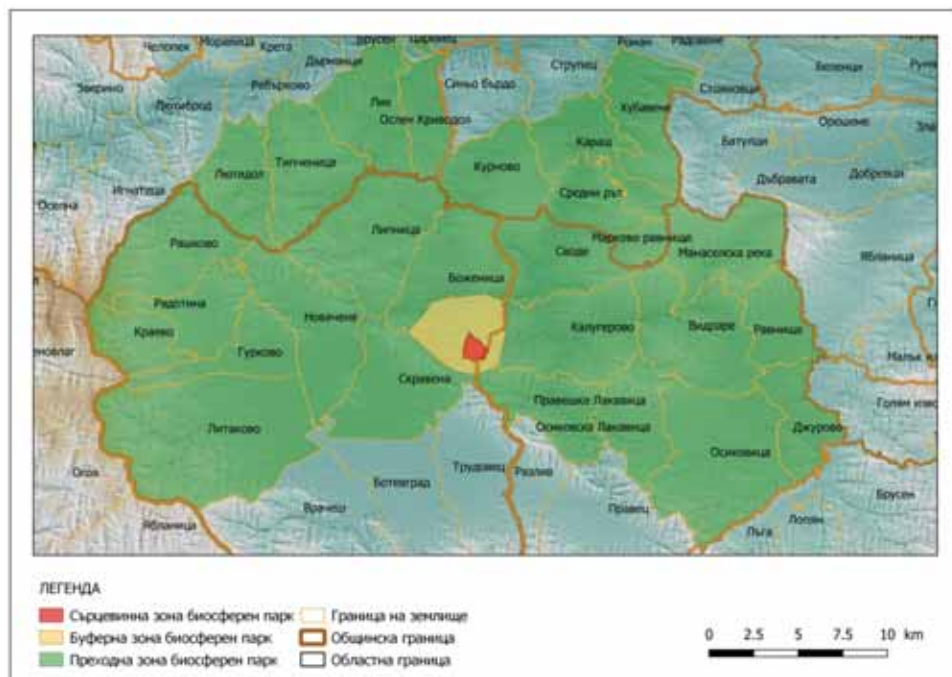
Населените места от Община Ботевград, както и на включените съседни общини, може да участват в разработването и да ползват регионални марки за развитие на местни продукти – като в този смисъл участието им в Биосферния парк е бонус и потвърждение за това, че територията е екологично чиста и добре запазена, както и че притежава потенциал за развитие на устойчив туризъм в съответствие с екологичните стандарти.

При първоначалните разговори авторът предложи следните два варианта:

- **Първи вариант** - землищата на селата Скравена, Новачене, Липница, Боженица, Своде, Калугерово, Правешка Лакавица и Осиковска Лакавица;

- **Втори вариант** – горните землища, допълнени със землищата на

Литаково, Гурково, Радотина, Краево, Рашково. Люти дол, Типченица, Лик, Ослен, Криводол, Курново, Караш, Хубавене, Средни рът, Марково равнище, Драгоица, Видраре и Осиковица. (Виж Фиг. 36)



Фигура 36. Разширено предложение за създаване на биосферен парк „Искър” със сърцевинна зона ПЗ „Училищната гора”
 Източник: Картографска схема по задание на автора, сред обсъждане с експерти от АПБ, ИАГ и кмета на община Ботевград, 2018 г.

Възможна е всякаква комбинация на посочените землища, но, от гледна точка постигане целите на планиране и развитие, е желателно при избора на землища да се държи да съществува обща граница.

При проведените срещи между четирите общини през 2018 г. е заявено желание за включване на повече землища от предложените в разширения втори вариант, включително възможност цялата територия на община Ботевград да бъде обявена за част от бъдещия биосферен парк.

В началото на 2019 г. с решения на общинските съвети на четирите общини е регламентиран окончателният обхват на биосферен парк „Искър”, (Виж Фиг. 37).



*Фигура 37. Биосферен парк „Искър” с окончателни граници
 Източник: Картографска схема по задание на автора, с граници съобразно решенията на общинските съвети на общините Ботевград, Правец, Мездра и Роман, 2019 г.*

Сърцевинната зона на бъдещия парк ще включва поддържан резерват „Училищната гора“, който е разположен в землището на с. Боженица, в близост до крепостта „Боженишки урвич“ и се характеризира със стръмен релеф. Обявен е с цел поддържане и опазване на вековната дъбова гора с до 200-годишни дървета с височина над 30 m. Общо са установени 207 вида висши растения от 185 рода на 60 семейства. Обликът на растителността в поддържания резерват „Училищна гора“ се определя от смесените широколистни гори с богат видов състав. Инвентаризираните растителни съобщества представят природните местообитания в резервата. Общо 62 вида птици могат да се наблюдават в гнездовия период на територията на резервата.

Буферната зона ще обхване защитените местности „Урвич“, „Високата могила“ и горите във фаза на старост, в които е ограничен дърводобивът. Двете местности са обявена със заповеди на министъра на земеделието, храните и горите за защитени.

ЗМ „Урвич“ попада изцяло в землището на с. Боженица и е разположена край крепостта Боженишки урвич. Тя е била създадена като лесопарк и обявена с цел опазване на семенни дъбови гори. На територията ѝ има съхранени група вековни дървета.

ЗМ „Висока могила“ попада в землищата на с. Боженица и с. Скравена, които са на територията на община Ботевград, както и в с. Калугерово и с. Правешка Лакавица, които са на територията на община Правец. Първоначално е представлявала буферна зона на поддържан резерват „Училищна гора“, а по-късно прекатегоризиран в защитена местност, като запазва обхвата, границите и режимите си.

Периферната зона може да обхване различна по големина територия, посочена по-горе в различни варианти, включващи землищата на селата Боженица, Липница, Елов дол, Радотина, Рашково и Краево, както и част от землищата на Гурково, Новачене и Скравена на територията на община Ботевград; землищата на селата Типченица и Люти дол - на територията на община Мездра, Курново и Средни рът на север, част от община Роман, както и Правешка Лакавица, Калугерово, Осиковска Лакавица, Своде, Видраве и Манаселска река – на територията на община Правец. Зоната е съобразена с характерния ландшафт, планински и хълмист релеф и горска растителност, както и транспортните връзки и осигуряването на достъп до биосферния парк от отделните населени места.

Планът за управление на сърцевинната зона ПЗ „Училищната гора“ позволява изграждане на маркирани пътеки и възможности за практикуване на пешеходен и екотуризм в перспектива, в рамките на сърцевинната зона.

Буферната зона в посока крепостта „Боженишки урвич“ позволява устойчиво развитие на конен, планински пешеходен, приключенски и екотуризм. ЗМ „Високата могила“ към настоящия момент не е достъпна. Има възможност за свързване на екопътеки, разположени на територията на община Правец с крепостта „Боженишки урвич“ и предлагане на региона-

лен туристически продукт.

В периферната зона на биосферния парк има възможности за практикуване на различни видове алтернативен туризъм.

Създаването на парка ще насърчи развитието на традиционните занаяти, производства и земеделски практики, опазването на природните и културните ценности. Ползите от създаването му са свързани с: разпознаваемост на региона и изграждане на международен престиж на територията; утвърждаване му като предпочитано място за отдых и туризъм, защото в него са гарантирани чистата и добре запазена околна среда, качеството на предоставяните туристически услуги и продуктите, създадени по щадящ природата начин; липса на допълнителни ограничения или забрани, различни от тези на съществуващия статут (режимите на съществуващите защитени територии); по-добра публичност и реклама на района не само в България, но и в чужбина; възможност на заинтересованите страни да участват в управлението на биосферния парк чрез структурата за съвместно управление; създаване на нови възможности за работа и развитие на района – съживяване на икономиката и развитие на екотуризъм, земеделие, пчеларство, животновъдство, развитие на занаятите и др.; по-лесен достъп до финансиращи програми; подобряване качеството на живот; обмен с други подобни територии в България и чужбина.

3. Предложение за уникално позициониране и развитие на туризма в община Ботевград

Устойчивото развитие на туризма в община Ботевград е свързано с полагане на целенасочени усилия от страна на общинска администрация и останалите заинтересовани страни за развитие и укрепване на качествен туристически продукт, съобразен със съвременните тенденции за развитие на туризма и потребителското търсене. Необходимо е да бъдат отчетени ограничаващите фактори, както на външната, така и на вътрешната среда и сравнително ограничените ресурси, с които разполага община Ботевград, като се търсят креативни и иновативни решения за позиционирането ѝ като атрактивна туристическа дестинация, с конкурентни предимства спрямо съседните ѝ общини. Предложението за уникално позициониране и развитие на туризма в община Ботевград е свързано с реализирането на Стратегически приоритет 2 от Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г., насочен към създаване на туристически бранд Ботевград, маркетинг и реклама на туристическата дестинация.

3.1. Препоръки за създаване на туристически бранд Ботевград

Създаването на бранд на дестинацията е един от ключовите елементи на бъдеща стратегия за устойчиво развитие на туризма и маркетинговия план. Изграждането на бранда е начин за създаване на уникална идентич-

ност. Брандирането с имена на продукти, дизайн, знаци, символи или комбинации от тях, въз основа на диференциация в сравнение с други конкурентни продукти, притежава измерения, които го отличават по някакъв начин от другите продукти, създадени да задоволяват същата нужда.

Обемът на търсенето и икономическите ползи от туризма могат да се увеличат съществено чрез стимулиране на туристическото потребление от страна на посетителите на място. Успехът в тази насока в голяма степен зависи от начина, по който туристите биват информирани за съществуващите възможности в дестинацията. Достъпната и добре поднесена информация може да провокира интерес към допълнителните услуги, да спомогне за удължаване престоя на туристите, за увеличаване на пространствената им подвижност в рамките на региона, да повлияе върху тяхната удовлетвореност и желанието им да се върнат отново.

Основната задача е да се изведе обща визия и да се структурира основа за изграждане на устойчив бранд на туристическа дестинация община Ботевград. В тази връзка се обръща внимание на основните характеристики и на архитектурата на бранда, които трябва да залегнат при неговото изграждане, както и последователността на активностите и синергичния тон на комуникацията, заложиени в Комуникационната стратегия на община Ботевград, а именно: да бъдат отличими и разпознаваеми; да бъдат свързани с определени символи; да са носители на характеристики, пряко свързани с общината; да спомогат за по-успешно популяризиране на възможностите за туризъм в община Ботевград; да съобщават всичко необходимо за едно туристическо пътуване на своите публики.

Предложената **концепция за уникално туристическо позициониране на туристическата дестинация и създаване на общ туристически бранд** и неговото популяризиране и достигане до целевите таргет групи има за цел да бъде разпознат, приет и популяризиран от местните общности. Приема се, че същността на комуникационно-рекламната идентичност е начинът, по който общината и регионът се възприемат и какъв е образът на позициониране в съзнанието на хората.

Създаването на туристически бранд Ботевград ще позволи формиране на обща концепция за визуално въздействие на общината като туристическа дестинация, чрез ключови послания, които да бъдат свързани отличителните и разпознаваемите от публиките и от местното население символи. В резултат на проведените фокус групи и работни срещи се очертаха няколко основни насоки: непознато историческо наследство, красива природа, религиозни паметници с история, място с истории, легенди и митове, Ботев, ботевите четници, баскетбола, Часовниковата кула, скалният надпис, жабешката миграция. На базата на общите характеристики на дестинацията, свързани с туристическия ѝ потенциал, предлаганите туристически услуги и продукти и възможностите за развитие на специализирани видове туризъм се утвърди слоганът „Ботевград – приключение на кръстопът”.

Съпътстващи (вторични) послания предложени в Комуникационната стратегия на общината са: Ботевград – хора, природа и традиции; Ботевград не е само Балканът, но и баскетбол; Ботевград – добре опазена тайна; автентични и алтернативни, не е оксиморон, а ново изживяване; Ботевград - дива природа и древна култура; Ботевград - Многообразие на изживявания. В тази насока са разработени първите рекламни материали, където са промотирани природни и културно-исторически забележителности, туристически обекти, предлагащи конна езда, велотуризм, приключенски и традиционни събития и др. (Виж *Приложение 7*)

Предложената концепция за създаване на общ туристически бранд и неговото популяризиране и достигане до целевите таргет групи, както и да бъде разпознат, приет и популяризиран от местните общности, е съобразена с ефективността на рекламните комуникации. Приема се, че същността на комуникационно-рекламната идентичност е това как общината и региона са възприемани, какъв е образа на позициониране в съзнанието на хората.

За постигането на разпознаваемост на Ботевград като туристическа дестинация съществена роля имат графичните символи. От съществена важност е създаването на лого, логотип и слоган. Целта на бранда в туризма е да допринесе за разпознаваемост, да отличи продукта от този на конкурентите, да засили възприятието за стойност и удовлетворението от преживяването.

3.2. Предложение за разработване и внедряване на доброволна сертификация за качество „Запазена марка Ботевград”

Разработването и въвеждането на *доброволна сертификация за качество „Запазена марка “Ботевград”* е друг инструмент за изграждане на имидж на туристическа дестинация, която ще бъде част от туристическия бранд Ботевград. Внедряването ѝ се основава на необходимостта от създаване и налагане на по-ефективен маркетингов инструмент, чрез който продуктите от Ботевград и региона да бъдат по-конкурентоспособни на пазара. Този процес ще бъде своеобразна система за доброволно сертифициране на качеството и устойчивото ползване на ресурсите в туристическите обекти и другите предприятия, свързани с туристическото предлагане.

Сертификатът „*Запазена марка „Ботевград”*” ще могат да получат:

- **туристически обекти:** места за настаняване, заведения за хранене и развлечения, туристически атракции (конни бази, занаятчийски ателиета, атракции от събитиен тип и др.);
- **туристически маршрути** – пешеходни, конни, офроуд и велосипедни;
- **местни продукти** – храни, напитки, занаятчийски изделия и др.

Марката ще се присъжда от **Местна сертифицираща група**, представена от независими оценители, включващи *представители на общинска администрация* (експерт по туризма, еколог) и *представители на*

местните общности, специалисти в областта на хотелиерството, ресторантьорството и биопроизводството. Сертификатите ще бъдат срочни и ще се издават за срок от 3 години, след което обектите и услугите отново преминават процес на сертифициране.

Запазената марка ще представлява графично изображение, включващо символите, дискутирани за туристическо лого на Ботевград, като по този начин графичното изображение допълнително ще асоциира сертифицираните обекти или стоки с туризма в Ботевград и устойчивото му развитие.

Основни критерии, по които ще се присъжда сертификатът „**Запазена марка Ботевград**“:

- акцент върху природната среда, културните, археологически и исторически забележителности в региона;
- акцент върху добрата интерпретация на природните и културни ценности на региона, както и редуциране на проблемите, свързани с намаляване на негативното влияние на човешката дейност върху околната среда;
- доказана практика на екологична устойчивост и минимално негативно екологично въздействие, включително съвети към гостите, свързани с опазване на околната среда;
- принос към природозащитата и подпомагане на дейности, свързани с устойчивото развитие на туризма и опазване на дивата природа;
- подкрепа на НПО, работещи за опазване на околната среда и културното наследство;
- принос за местната общност - насърчаване на предприемачество, партньорства и наемане на местен персонал;
- предлагане на продукти и сувенири местно производство, ползване предимно на български стоки от туристическите обекти, включване в менюто на традиционни за района ястия и напитки;
- респект към местната култура и интегриране на подходящи културни елементи от региона, популяризиране на местни исторически факти, предания и легенди;
- информацията и интерпретативните програми да представят точно и коректно местната култура и традиции;
- гостоприемство и грижа за клиента.

Стандартите за оценка и сертификация със „Запазена марка Ботевград“ са разработени по модела на сертификационната система на фондация Pan Parks, тази на Регионална туристическа асоциация „Стара планина“ и Природен парк „Странджа“. Главната цел на Стандартите е да подпомагат налагането на устойчив модел на туризъм и местно икономическо развитие в община Ботевград, както и да се избере признак, по който туристическата дестинация ще бъде достатъчно атрактивна и уникална.

Основните 8 принципа включват:

- 1) Фокусиране върху взаимовръзката на посетителите с природната среда и културното наследство на региона;

2) Акцент върху добрата интерпретация, посредством по-добро разбиране, оценка и удовлетвореност от контакта с културата и природата на региона и съответното преживяване;

3) Усилия за доказване на действащи практики на устойчивост на туризма и минимално негативно екологично въздействие;

4) Пряк принос към природозащитата на територията на общината и устойчиво ползване на природните ресурси;

5) Осигуряване на ползи за местната общност;

6) Респект към местната култура, чрез интегрирането ѝ в предлаганите туристически продукти, услуги и стоки;

7) Доказана грижа за клиента чрез отговорно отношение и удовлетворяване очакванията на потребителя;

8) Коректност и адекватност на представяната информация, реклама и предлагане, формиращи реалистични очаквания у гостите, т.е. спазване на принципите на отговорния маркетинг.

Ангажиментът за утвърждаването на „Запазена марка Ботевград” е необходимо да бъде поет от всички заинтересовани страни, за да се получи максимален ефект, а именно:

- налагане на високи стандарти за качеството, повишаване конкурентоспособността и пазарните позиции на туристическия продукт;

- реален принос на преки ползи за местната общност, съхраняването на културните ценности и природозащитата в региона;

- осигуряване на периодичен контрол върху качеството на обслужването, устойчивост и екологосъобразност.

Графичното изображение на „Запазена марка Ботевград” е създадено въз основа на резултатите от работата с фокус групи и проведените интервюта, насочени към идентифициране на символите на Ботевград (Виж Фиг. 38). Безспорен символ се очерта часовниковата кула, както и връзката на Ботевград с Балкана, фигуриращи стилизирано и на герба на общината. Графичните символи на слънцето и реката асоциират с красивата и съхранена природа, а кръглата форма придава завършеност и хармоничност. Самото графично изображение е резултат на няколкомесечна работа на екип от страна на общинска администрация и външни експерти, сред които и авторът на монографията.

Създаването и утвърждаването на туристически бранд Ботевград и доброволната сертификация са пряко свързани с маркетинговата политика на община Ботевград. В краткосрочен план е необходимо стриктно придържане към утвърдената от кмета Комуникационна стратегия на община Ботевград; в средносрочен план: изграждане на ТИЦ Ботевград и назначаване на експерт „Маркетинг и реклама”, а в дългосрочен план изграждане на ТИЦ Боженица и разработване на Маркетингова стратегия за развитие на туризма в община Ботевград с ясен и детайлно разписан маркетингов план към нея.



Фиг. 38. Предложение за графично изображение на „Запазена марка Ботевград”

Източник: Община Ботевград, техническа изработка Ина Маринова, главен експерт „Инвестиционно проектиране, градски дизайн и реклама”, 2018

3.3. Необходими дейности и мерки за създаване и внедряване на туристически бранд „Ботевград”

Брандът на дестинацията, в широк смисъл, представлява сбор от възможности за уникални преживявания, смес от рационални, емоционални, социални и културни ценности и ползи, които могат да се преживеят в даден туристически район. Туристическите дестинации имат разграничими възприятия за конкурентоспособност и дават усещане за допълнителна сигурност при вземане на решения за пътуване. В процеса на изграждане на туристически бранд Ботевград дестинацията трябва да постигне две основни цели: да даде на посетителите определено обещание по отношение на качеството на услугите и богат опит в обслужването на посетители и да допринесе за внушаване в съзнанието, че дестинацията разполага с качествени продукти и дава възможност за уникални преживявания. По отношение на внедряването на бранда и запазената марка, при маркетинговите комуникации е необходимо да се постави силен акцент върху дейностите в електронна среда – професионално администриране на туристическия ин-

тернет портал и активен електронен маркетинг, включващ използването на електронни медии, социални мрежи, търсещи машини, тематични портали и платформи и др. Според тяхната приоритетност, дейностите за популяризиране на община Ботевград и стимулиране на туристическото потребление следва да се степенуват.

Поддържането на туристическия уеб портал на община Ботевград следва да бъде абсолютен приоритет. Други приоритетни дейности - разпространение на информационни и рекламни материали чрез други информационни центрове в страната и чужбина, участие на туристически борси и изложения, издаване и разпространение на рекламни и информационни материали за забележителностите на община Ботевград; издаване и разпространение на събитийен календар.

Дейности с по-ограничено значение могат да бъдат: организиране на комуникационни прояви; експедиентски и журналистически турове; рекламен каталог на местата за настаняване, туристическите услуги и атракции; реклама в регионалните и национални медии, външна реклама и реклама в печатни медии.

В съответствие с изведените приоритетни дейности са дефинирани следните мерки:

Мярка 1. Поддържане, обновяване и модернизиране на туристическия уеб портал – www.visitbotevgrad.com, в съответствие със съвременните технологични изисквания и изискванията на туристите. Туристическият сайт на община Ботевград трябва да действа като инструмент за постигането на целите на общината в туризма. Необходимо е да е интуитивен и лесен за употреба, достъпен и функционален от всички видове устройства и да дава подробна информация за всички туристически атракции, услуги и преживявания в региона, тяхната достъпност, специфики, основни достойнства.

Сайтът трябва да отговаря на следните критерии: достъпност – лесен домейн, лесна навигация – опростена навигация, структуриране, което да подпомага запознаването на потребителя както с основната информация за туристическите обекти, така и да създава полезност при използването му; актуална структура, която да спомага за по-лесното визуално възприемане на информацията и да спомага за по-добрата информация; съдържание, което да задържа потребителя по-дълго на сайта и да го провокира да я сподели в социалните мрежи, с възможност за качване на видео съдържание, както и на файлове – туристическа брошура, например; свързаност със социалните мрежи; версия на английски език.

Община Ботевград е разработила туристически портал visitbotevgrad.bg, който частично отговаря на изброените изисквания, но повече от година след създаването си, все още няма английска версия, някои от категориите са все още празни, липсват по-голямата част от туристическите маршрути, както и цифровизация на туристическите обекти. Цветовата га-

ма не е съобразена с концепцията, заложена в Комуникационната стратегия на общината. По-опростен дизайн и по-малко кликове, за да се достигне до информацията за обектите, биха били предимство.

Сериозни пропуски се наблюдават и относно съдържанието на сайта. Неприятно впечатление правят множеството правописни и пунктуационни пропуски и грешки. Част от създадените категории все още са празни или запълнени частично с информация, която не винаги е достатъчно потребителски насочена и в услуга на туриста. Липсва синхронизация между новините и събитията, организирани от различните институции в общината: общинска администрация, читалища, кметства, ОП „Балкан” и др. Самите новини не винаги са стилистично издържани, а понякога са трудно четими. Често пъти липсва информация за любопитни факти, интересни новини и събития, които биха привлекли вниманието на потенциални туристи, а за сметка на това фигурират новини, насочени към местната общност или пък ненужни анонси и съобщения. Например: в каква туристическа борса е взело участие Министерство на туризма, при положение, че липсва информация за част от участието на община Ботевград в туристически борси и имиджови събития.

Друг пример за нерелевантна новина е поява на заглавие „Честита Баба Марта” и съдържание картинка на мартеница. Тези и други примери показват, че липсва ясна концепция за администрирането на сайта и ползите, които следва да генерира като средство за комуникация. Липсата на банери и препратки от други институционални сайтове и вътрешни канали за комуникация, също е показателна.

Мярка 2. *Ефективно използване на основните канали за комуникация в интернет.*

Мярката е насочена към използването на останалите канали в интернет, които ще спомогнат за успешното представяне на общината за привличане на допълнителна аудитория. Онлайн комуникациите са от съществено значение за ефективното налагане на туристическите дестинации и са най-лесния и достъпен начин за достигане до целевите групи.

Социалните мрежи са един от основните референти към информация и източник на препоръки между потребители относно откриването и изследването на туристически атракции и преживявания.

За изпълнение на тази мярка е необходимо да се приложат препоръките, дадени в Комуникационната стратегия на община Ботевград. Банери на институционалния сайт на общината, представяне на бранда в регионалните медии и специализираните туристически платформи ще допринесат за по-лесен достъп, по-добра видимост и ще подпомогнат привличането на потенциални туристи като формират добрия имидж на дестинацията.

Мярка 3. *Създаване на туристическо лого и използването му за налагане на бранда на община Ботевград като туристическа дестинация със слоган „Ботевград – приключение на кръстопът”.*

Логото следва да бъде стилизирано с до три разпознаваеми символа, използваните цветове също да са до три и като задължителен елемент от логото е имплементирането на името на града в него. Възможните символи са Балкана и часовниковата кула, като за по-голяма видимост, разпознаваемост и налагане на положително настроение да се използват ярки и наситени цветове в зелената гама и жълто-оранжево, в съответствие с герба на община Ботевград. Името на града трябва да бъде изписано на български и латински, за да бъде разпознаваемо както от вътрешни, така и от външни публики. Шрифтът е препоръчително да бъде несерифен, лесно четим, да се избягват формати, които да водят до объркване на букви.

Община Ботевград вече има одобрено туристическо лого, което обаче не беше възприето положително от местната общност и не отговаря на голяма част от изброените препоръки. (Виж Фиг. 39)



*Фигура 39. Туристическо лого на община Ботевград
Източник Община Ботевград, техническа изработка Ина Маринова, главен експерт „Инвестиционно проектиране, градски дизайн и реклама”, 2018*

Логото има възможност да бъде преработено, използваните символи да се стилизират, а шрифтът да се смени със съвременен и по-добре четим, като същевременно бъде и по-умело пространствено позициониран, съобразно посочените по-горе насоки.

Избраният слоган **„Ботевград – приключение на кръстопът”** е резултат от работата с фокус групи, проведени по време на проучването на туристическата среда в община Ботевград и е възприет добре, както от метните жители, по време на работни срещи и обсъждания, така и при презентиране на общината на туристически борси и имиджови събития.

Мярка 4. *Мониторинг на поведението на посетителите на община Ботевград и на потребителите на туристическия сайт.*

Мярката включва мониторинг на поведението на посетителите на община Ботевград и на потребителите на туристическия уеб портал. Необходимо е да се провеждат регулярно анкетни проучвания сред посетителите за набиране на първична информация и проследяване на тенденциите в туристическото търсене. Туристическият портал трябва да има опции за проследяване на поведението на онлайн туристите, за да се анализира какво представлява най-голям интерес за тях. С тези опции може да бъдат проследени изискванията на туристите и да се персонализира съдържанието на портала, в съответствие с предпочитанията на посетителите му.

Мониторингът в интернет трябва да се прави и чрез проучвания и анализ на всички канали за достъп до потребителите, така че да се определи въздействието на всеки канал върху аудиторията, кои канали са най-важни за популяризиране на дестинацията и какво съдържание да има всеки един от тях. За тази цел може да се използват и платени форми, като Google AdWords, интеграция в специализирани туристически портали, рекламни площадки и партньори на търсещите машини, на принципа на AdSense, които следва да допълнят всички останали мерки и да акцентират върху определени продукти или услуги.

Мярка 5. *Разработване на специфични туристически продукти според нагласите на потребителите в интернет и въвеждане на доброволната сертификация „Запазена марка Ботевград“.*

На базата на събраната и анализирана информация за потребителите следва да се разработят специфични туристически продукти, според създадените нагласи, и да се предложат като нови видове продукти, които не са предлагани до момента.

Акцент в разработването на специализирани туристически продукти, насочени към иновации, ще окажат най-силно влияние и ще създадат приятна емоция след посещението на дадено събитие.

Създаването на продукти и услуги с културно-историческа насоченост следва да се реализира основно в интернет среда, като се осигури и достъпът до тях. Такива могат да бъдат дигитализация на културно-историческото наследство или разработване на интерактивни, съвременни тематични маршрути. Те може да бъдат направени като мобилни приложения и промотирани чрез тях.

Мярка 6. *Изработване на кратки видеофилми за разпространение в интернет каналите, реклама в печатни издания, външна и онлайн реклама.*

С мярката се поставя специален акцент върху необходимостта да се изработят качествени рекламни клипове и кратки видеофилми за разпространение в интернет каналите за видео споделяне; публикуване на рекламни карета и информационни материални в специализирани печатни издания и в специални издания, посветени на конкретни събития. Подходящи

варианти за външна реклама са билбордовете, брендирането на транспортни средства, рекламни постери, кратки видео-филми в метрото и др. При онлайн рекламата може да се използват анимирани банери, линкове, включване в специализирани платформи и сайтове и др.

Мярка 7. Издаване на качествени рекламно-информационни печатни и електронни материали на български и английски език.

Мярката включва изготвяне и отпечатване на качествени печатни рекламни материали – имиджови, рекламно-информационни и тематични брошури, диплянки за туристическите обекти, карти, календари и др., както и изготвяне на офлайн електронни материали – мултимедийни презентации, рекламни филми и други. Към тази мярка се отнася и изработването на художествено издържани рекламни сувенири за Ботевград. Общата визуална идентичност трябва да бъде съобразена с местните представи за мястото и да бъде представена и подложена на обсъждане от местната общественост. Това следва да се направи с цел нейното приемане и въвличането на лидерите на мнение в общината в процеса. Така ще бъдат контрирани възможни негативни реакции в последствие.

Мярка 8. Участие в национални и международни туристически борси, изложения и панаири.

Участието в туристически изложения, панаири и борси може да се разглежда като самостоятелен инструмент на маркетинговите комуникации, с който се постигат както имиджови цели, така и цели по стимулиране на продажбите. За насърчаване на вътрешния пазар община Ботевград трябва да присъства на основните прояви, организирани в страната, а при благоприятни възможности - и в чужбина. Ежегодното участие на международната туристическа борса „Ваканция и СПА” в гр. София, международна туристическа борса „Културен туризъм” в гр. Велико Търново и туристическото изложение „Уикенд туризъм” в гр. Русе, са абсолютно наложителни с цел позициониране и разпознаваемост на община Ботевград като туристическа дестинация на национално ниво.

Към момента участието на община Ботевград и Историческия музей Ботевград на туристически борси е неефективно и се ограничава най-вече до участие със споделен щанд, раздаване на брошури и презентация. Участие с по-креативни дейности и засилена туристическа анимация, както и участие в конкурси, награди и дейности в съпътстващите програми на изложенията ще допринесе за по-добра разпознаваемост и ефективна реклама.

Дефиле на мажоретки по време на международната туристическа борса „Ваканция и СПА”, като част от програмата във фойето на Интер Експо Центъра, както и дефиле между щандовете по време на самото изложение ще внесе емоция и колорит.

Туристическа анимация, включваща участие на някои от доставчиците на туристически услуги и представяне на част от символите на Ботевград, също би допринесла за преживяване на посетителите, които ще се спрат на щанда: каубои от конна база „Здравец”, занаятчии от с. Боженица

и с. Врачеш, участие на аниматора с авторски костюм на планинска жаба, литаковската духовна музика и др.

Щанд, посветен на занаятите по време на международна туристическа борса „Културен туризъм” ще насочи вниманието на посетителите и професионалистите от бранша към традиционните празници, занаятчийски пленери и възможности за обогатяване на престоя.

Ефект би имало, ако за патрон на участието в дадена туристическа борса бъде известна личност, свързана с Ботевград, която би привлякла допълнителен медиен интерес: актьор, в лицето на Симеон Владов или Ивайло Захариев, баскетболна звезда, шампион по таекуондо, медалист по акробатика, художествена гимнастика и др.

Мярка 9. *Организиране на опознавателни пътувания за журналисти и автори на пътеводители, експедиентски посещения на туроператори и подобни информационни събития.*

Дейностите от тази мярка са едни от най-ефикасните средства за връзки с обществеността и са най-подходящи за пазари, от които туристите пристигат неорганизирано. Усилията следва да бъдат насочени най-вече към туроператори и туристически агенти, предлагащи разнообразни туристически пакети; специализирани туроператори за входящ и вътрешен туризъм; туроператори, организиращи ученически пътувания и маршрути. Самите експедиентски турове, за да бъдат по-привлекателни за участниците, е препоръчително да се организират по време на някои от по-атрактивните събития в общината или да включват промотиране на Ботевград и съседни общини. Например: Ботевград, Правец и Етрополе; Ботевград, Мездра и Своге и др.

Мярка 10. *Създаване на ТИЦ и неговото сертифициране.*

Туристическият информационен център в Ботевград е ключово звено за развитие, популяризиране, поддържане на комуникации със заинтересованите страни и най-важното - с крайните посетители. В тази връзка от основно значение е подборът на служител, неговото обучение и създаване на план за развитие, съвместно с общината. Популяризирането на това звено зависи изцяло от инициативността на работещите в него и отделените ресурси на общината, както и колаборацията с останалите, свързани с възможностите за туризъм, заинтересовани страни.

Основните дейности следва да бъдат насочени към: създаване на партньорства; изработване на информационен материал, насочен към различни типове организации, в който да се разяснява възможностите за партньорства; създаване на план/календар с инициативи; инициране на изработка и подпомагане за продажбата на сувенири от местни майстори; популяризиране на инициативи от местни предприемачи, генериращи туристически интерес; активна работа с ученици, културни, спортни и обществени организации, както и други ТИЦ; инициране и изработка на комбинирани рекламни материали; инициране на диалог между местните пред-

приемачи и институциите за развитие на туризма. Всички тези дейности ще позиционират ТИЦ Ботевград, като една нужна и активна структура, която подпомага развитието на общината.

Осъществяването на тези дейности е свързано с наличието на подготвени и обучени кадри, както и активна работа със заинтересованите страни, установяване на ПЧП, насърчаване на предприемачеството и др. В Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 са заложили редица дейности в тази насока: обучение на администрацията, ангажирана с промотиране, реклама и PR в областта на туризма; организиране и провеждане на мотивационни семинари с цел провокиране на бизнес интерес за създаване на места за настаняване, заведения за хранене и развлечения и предлагане на допълнителни туристически услуги; осигуряване на специализирано обучение за ангажирани в предлагане и адаптиране на туристически продукти и атракции; подкрепа за създаване на партньорска мрежа от НПО и активисти за координиране и подпомагане на общи действия за постигане на общоприетите стратегически цели за общинско развитие; обучение по теми, свързани с развитието на алтернативния туризъм; обучение на общински служители в подготовката и управлението на проекти за целите на туризма; запознаване с добри практики за алтернативен туризъм; подобряване стопанисването и функционирането на обектите за обществено ползване на територията на общината и осигуряване на условия, стимулиращи инвестиции в туристическия сектор и развитие на алтернативни видове туризъм; стимулиране на частната инициатива сред местни производители и занаятчии чрез възраждане на забравени местни традиции и дейности и туристическата им интерпретация с цел привличане на туристическия поток; консултантска и методическа подкрепа на предприемачите в туризма при разработване на проекти в областта на туризма и стартиране на туристически бизнес; интегриране на туризма с другите икономически сектори чрез използване възможностите на селското стопанство и предприятията от сферата на услугите в процеса на привличане на потенциални туристи; включване на община Ботевград при разработването на регионални планове и разработване на общи проекти със съседните общини с цел създаване на регионален туристически продукт; подобряване на информационната среда и достъпа до туристическа информация; създаване на единна онлайн реклама на община Ботевград, организация и управление на онлайн каналите за комуникация. Всички тези дейности са заложили за периода 2018-2020 г., като до момента си остават единствено добри пожелания на хартия. Единственото, изпълнено частично до момента, но без да бъде достатъчно ефективно, е еднократното организиране на инфотур за туроператори и журналисти, обединяването на традиционните, иновативни и спортни събития в общ събитийен календар, както и поставянето на външна реклама на автобусните спирки на територията на общината.

4. Предложение за подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата

Предложението за подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата е ориентирано главно към развитието на общата инфраструктура и физическата среда, свързана с туризма, с акцент върху ролята на община Ботевград като инвеститор, инициатор и организатор на процесите, насочени към подобряване и развитие на материалната среда в качествено и количествено отношение, за максимално използване на потенциала на региона, стимулирайки целогодишното устойчиво развитие на туризма.

Лошият достъп, недостатъчната информационна обезпеченост и неблагоустроената среда са пречка за развитието на конкурентоспособен туристически продукт и трябва да бъдат преодолені чрез целенасочени мерки. Този приоритет е свързан с постигането на седемте основни цели, заложені в Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 г.:

1. Подобряване на туристическата инфраструктура, функционирането на туристическите обекти и качеството на предлаганите туристически услуги на територията на общината;

2. Идентифициране, GPS заснемане и изграждане на нови маршрути и екопътеки;

3. Създаване на нови модерни приключенски туристически атракции;

4. Диверсификация на туристопотока и удължаване на престоя на територията на общината;

5. Създаване на благоприятни условия за развитие на иновативни и интегрирани туристически продукти и услуги;

6. Цифровизация на предлаганите туристически продукти и услуги;

7. Стимулиране на инвестиции в сферата на туризма.

Предложението е пряко свързано с реализирането на стратегически приоритет 2, с цел осигуряване на нормалното функциониране на урбанизираната среда, като цяло, и обслужване на местните жители, като акцентът е върху специфичните нужди на туристите.

Необходимите мерки за реализирането му включват:

Мярка 1. *Подобряване достъпността до и между обектите от туристически интерес в околорадския район във всички сезони.*

Мярката е свързана с осигуряване на подходи и маршрути за автомобилен, велосипеден и пешеходен достъп, с настилка и маркировка, паркинги, информационни табели, места за отдих, чешми, тоалетни и сметосъбиране, осветление и благоустройство.

Мярка 2. *Осигуряване на лесно достъпна и все по-богата по съдържание информация през непрекъснато усъвършенстваща се единна интернет платформа с приложение за смартфони, вкл. разширени „смайт“ езикови услуги.*

Мярката изисква системни и целенасочени усилия от страна на ангажираните служители, взаимодействие с доставчиците на услуги, културни-

те и спортни институции на територията на общината. Специално внимание следва да се обърне и на съдържанието на публикуваната информация.

Мярка 3. *Подобряване на благоустройството на градската среда и на зелената система на общината.*

Активно съдействие за създаване и прилагане на обща концепция за настилки, фасадно третиране, осветление, улично и вертикално озеленяване, малки водни обекти и градско обзавеждане (в т.ч. с достатъчно места за сядане и при неблагоприятни метеорологични условия). Включване на качествени съвременни форми на синтез на изкуствата в градските пространства за повишаване на тяхната значимост и привлекателност. Подкрепа за създаване, демонстрация и внедряване на атрактивни експериментални модели и електронни иновации за благоустрояване на реалната градска среда. Общината вече работи в тази насока чрез благоустрояване на зелени площи за рекреация, цветни градинки, реконструкция на паркови пространства (Мемориален парк в гр. Ботевград, централен площад на с. Врачеш и др.). В процес на извършване е обследване и поставяне на указателни табели и информационни табла за селищата и туристическите обекти в общината, както и изграждане на парково арт-пространство.

Реализирана е инициатива за създаване на първи уикипедиански град в България. На територията на цялата община са поставени табели или стикери с QR кодове на всички туристически обекти, за които има статии в Уикипедия, както и QR кодове, препращащи към статии за бележити личности, свързани с Ботевград и региона.

Мярка 4. *Подобряване на достъпността до туристическите обекти и маршрути, функционирането им и повишаване на тяхната атрактивност.*

Достъпността до туристическите обекти е свързана, най-вече, с поддържане и подобряване на общата инфраструктура, прилежащи зелени площи, както и с изграждане на лека специализирана туристическа инфраструктура, поставяне на указателни табели и табла, предоставящи подходяща туристическа интерпретация на информацията.

Необходимо е подобряване функционирането на културно-историческите и религиозни обекти на територията на общината, включително фиксирано работно време, възможности за посещение на нефункциониращи обекти при желание от туристите (килийно училище, църкви, параклиси), с ясни указания на кои телефони и към кои лица/институции могат да се обърнат посетителите при интерес от тяхна страна. Социализирането на съществуващите и потенциални планински маршрути (пешеходни, конни и велосипедни) е необходимо да следва указаните етапи и критерии.

В Програмата за развитие на туризма на община Ботевград 2016-2020 е заложено да бъдат идентифицирани, цифровизирани и подобрени маршрутите за пешеходен, конен и велотуризм, както и да бъдат реализирани доброволчески дейности, свързани с планински туризм, маркиране и по-

честване на туристически маршрути. Все още работата в тази насока е слаба и неефективна. По създаване на тематични атракции и туристически маршрути, подобряване атрактивността и функционирането на туристическите обекти на територията на общината, изобщо не се работи.

5. Предложение за институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни

Дефинирането на институционалното развитие, координацията и партньорството като стратегически приоритет отразява разбирането за устойчиво развитие на туризма като съвместна отговорност на всички заинтересовани страни и подчертава неговата важност за реализацията на Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г.

Този приоритет оформя институционалната и партньорска рамка, в която следва да се реализира стратегията. Неговите задачи са:

- да допринесе за оформянето на благоприятстваща туристическото развитие среда - институционална, административна, законодателна и др.;
- да предложи подходящи модели, механизми и решения за координация и партньорство между заинтересованите страни.

Изпълнението на тези задачи е свързано с преодоляване на определени дефицити и справяне с важни предизвикателства в две основни направления:

а) Партньорство между община Ботевград и туристическия бизнес

Към настоящия момент, в рамките на делегираните функции по ЗТ, основно свързани с категоризация на туристическите обекти, маркетинг и реклама, се осъществява тясно партньорство между общинската администрация и туристическия бизнес. По-оперативна и широкодостъпна форма за информиране, съгласуване и дискутиране с туристическия бизнес може да допълва Консултативния съвет по въпросите на туризма, като се засили неговата по-концептуалната роля. За съжаление диалог между заинтересованите страни почти липсва. Все още не се работи целенасочено за установяване и поддържане на партньорства, насърчаване на бизнеса и осигуряване на институционална подкрепа от страна на община Ботевград към местни предприемачи. Липсата на ТИЦ и обучен персонал е допълнителна спънка в това отношение. Съществуват единични инициативи и партньорства, които могат да се заздравят и укрепят в дългосрочен план.

б) Вътрешни партньорства и междусекторна интеграция

През последните две години стремежът на община Ботевград за интегриране на туризма в ключовите общински политики, свързани с градско планиране, култура, иновации, спортно-приключенски мероприятия, доброволчески дейности и пр., е видим.

Наличието на конкретни мерки в областта на туризма, разпръснати в множество стратегически документи и нормативни актове и прилагани от различни органи и организации, насочва към необходимостта от трайни и обхватни механизми за съгласуване и координация на тяхното прилагане. Координацията между различните звена и структури в рамките на общинска администрация (отдел „Управление на проекти и програми”, отдел „Хуманитарни дейности” и др.), които имат отношение към туризма, е предварително условие както за провеждането на съгласувана и целенасочена туристическа политика, така и за координирано практическо изпълнение на общинските функции в сектора.

Необходимите мерки за успешното прилагане на туристическите политики на община Ботевград и подобряване на качеството обхващат:

Мярка 1. *Подобряване на организационния процес, мониторинг и контрол по изпълнение на текущата работна дейност в сферата на туризма; дефиниране на ясни цели и приоритети.*

Оптимизирането на работния процес и подобряването на организацията на работа може да се осъществи единствено чрез поставяне на ясни цели и приоритети, съобразно Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 и Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г. От съществена важност е определянето на отговорници за изпълнение на дейностите, включени в Годишния график в ресор Туризм на общинска администрация, обвързани със срокове за изпълнение и контролни функции от страна на кмета. Ефективен мониторинг и контрол може да бъде осъществен чрез провеждане на ежеседмични работни срещи с ресорния заместник-кмет, който да направлява процеса на работа и да следи за изпълнението на поставените задачи, съобразно поставените срокове, дефинираните приоритети и съпътстващи дейности, както и извършване на контролни функции от страна на кмета за изпълнението на решенията, взети от Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград; запознаване с отчети за извършената работа в сектора по тримесечия и изпълнението на заложеното в Годишния график; правилното дефиниране на цели, разпределяне на дейности във времето и паралелното им придвижване по всеки един от дефинираните в Стратегията приоритети; извършване на периодичен мониторинг и актуализация, при необходимост. Изпълнението на тази мярка е една от слабите страни на общинската администрация. Повече от година след актуализиране на Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 и установяване на необходимост от координатор „Туризм”, който да бъде свързващото звено между кмет, консултативен съвет, ангажираните общински служители, местни предприемачи и външни експерти, да управлява процесите и координира цялостната туристическа дейност, такъв не е назначен. При липса на ръководен кадър с компетенции в туризма, слаби или липсващи контролни функции от страна на кмета, няма механизъм, който би

допринесъл да се подобри организационният процес в краткосрочен и средносрочен план.

Мярка 2. *Подобряване работата на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград.*

Тази мярка включва: утвърждаване от кмета на Годишен график на дейностите в сферата на туризма, обвързан с отговорници и срокове, гласувани на заседанията на Съвета; изготвяне на отчети за всяко тримесечие и обсъждане по време на заседанията на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма, относно изпълнението на дейностите в графика; извършване на текущ контрол по изпълнение на взетите решения от страна на ресорния заместник-кмет, както и засилен контрол от страна на кмета, относно изпълнените дейности от годишния график за всяко тримесечие – запознаване с изготвените отчети; при необходимост оказване на съдействие и институционална подкрепа при възникнали затруднения по изпълнение на взети решения, както и прилагане на стимули и санкции; установяването на постоянни тематични работни групи по стратегически приоритети и/или отделни теми в структурата на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград, които да интегрират на оперативното ниво по-широк кръг заинтересовани лица. Да предостави механизъм за непрекъснато съгласуване и партньорство с бранша по реализацията на стратегията, като едновременно с това ще допълни стратегическата роля на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма.

Мярка 3. *Организация и управление на ОП „Туризм“ с ТИЦ Ботевград и почивна база „Боженишки урвич“.*

Тази мярка включва изготвяне на задълбочени анализи и оценки на участието на община Ботевград в туристически борси, имиджови събития, провеждане на публични прояви и др., включително отчитане на силните и слаби страни, пропуснати ползи, добавена стойност на всеки един от съставлящите ги компоненти по предварително изготвена оценъчна скала; изготвяне на годишни анализи и отчети по изпълнение на заложените дейности в Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020, които, след обсъждане на Консултативен съвет и утвърждаване от кмета, да бъдат придвижени към Общинския съвет.

Препоръчва се активна работа с туроператори, корпоративни клиенти и индивидуални туристи, организиране на събитийни прояви, туристически пакети, маркетинг и реклама, включително активно промотиране на туристически борси на почивна база „Боженишки урвич“. Преди да се предприемат действия за изпълнение на мярката е необходимо да бъде повишен административния капацитет на ресор Туризм и да бъдат обучени инициативни и компетентни кадри, които да бъдат назначени в окупеното общинско предприятие. Задължително е наличието на ръководен кадър с богат професионален опит.

Мярка 4. Информационно осигуряване и мониторинг на туристическото развитие.

Информационното осигуряване е необходима предпоставка за адекватно туристическо планиране и последващ мониторинг на туристическото развитие. За целта е необходимо синтезиране на наличната информация в единна информационна база-данни за туризма в община Ботевград по изискванията на ЗТ и параметрите на Единната система за туристическа информация.

Паралелно с това следва да бъдат възприети индикатори и разработени и внедрени механизми за мониторинг на туристическото развитие, които не само да проследяват периодично степента на постигане на заложените цели, но и да оценяват въздействието на туризма и цялостното му ниво на устойчивост.

Мярка 5. Обединяване на усилията и възможностите на публичния и частния сектор чрез систематично прилагане на различни форми на публично-частни партньорства, стимулиране и подкрепа за малки и средни предприятия, както и поддържане на ефективна комуникация с други органи на държавната администрация, международни, национални и регионални институции и организации.

Констатираните дефицити по отношение на компетенции, финанси и други аспекти насочват към тясно сътрудничество между публичния и частния сектор за осъществяването на отделни мерки от Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025. Тази мярка обединява дейности с различен характер, насочени към облекчаване на административната среда за функциониране на бизнеса и неправителствения сектор (онлайн-модул за обслужване на туристическия бизнес – електронно, на „едно гише“ за всички общински услуги, ползвани от бранша, насърчаване на устойчиви модели и практики, подкрепа за бизнес инкубиране и клъстери между МСП и др.) Изграждането на партньорства е подчинено на общата кауза за развитие на община Ботевград като атрактивна туристическа дестинация.

Комуникацията с тези групи заинтересовани лица е свързана със сферата на техните компетенции и следва да осигури както представителство на интересите на общината и туристическия отрасъл, така и да улесни оперативните действия при реализацията на туристическото предлагане.

6. Предложение за устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград

Предложенията за устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Ботевград са свързани с изпълнението на Стратегически приоритет 5, който е насочен към устойчиво развитие на приоритетните и съпътстващи специализирани видове туризъм на терито-

рията на общината. Отделните мерки включват разработване и реализиране на предложения, постъпили от представители на туристическия бизнес, местни културни дейци и инициативни граждани, които могат да бъдат реализирани с институционалната подкрепа на община Ботевград, посредством партньорства, насърчаване на предприемачество и съвместни дейности. Част от постъпилите и развити предложения са насочени към приоритетни, а други - към съпътстващи видове туризъм, съобразно зададените в глава трета насоки и изводи за развитието на специализираните видове туризъм на територията на община Ботевград.

6.1. Предложения за устойчиво развитие на приключенски и екстрем туризъм

Мярка 1. Обособяване на тематични маршрути за конен и пешеходен туризъм

Маршрутите могат да бъдат както само за конен туризъм, така и комбинирани с възможност за практикуване на пешеходен и/или велосипеден туризъм. Изпълнението на тази мярка включва почистване, маркиране и облагородяване на маршрутите, включително поставяне на лека туристическа инфраструктура – кътове за отдих и др.; цифровизиране и описание на маршрутите, съобразно предварително дефинирани параметри: степен на трудност, дължина, отдалеченост на отделните точки по маршрута от съответните населени места, денивелация и т.н.

В Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020 е заложена дейност за подобряване на достъпността и атрактивността на туристически маршрути за пешеходен, конен и велотуризм, както и изграждане на нови тематични маршрути, а една от целите е цифровизация на туристическите маршрути, но все още в тази насока почти не се работи. Има един единствен конен маршрут между селата Боженица и Скравена, който е благоустроен. Всички останали са идентифицирани, но труднодостъпни или недостъпни за туристи.

Мярка 2. Обособяване на приключенски паркове в районите на селата Боженица, Липница и Трудовец

Мярката е насочена към изграждане на тематични приключенски паркове, въжени градини, via ferrata (виа ферата) и др., които да бъдат съобразени с местните условия и традиции: специализирани съоръжения за екстрем туризъм в района на катерачните скали край с. Боженица; приключенски парк в района на с. Липница, обвързан с някои от пещерите и Липнишките скали; въжен парк в местността „Поп Нако“ край с. Трудовец.

Екстремно-приключенски туристически продукти и услуги, които се развиват на територията са: полети и скокове с бърджии от топловъздушен балон, полети с паратрайк (моторен парапланер), офроуд сафари. Част от тях могат да бъдат включени в туристическото предлагане на тематичните приключенски паркове.

Обсъжданите предложения по време на фокус групите за изграждане на примерни туристически атракции за реализиране на тази мярка са в две насоки:

1. Изграждане на въжен парк (въжена градина), с потенциални райони:

- над с. Боженица, в близост до трасета за скално катерене;
- над вилна зона Зелин, планината Било;
- крепостта „Боженишки урвич“;
- района на с. Липница, местност мах. „Преславица“;
- местност „Поп Нако“.

2. Изграждане на приключенски парк в района на Липница, мах. „Преславица“ в близост са: римски път; пещерите: „Проходна“, „Козарника“, „Водната пещ“ и „Очите“, два водопада, останки от крепост, красиви гледки, местност „Меча поляна“ и др.

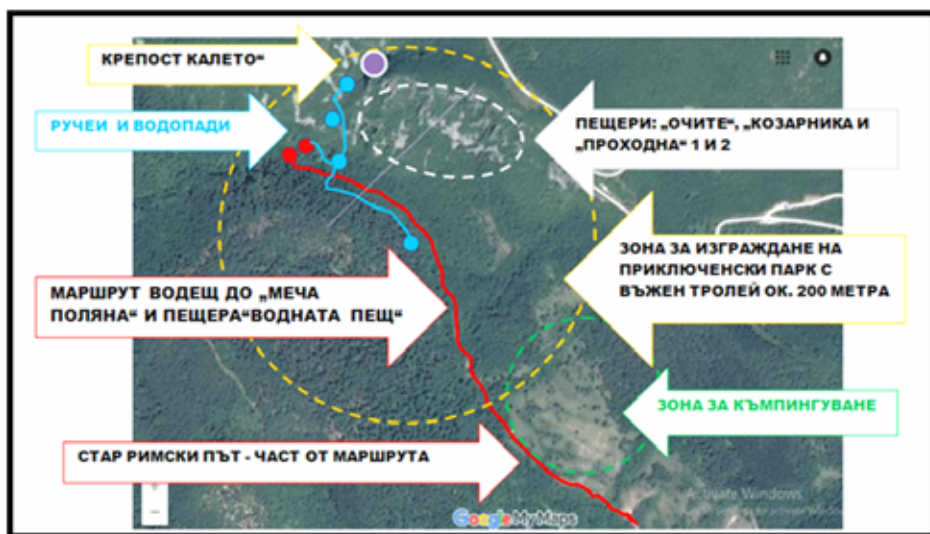
Приключенският парк може да включва следните елементи:

- Пешеходен маршрут, започващ от стар римски път, минаващ покрай няколко ручея, въжени мостове, посещение на два водопада - един в близост до пещера „Водната пещ“ и един в горната част на маршрута, разходка с каска и челник в пещера „Козарника“, преминаване през пещера „Проходна“, следва излаз до останките на „Калето“ (останки от кула – необходима е консервация), минава през пещера „Очите“ (малка, но с красиви гледки от нея), спускане по постоянно изграден въжен тролей (около 200 метра), завършващ в близост до „Меча поляна“.

Възможно е създаването на обособено пространство за къмпингуване на палатки, с изградени места за барбекю, навеси за приготвяне и консумиране на храна. Началото на маршрута е достъпно по черен път, по който минават камиони с отсечена дървесина и го рушат. Необходимо е насипване със скална маса на определени участъци.

- Въжен тролей или *Rollglider* - иновативна въздушна атракция, която имитира летене в безопасна среда, като постоянно съоръжение;
- Въжена градина – постоянно съоръжение
- Къмпинг инфраструктура – навеси за сушене на дрехи, приготвяне на храна, барбекю зона, пейки и маси за хранене и отдих и т.н.

На схемата на Фиг. 40. е представен идеен проект, който е обсъждан по време на срещите с представители на съседните на Ботевград общини и на заседанията на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград. В обсъжданията и проучванията на терен участва авторът на монографията, а детайлното предложение и визуализация са изготвени от фирма „УАЙЛДАН“ ЕООД.



Фигура 40. Предложение за изграждане на приключенски парк „Липница”
Източник: разработил и предоставил Владимир Ангелков, управител на
фирма „УАЙЛДАН” ЕООД, 2018

Всички тези предложения са включени в Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г. Освен тях, в Програмата за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020, е предвидено да бъдат изградени: въжен парк и стена за катерене, в съчетание със зона за скално катерене край с. Боженица, мултифункционална зала за приключенски и екстремн туризъм, инфраструктура и атракции за офроуд, спелео и екотуризм. Все още нито една от тези дейности не е заложена в проекти на община Ботевград, нито има индикации да бъдат осъществени от собствени приходи с бюджетни средства.

Мярка 3. Провеждане на приключенски събитийни прояви

Като основни приключенски събития се очертават **Приключенски многобой Ботевград, Botevgrad Downhill, Събитие за алтернативни спортове** с обособени зони за стари и добре забравени игри от миналото, съвременни и нови форми на игри за деца и възрастни – кръг от шампионата за дроне, както и провеждане на **„Офроуд Екстрийм фест Ботевград“**, който да включва:

- 1) провеждане на офроуд състезание на трасето до село Трудовец в рамките на един ден с участието на офроуд автомобили, АТВ и мотоциклети в отделни гонки по изградено трасе;
- 2) съпътстващи събития по време на офроуд състезанието;
- 3) полети с моторен парапланер (паратрайк);
- 4) скокове с бънджи от топовъздушен балон;

5) демонстрации по майсторско офроуд управление – шоу за закриване на феста.

„Приключенски многобой Ботевград“ е иновативно събитие, предназначено за всички почитатели на приключенията, адреналина и времето, прекарано сред природата. Целта на инициативата е по атрактивен начин да се демонстрира един иновативен формат, съчетаващ забавление и активен спорт на открито, представящ пред потенциалните туристи и гости възможностите за отдих и туризъм в района на общината, както и привличането към подобни активности на деца и подрастващи от училищата. Желаящите да се включат в инициативата ще бъдат изправени пред предизвикателства под формата на приключенска игра: катерене и спускане по скални отвеси под крепостта, влизане в пещера, задачи с ориентиране по карта и логика, умения за стрелба с лък. Всички зони за преодоляване са обединени от обща логическа рамка, свързана с декодиране на финално послание. Трудността на предизвикателствата е съобразена за хора без предварителен опит в посочените дейности, ще се преодоляват с помощта на професионални инструктори, при взети всички мерки за безопасност в контролирана среда.

„Downhill“ или „Спускане“ е дисциплина в планинското колоездене, практикувана на стръмен терен и технични участъци, изпълнен с естествени и изкуствени препятствия – скокове, виражи и други. Най-бързо спускалият се печели.

През 2016 г. в Ботевград е изградено професионално трасе за спускане с дължина 2.2 км. Трасето е с уникални за България характеристики и събира много практикуващи поради близостта си до София.

Развитието на гъста мрежа от трасета за в бъдеще ще позволи на Ботевград да стане една от петте топ дестинации в България. Очакван таргет са състезатели за провеждане на тренировки на едни от най-добрите отбори в България; провеждане на организирани тренировки на местните младежи, заинтересовани от спорта; потенциално присъствие на инвеститори, от които пряко ще зависи развитието на спорта.

Професионалното развитие на този спорт в Ботевград може да бъде съпътствано от изграждане на екопътеки до различни местности, проходими както за велосипеди, така и за пешеходни туристи.

Събитие за алтернативни спортове с обособени зони за стари и добре забравени игри от миналото. Целта е участниците да опитат игра от времето на дядовците им като чилик, топчета и други, съвременни и нови форми на игри за деца и възрастни.

Събитието може да бъде включено като кръг от шампионата за дронове, придружено с демонстрации, електронни и виртуални забавления и т.н.

Подходящо време на провеждане е лятото, като периодът следва да бъде съобразен с останалите събития в общината.

Мярка 4. Изграждане на велосипедна система и създаване на специа-

лизирани трасета за професионално и любителско практикуване на планинско колоездене

Изграждането на велосипедната система обхваща:

- изработване на специализирана устройствена схема за велосипедната система, която ще включва велопаркове, веломаршрути, специализирана инфраструктура и т.н. В нея се определят и отразяват:

- а) велопаркове, веломаршрути и съпътстваща инфраструктура като елементи на велосипедната система;

- б) определят се и се отразяват свързаните с тях места на информационните знаци, места за паркиране, места за наблюдение и места за панорамно фото-заснемане на историческите ландшафти, структурите и обектите на културното наследство.

- в) дефиниране принципите /правилата/ за архитектурното им и ландшафтно оформяне.

- Изработване на интернет страница за велосипедната система, която ще бъде свързана с официалния туристически уеб портал на община Ботевград.

На нея ще се отразяват:

- а) велосипедни маршрути на територията на община Ботевград;

- б) веломаршрути, свързани с територията на съседни общини по обща договореност;

- в) допълнителна информация за всеки един от маршрутите, която да включва природни и културни забележителности, технически характеристики на маршрута, места за вода и храна, места за отсядане, настаняване и подслон, респективно интернет страницата за велосипедната система да се свърже със страниците на община Ботевград, УикиБотевград, специализирани туристически портали и велостраници в страната и чужбина.

- Изработване на брошурни книжки за велосипедните маршрути с информация за профилирани (планински и за спускане), общи (шосейни) споделени пътища, велоленти и велоалеи със смесени/комбинирани трасета:

- а) информацията от специализираната устройствена схема;

- б) адреси към интернет страницата и свързани интернет адреси;

- в) годишен календар за велосъбитията, организирани на територията на общината - маратони, състезания, обиколки.

Велосипедната система е разработена от арх. Мариела Андреевска и е обсъдена и одобрена на заседание на Консултативния съвет по въпросите, свързани с туризма в община Ботевград.

Създаването на **специализирани трасета за професионално и любителско практикуване на планинско колоездене** е предложение, разработено от фирма „УАЙЛДАН“ ЕООД и цели да генерира директни и индиректни ползи за община Ботевград, включващи: позициониране в спортна среда, допринасяне за подобряване на имиджа на община, подпомагаща спорта в България, получаване на популярност и одобрение от младите и

активно спортуващите в България, популяризиране в социалните мрежи и мрежите за видеосподеляне.

Обсъждана е идея за изграждане на спортен комплекс с олимпийско трасе за велосъстезания с BMX велосипеди, комбинирано със съоръжения с възможности за каране на скейтбордове на открито – рампа и конфигурации. Подобен проект преминава през избор на подходящ терен, определяне на източниците на финансиране, проектиране на съоръженията (трасета-та), изграждане и мениджмънт на комплекса.

В резултат на обсъжданията във фокус групите е разработено и представено предложение за **Проект за развитие на планинското колоездене в гр. Ботевград – BOTEVGRAD BIKE PARK**. Предложението е изготвено от Росен Дончев, учредител на БАЙК МОНОПОЛИ, заедно с Мартин Бочуков, двукратен национален шампион на България, Мартин Томов, двукратен национален шампион на България и Симеон Божилов, състезатели с богат опит и отличия, които вече са изградили със собствени средства **професионалното трасе за Downhill**.

Голямата цел на проекта е **създаването на Bike Park, с различни по сложност трасета**, което ще направи община Ботевград първата община в България, както и сред много други европейски държави, с подобно съоръжение. Също така, важна цел е създаването на сайт, чрез който ще става записването за свободните тренировки и събитията, свързани със съоръженията.

Развитието и популяризирането на планинското колоездене ще подпомогне за повишаване на интереса към града и ще спомогне за подобряването на имиджа му.

Велосипедните спортове са със широк възрастов диапазон на практикуващите. В момента над 20 деца на възраст до шестнадесет години ежедневно използват новото за града съоръжение. Професионалното му изграждане го направи и основна дестинация за много български и чуждестранни колоездачи. Месечно през трасетата ще преминават над 300 човека. Изграждането на трасета с различна трудност ще направи Ботевград предпочитана дестинация за семейства, приятели и дори фирми - за провеждането на тимбилдинг. Създаването на маршрути за този вид туризъм ще позволи и на любителите на природата да се докоснат до красивите гори на Ботевград.

Най-голямата трудност се явява възприемането на новия за България спорт, като спорт, достоен за финансиране от българските институции. Подпомагането за развитието му прави този скъп спорт достъпен за неговите почитатели. Всичко до момента е изградено с лични средства на инициаторите, а приходите от организирането на свободни тренировки на трасето за спускане се реинвестират за поддръжката на съоръжението.

Необходимите ресурси за реализирането му са: наемане на техника за изграждането и поддръжка на трасетата и туристическите маршрути; съз-

даване, поддръжка и популяризиране на интернет платформа; закупуване на материали и оборудване на трасетата и туристическите маршрути.

Освен за големи събития, като състезания, съоръженията ще бъдат достъпни целогодишно за всички любители на спорта, което ще направи и използването им за рекламна цел привлекателно за редица търговски дружества.

Мярка 5. Изграждане на екотуристически атракции.

Мярката включва три основни направления:

- **изграждане на площадки за подхранване и укритие за наблюдение на птици в района на с. Липница**, което може да се осъществи, като се работи в партньорство с местни стопани, животновъди, ферми и кланици, които да предоставят ненужни отпадъци и мъртви домашни животни за захранване на площадките. Ползата от това подхранване няма да е само за лешоядите, но и за стопаните, които ще могат да се освободят от трупове на мъртвите животни, без да се налага да копаят ями, да ги горят или да ги изхвърлят в природата, както често се случва, което рискува разнасянето на зарази.

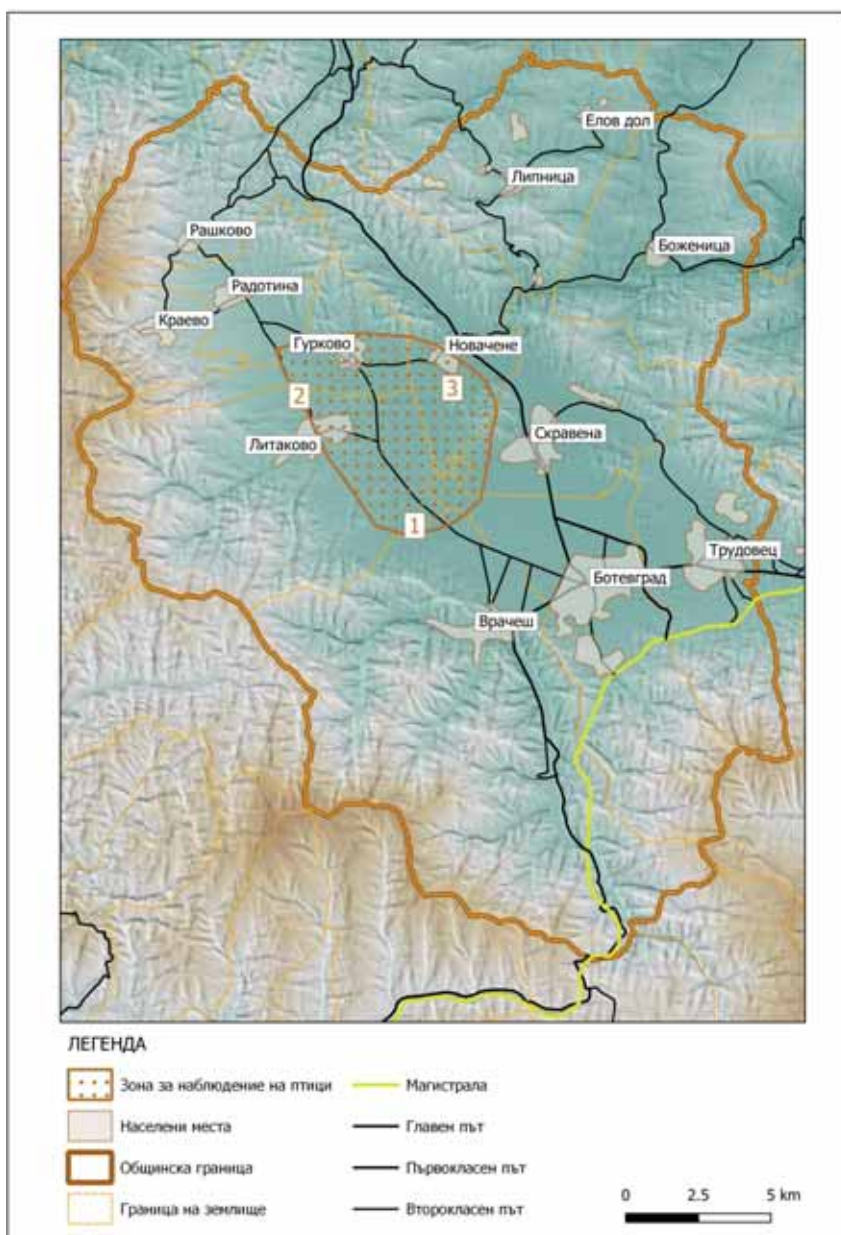
Успоредно с подхранването ще се извършва целогодишен мониторинг на площадката, за да се установи какви птици я посещават и използват. Лешоядите, интродуцирани в ПП „Врачански балкан”, са маркирани с GPS – предаватели и по този начин ще се знае къде се намират и ще се правят допълнителни наблюдения и изводи за поведението им.²¹

Изграждането на укритие за наблюдение на редките видове птици, които посещават площадката за подхранване, ще бъде атрактивно и ще генерира повече посетители, които иначе биха избрали друга дестинация. Наблюдението става с помощта на бинокли, телескопи и други телеоптични уреди.

Друг таргет туристи, които ще бъдат привлечени, са фотографите на дивата природа, наричани на жаргон „фотоловци”. Фотоловът е не толкова атрактивен и привлекателен от лова с пушка, като най-голямото му предимство е, че не вреди на популациите, не се убиват животни, а трофеят представляват завладяващи фотографии на величествените птици. По този начин се постига хармония с дивата природа в контекста на устойчивото развитие, като същевременно туристите им се наслаждават и ги виждат в пълния им блясък.

- **Формиране на зона за Bird-watching в района на ЗМ „Дренето” и влажните зони край с. Гурково и с. Литаково** може да бъде предпоставка за изграждане на наблюдателни кули и развитие на екотуристическия продукт в рамките на туристическа зона „Ржана”. Има предложение да се оформят три основни туристически места, които да се обособят като зона за Bird-watching: района на ЗМ „Дренето” и влажните зони край с.Гурково и с. Литаково. (Виж Фиг. 41)

²¹ <http://www.vr-balkan.net/bg/vr-balkan113/>



Фигура 41. зона за Bird-watching в района на ЗМ „Дренето” и влажните зони край с.Гурково и с. Литакново
 Източник: Съвместна разработка на Георги Петров, преподавател в ОУ „Никола Вапцаров”, гр. Ботевград и Десислава Алексова, модератор на работна група „Природни ресурси и възможности за развитие на приключенски, планински и екотуризм”, 2017 г.

Предложението се формира по време на срещите с фокус групите и беше доразработено от автора в екип с Георги Петров, учител по химия и биология в ОУ „Никола Вапцаров“, гр. Ботевград, който има дългогодишен опит в наблюдението на птици в Ботевградската котловина и задълбочени познания за биоразнообразието в района. В обособената зона за наблюдение на птици се открояват три подходящи места със следните интересни видове:

1. *Възможни за наблюдаване птици* през размножителния им период и по време на миграциите **в района на ЗМ „Дренето“**: сива чапла, бял щъркел, керкenez, мишелов, голям ястреб, осояд, белоопашат мишелов, както и много пойни видове.

Техники за наблюдения: с телеобективи или със зрителни тръби с фокусни разстояния до 500 мм и наблюдения с бинокли 8x40, 10x50.²²

Препоръчително е наблюдаванията да се извършват на максимално голямо разстояние от птиците и по възможност от укрития. Наблюдаванията могат да се извършват от близки възвишения, за да има добра видимост за гледане, а там, където няма такива, може да се изгради кула за наблюдение на птици. В близост до колонията на сивите чапли няма такава възможност. Подходящият период за тяхното наблюдение е от края на февруари до април, преди дърветата да са се разлистили.

2. *Възможни наблюдавани видове* през размножителния период и по време на миграции **в района на влажните зони край Гурково и Литаково** са: малък креслив орел, черен щъркел, керкenez, мишелов, пчелояд, тръстиков блатар, ливаден блатар, белоопашат мишелов, калугерица, папуняк, ливаден дърдавец, гарван, сокол орко и др. Има възможност за наблюдаване на прелитащи лешояди, както и на много пойни видове.

Техники за наблюдения: с телеобективи или със зрителни тръби с фокусни разстояния до 500 мм и наблюдения с бинокли 8x40, 10x50. Наблюдаванията е препоръчително да се извършват на максимално голямо разстояние от птиците, по възможност от укрития.

Наблюдаванията могат да се извършват от някое близко възвишение. Има подобен хълм между с. Литаково и с. Гурково, в местност на обработваеми площи. Има подходящ хълм и между с. Литаково и с. Скравена, където има обработваеми площи, скалист терен, блатен биотоп и могат, при интерес, да се срещнат и интересни представители на влечугите. Подходящи места има и край речни брегове. Подходящите места за наблюдение са разположени на не повече от 5 км разстояние.

• *Създаване на защитен ландшафт към защитена зона „Етрополе – Байлово“* представлява обособяване на защитен ландшафт в продължение на защитения Ландшафт „Звездец“ в община Горна Малина, който да включва границите на защитена зона „Етрополе – Байлово“ в об-

²² Справки за наблюдение или снимане: www.wildlifeinbulgaria.com/wildlife-shooting

щина Ботевград и да служи за опазване на някои от значимите и важни за общността ландшафти и по този начин да се стимулира развитието на еко-туризма. Като част от ОУП на общината може да се разработи също така *Схема на зелената инфраструктура*, синхронизирана с туристическите маршрути, която би позволила на общината да осигури финансиране за инфраструктурни проекти, свързани с нея по линията на Оперативна програма „Околна среда” и Оперативна програма „Региони в растеж”.

6.2. Предложения за устойчиво развитие на културен и фестивален туризъм

Мярка 1: Реализиране на проект „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац”, създаване на културно-информационни ядра и развитие на музейното дело в община Ботевград.

Целта на мярката е реализация на проекта „Хетеротопии. Ботевград-Лесковац”, чрез който ще бъде повишена туристическата атрактивност на различни културно-информационни ядра (часовникова кула, исторически музей и промотиращ център), включени в трансгранични мрежи за взаимодействие и сътрудничество между инвестиращи.

Промотиращият център има информационно-комуникационна функция, което обединява и фокусира дейността на експертите в сферите култура, туризъм и общински медии върху създаването и развитието на концепция и същинско представяне пред света на идентичността и атрактивността на община Ботевград. Целта на строително-техническия проект е да осигури материалната база за съвместна работа на Промотиращия център и Проекта „Хетеротопии” чрез формиране на екстериор и технологично оборудване, като по този начин се създадат условия за дълготрайна и устойчива работа за повишаване туристическата атрактивност на община Ботевград.

Мярката включва изграждане на **технологични приемни пространства** в Историческия музей Ботевград, читалищата, градската библиотека и някои спортни обекти – т. нар. КИОСК-ове и ще допринесе за интерактивно и съвременно предоставяне на информация за туристическото предлагане на територията на общината, популяризиране на културно-историческите обекти и събития, както и утвърждаване на туристическия бранд Ботевград. Изграждането на **Интерактивен музей, Музей на открито** и **Часовникова кула – алтернативна сцена за Ботевград** е методично продължение на работите по установяване на Историческия музей Ботевград в реконструираната и надстроена сграда за неговите нужди, което е част от концепцията на директора на музея. Концепцията за изграждане на Интерактивен музей се състои от три етапа за развитие: подобряване базата на Исторически музей Ботевград, изграждане Музей на открито и създаване на Виртуален музей - музеят на бъдещето. Целта на проекта е да се създадат материално-техническите условия за реализиране Музея на от-

крито - етап за повишаване на туристическа атрактивност на Историческия музей, като се осигури възможност за развитие на дейността му извън вътрешността на сградата и се създаде база за приобщаване към музейния живот за различни възрастови групи.

Изграждането на *Художествена галерия* е включено в управленската програма на кмета на община Ботевград като инициатива на общинска администрация.

Мярка 2: Създаване на туристическа атракция - ретроавтобус „Чавдар“.

Мярката включва възстановяване на автобус „Чавдар“ и предлагането му като туристическа атракция по време на различни събития в община Ботевград. Целта е автобусът да гарантира сигурността и комфорта на туристите, да бъде оборудван с климатик и всички необходими удобства, като същевременно пресъздава атмосферата от времето, когато е процъфтявал заводът „Чавдар“. Автобусите „Чавдар“ се обособиха като един от символите на Ботевград по време на работата с фокус групи и анкетните проучвания сред местни жители и посетители на общината.

Мярка 3. Изграждане на тематични атракции, свързани с Ботевите четници.

В зависимост от възможностите за финансиране и желанието за сътрудничество на съседните общини в тази насока, за изпълнението на мярката могат да бъдат включени: изграждане на конен и веломаршрут на териториите на общините Ботевград и Враца „По пътя на Ботевите четници“; алея в памет на Ботевите четници, свързана с паметника-костницата в Скравена; възстановяване на воденицата на р. Ботовина край с. Литаково, в която са се крили Ботевите четници, обвързването ѝ с Паметник-костницата и адаптирането ѝ като туристическа атракция; изграждане на мемориал в Гурково, където да се съхраняват двата черепа, които понастоящем са в кметството, и включването му в тематичен маршрут; организиране на ученически тематичен тур и др.

Мярка 4. Изграждане на тематични туристически маршрути с културна, историческа, археологическа и религиозна насоченост.

Тази мярка обхваща следните дейности:

- Изграждане на *тематичен маршрут „Средновековни църкви и манастири“*, включващ старинните църкви „Св. Георги“ край с. Трудовец, м. Манастирището, Преображенският манастир в с. Скравена и Нанковския манастир край с. Липница. Църквите са еднотипни, разположени на едно и също разстояние една от друга и могат да бъдат свързани с пътека.

- Изграждане на тематичен *маршрут „Отбранителни крепости и съоръжения“*, включващ пешеходен и конен маршрут, свързващ крепостите „Грамаде“ в с. Скравена, „Боженишки урвич“ край с. Боженица, крепостта „Калето“ край с. Липница и др. археологически обекти на територията на общината, както и регионален туристически продукт със съсед-

ните общини Правец и Етрополе, който да обхваща Етрополе – връх „Свети Атанас” – Тракийска крепост „Чертиград” – м. Боготвор – връх Острума.

- **Религиозни маршрути**, включващи църкви и манастири на територията на общината, както и съвместни туристически маршрути за религиозен туризъм със съседните общини Правец и Етрополе, включващи **обходен маршрут** Етрополе – Етрополски манастир „Света Троица” – м. Кокалското – връх Кордуна – Връх Свищи плаз – прохода Кашана – връх Мургана – връх Баба – Етрополски проход- Арабаконак; **маршрут на манастирите**: Манастир „Света Троица” /Етрополе/ – Манастир „Свети Теодор Тирон” /Правец/ – Манастир „Свети 40 мъченици” /Врачеш/;

- **Исторически маршрут** с паметници от Руско-турската освободителна война Етрополе – м. Кожовото – връх Баба – Шиндарника – Новачене – Литаково – Арабаконак; изграждане на маршрут за религиозен туризъм, включващ 13 църкви на територията на общината по проекти от времето на Възраждането и др.

Мярка 5. Провеждане на събитийни прояви с културна и художествено-творческа насоченост.

Мярката включва проучване на възможности за реализиране на формирани предложения по време на проучването на туристическия потенциал на община Ботевград като: **възстановяване на три-дневния пазар на керамиката**; определне на площадно пространство за провеждане на коледен базар; изграждане на голяма площадка за ежеседмичен бит пазар, който да се провежда всяка събота; фермерски пазари, инициране на Панаир на бъчварството и обособяване на демонстрационно Ателие за производство на бъчви в с. Врачеш и др.

Отделен специфичен сегмент с перспектива за развитие, представлява провеждането на **поредица от пленери за демонстриране на древни занаяти на крепостта Боженишки урвич - изработване на антично оръжие, керамика, дърворезба, леене на стъкло**. Целта е два пъти в годината да се организират пленери за различни древни занаяти - пролетно и есенно издание, които да са насочени, освен към изявени творци от цялата страна, и към широката аудитория, която ще наблюдава демонстрации и ще усвоява базови техники. Целта на атракцията е запознаване с местните забележителности, с древните български традиции, вярвания, митове и легенди. За целта да бъдат привлечени автори и изложители от цялата страна за извършване на демонстрации, провеждане на пленерна част, малко изложение, ателиета с участието на публиката. Привличането на участниците и координацията ще бъдат извършени от ателие за дърворезба и керамика "На завоя на реката". Общината и ОП „Боженишки урвич” следва да се ангажират с подкрепата за цялото събитие, включително: изграждане на щандове, временни ателиета, настаняване на авторите и гостите, охрана, логистично обезпечаване и пр.

Очаквани резултати: създаване на ново традиционно събитие в на-

ционалният календар, промотиращо региона; привличане на нов тип туристи с широк профил, заинтересовани от история, култура, обичаи; допълнителна промоция на региона.

Таргет посетители: масови туристи от София, Ботевград и региона; хора, заинтересовани от изкуства, култура и исторически туризъм; творци от цялата страна, упражняващи различни художествени занаяти, които по естествен начин ще рекламират инициативата и ще привличат посетители от техните региони.

Мярка 6. *Утвърждаване на специализирано фестивално събитие за конен туризъм „В хармония с природата”*

Целта на събитието е, от една страна, да се покаже на младите хора, че могат да прекарват свободното си време заедно с приятели по интересен и забавен начин сред природата, а от друга – демонстриране на добри практики. Необходимо е да се обърне специално внимание и да се запознаят участниците как да създават връзка и партньорство с животните. Очаква се да присъстват съмишленици от страната и чужбина. Философията на събитието обхваща екологично и щадящо отношение към природата, с акцент върху хармонията между човека и животните.

Събитието включва два формата: **приключенски туризъм** - физическа активност сред природата, изживяване, досег с културно наследство. Реализира се чрез езда до исторически и природни забележителности в региона и **спорт** - основно ориентиран към подрастващите и организиран под форма на всекидневна езда и детски спортни лагери. Целта е да се събуди интерес към ползите от правилното общуване и взаимодействие със света около нас, на хармонията между човека и животните, като част от природата. На събитието ще бъдат споделяни знания, умения, опит, ще бъдат представени и различни продукти, с които ни дарява природата. Това е уникално и иновативно събитие в сътрудничество между конна база „Здравец” и община Ботевград, привлекателно за всички любители на природата. На фестивала ще бъдат организирани различни тематични зони, оборудвани с шатри: зона за демонстрации - манеж, зона за представяне на екологични храни, зона за изкуство, свързано с природата, зона за деца - детска площадка, зона за каравани, зона за хранене, сцена, озвучаване с подходяща популярна музика, бардове и т.н.

Мярка 7. *Утвърждаване на фестивални събития с природна насоченост.*

- **Детски празник на биоразнообразието**

Празник за всички деца от общината, който се провежда на открито или в голяма зала (при лошо време). Събитието се организира със съдействието на специалисти от Българска фондация „Биоразнообразие“, които са разработили концепцията, която включва:

– **Карнавал на биоразнообразието** – за децата от детските градини. Предварително децата са подготвили свои костюми на животни, гъбки или

цветя. Подготовката ангажира както педагозите от детските градини, така и родителите и по този начин спомага за създаване на отношение към природата и популяризиране на знания за биоразнообразието. Хората от БФБ организират тържествена карнавална церемония, а специално жури определя награди от няколко категории – за най-добър костюм на животно или растение от природата на община Ботевград, за най-добър костюм, направен от рециклирани материали, за най-ефектно представяне, за групово участие и т.н.;

– Гостуване на **Детска природна академия „Узана“** - за деца от възрастова група 1 – 4 клас, с образователни игри и артистични занимания, свързани с природата. Заниманията се организират от аниматори на Детска природна академия в специално изградени шатри или пространства на открито, или в голяма зала (при лошо време);

– **Природонаучна екскурзия** в района на община Ботевград – за деца от възрастова група 5 – 7 клас, която включва кратък поход по предварително определен маршрут по теми от биоразнообразието, с участието на лицензирани планински водачи и специалисти. По време на екскурзията децата ще могат да наблюдават различни животински видове и местообитанията им, да научават любопитни неща за тях и да им правят снимки, които след това споделят на изложби в училище или в социални мрежи.

- **Ден на Жабешкото благо**

Събитието е насочено главно към детската аудитория и включва целодневни игри за деца – различни възрасти, творчески работилници за изработка на жаби от плъст и глина, оригами, разходка до Жабешкото благо с професионален гид и обучение за разпознаване на видове с определител, презентация за Жабешкото благо в музея, фотоконкурс за деца, изложба на детски рисунки и др.

Авторски игри: да скачаме като жабите (на батут); игри с инструктор за Канго джъмпис (Kango Jumps), стил в аеробиката, кой ще скочи най-далеч; животът на жабите – идеята на играта е да се пресъздате цикълът на живот на жабите – от яйцето, поповата лъжичка, зрялата жаба; надпяване – ква-ква сектор; да хванем мухите или как се хранят жабите. Игри на открито, които включват скриване на тематични лакомства и малки предмети (може да има най-различни неща от желирани бонбони до цветни моливи) из цветна градина, т.е. в храстите и цветята, където децата ще могат да тичат, играят и търсят „скритите съкровища на планинските жаби“. Може да се направят фигурки на жаби, които са отпечатани на лист, изрязват се, подгъват се и се получават малки жаби, както и оригами-жаби.

Осигуряване на декори, изобразяващи Жабешкото благо и неговите обитатели и организиране на куклен театър с професионални кукловоди.

- **Събитие за насърчаване на отговорни стопани „За животните и хората“**

Събитието включва: състезания за най-красиво и най-послушно куче; театър или аниматори; конкурс за рисунка или есе на тема, свързана с жи-

вотни (включително диви); игри с публиката; известна личност да разкаже интересни неща, свързани с животните. (Ако към събитието има и осиновителска част, тази известна личност да представи животните за осиновяване). Тук могат да бъдат канени хора, доказано съпричастни с каузата, като Миро от „Каризма“, Милена Славова, Катето Евро или пък представители на чужди организации, които да разказват как се отглеждат домашни любимци в техните държави, какви са правилата, правата и задълженията, когато имаш домашен любимец.

Състезание за изработване на най-красива и удобна кучешка колибка: по отбори (отборите може да са цели семейства или група от хора, които се познават предварително). Идеята е организаторите да осигурят материалите, а изработените къщички след това да бъдат поставени на определени места и в тях да се настанят кастрирани и ваксинирани скитащи бездомни кучета.

Събитието може да се проведе съвместно със Сдружение ”На Ти с Природата”, които разработиха концепцията заедно с еколога на общината.

6.3. Предложения за устойчиво развитие на доброволчески туризъм

Насърчаването на доброволчеството и развитие на доброволчески туризъм има за цел да бъдат привлечени туристи и представители на местната общност в извършване на разнообразни доброволчески дейности, свързани със сътрудничеството на община Ботевград с инициативна група „Уикимедия”, организациите за защита на животните, с които общината има договорни отношения, местните туристически дружества, скаутски клуб и др. По този начин ще се работи в посока за изграждане на имидж на туристическа дестинация, насочена към поощряване и насърчаване на доброволчеството в различните му направления. Има възможност да се планират доброволчески лагери, ситуирани в общинската база „Боженишки урвич” за различни периоди от време (уикенд инициативи, седмични лагери, по-продължителни доброволчески инициативи по международни проекти и др.). Участници могат да бъдат както местни жители, така и туристи, желаещи да участват в съответните доброволчески дейности, в зависимост от темата на лагера: скаутски, за маркиране на туристически маршрути, залесявания и др.

Мярка 1. Утвърждаване на проекта „Ботевград – първият уики-град в България”

Мярката е насочена към реализираната вече инициатива за създаване на първия уики-град в България и включва провеждане на ежегодни събития за отбелязване на Деня на WikiBotevgrad в гр. Ботевград. Събитията могат да включват:

1) Създаване на плакат от ученици с информация и снимки от Уикипедия на патрона на съответното училище и отпечатването му с логото на УикиБотевград и имената на създателите в размер А0, който да се постави на видно място в училището.

2) Организиране на състезание в няколко възрастови групи за опознаване на Ботевград чрез интересни и забавни факти. Ще бъдат раздадени въпросници на няколко отбора, с по 3-4 участници всеки, за попълване чрез посещение на забележителностите с информационни табели, сканиране на QR кодовете и търсене на правилните отговори в статиите в Уикипедия. За доказателство, че са били там, всеки отбор ще снима съответната табела. Класирането се извършва съобразно времето за решаване на въпросника.

През зимните месеци са голяма част от българските празници. Снимките и видео материалите за тях са оскъдни, а това е чудесна реклама за региона, чрез която да се покажат празнуваните обичаи. Тези снимки и видео клипове ще могат да се презентират по време на Деня на УикиБотевград.

Мярка 2. Създаване на скаутски лагер и реализиране на скаутски дейности

Основните дейности, свързани с реализацията на мярката, в зависимост от възможностите и условията за финансиране и кандидатстване по проекти, ще включват: скаутски лагери, творчески лагери, учебни лагери, зелени училища, лагери за деца със специални потребности, международни детски и младежки лагери с различна насоченост. Предложението за създаване на скаутски лагер се зароди по време на дискусиите във фокус групите и е разработено от *Пена Василева, представител на скаутски клуб „ОРКО“*, 2017. Идеята се състои в създаване на център, специално оборудван за провеждане на едноседмични занятия с деца. Центърът може да бъде използван и за различни международни младежки обмени.

Целите включват:

- Работа с деца и младежи в посока подобряване на техните знания, умения, комуникативност, толерантност и адаптивност;
- Възпитаване на отговорно отношение на младото поколение към себе си, към обществото и природата;
- Популяризиране на община Ботевград и привличане на туристи от цялата страна;
- Популяризиране на местните туристически ресурси, чрез включването им в тематичните програми на различните лагери.

С цел максимално достигане на посочените цели, центърът трябва да бъде изграден в природна среда, извън населените места, поради спецификата на занятията и все по-голямата нужда децата да прекарват повече време сред природата. За постигане на оптималното му функциониране е необходимо за работа с деца да бъдат ангажирани квалифицирани специалисти в съответните области за различните лагери, както и педагогически персонал.

Провежданите занятия могат да бъдат разделени на общи и специални. Общите занятия следва да бъдат включени във всички лагери, независимо от тематиката им.

Такива занятия биха могли да бъдат:

- Занятия за поддържане на добра физическа форма (всеки ден от ла-

гера е нещо различно, например преход в планината, конна езда, преминаване по тренировъчно трасе, йога, народни танци и т.н.);

- Приготвяне на храна;
- Игри и занятия за подобряване работата в екип, комуникативността и толерантността на децата;
- Игри с природозащитна насоченост.

Специалните занятия следва да бъдат съобразени с тематиката на лагера. Например, при провеждане на **еколагер** могат да бъдат организирани занятия по изучаване на различни растителни видове, наблюдаване на птици и диви животни, компостиране, рециклиране, изследване качеството на околната среда, работа с естествени материали и други.

В скаутските лагери следва да бъдат включени занятия като: ориентирание в непозната среда, запознаване с основни умения за оцеляване, работа с карта и компас, разпознаване на следи от диви животни, наблюдаване с бинокъл, лагеруване на открито, ловене на риба, изучаване на билки и гъби, изработване на къщички за птици и други.

Творческите лагери също предлагат много голямо разнообразие от занятия, които биха могли да бъдат придобити и използвани – от широко познатите рисуване и моделиране, до по-модерните умения за изработване на пачуърк, квилинг, скрапбук и декупаж. Могат също да бъдат включени занятия с естествени материали (изработване на предмети от глина, вълна и дърво, дърворезба), а също и даване на нов живот на стари вещи.

В учебните лагери могат да бъдат включени различни семинари, презентации и дискусии, дебати, групови проекти и практически занятия.

Зелените училища следва да бъдат съобразени с учебната програма на децата. В свободното от учене време, програмата им следва да бъде изпълнена с комбиниране на творчески занятия, посещения на местни туристически обекти и занятия сред природата.

Могат да бъдат организирани и **лагери за деца със специални потребности**, като тяхната програма следва да бъде съобразена с нуждите и възможностите на децата.

Центърът би бил подходящо място и за провеждане на **международни детски и младежки лагери с различна насоченост**. Занятията трябва да бъдат съобразени с тематиката на формата, но могат да се комбинират с посещения на исторически обекти, запознаване с местните традиции и обичаи.

С развитието на модерните технологии децата стават все по-асоциални, все по-отдалечени от природата и за съжаление все по-често се учат, подражават и се доверяват. Затова пълноценното общуване, груповите занимания и игри сред природата са изключително важни и необходими за възпитаването на отговорно отношение на децата към самите себе си, към обществото и към природата ни. Освен това, практическата форма на обучение прави много лесно подобряването на техните знания и адаптивност, както и развитието на техните умения, комуникативност и толерантност. С оглед на на-

растващата нужда на младото поколение да прекарва повече време сред природата, все по-големия интерес към различните видове детски лагери, а и близостта на общината до столицата, голямото разнообразие от занятия, които центърът може да предложи, от скаутски клуб „ОРКО“ се аргументират, че той би бил много успешен. Освен популярност за общината, той ще допринесе за развитието на туристическите обекти в района и за ангажирането на местните занаятчии, педагози и специалисти в различни области. Най-голямата полза от този център, несъмнено, ще бъде за децата и младежите, които са в основата на предложението.

Мярка 3. Дейности, насочени към опазване на горите

Мярката включва **масови залесявания** под егидата на община Ботевград и ДГС Ботевград; доброволчески дейности, свързани със **Седмичата на гората**, в партньорство с граждански организации и училища; провеждане на акции за **разпознаване на незаконни сечи**, съвместно с WWF България; **създаване на „Гора на туриста“**. Целта на „Гората на туриста“ е да се подбере подходящ терен, в близост до населено място, удобен за отдих и рекреация, където всеки турист или семейство да може да засади дърво, за което да му се предостави сертификат и да бъде мотивиран да посещава периодично дестинацията поколения наред.

Други дейности могат да бъдат свързани с **демонстрация на устойчив дърводобив** в ДЛС Витиня – въжена линия, ботанически турове и възпитателни дейности с деца; организиране на почиствания на горски територии и защитени зони и др.

Мярка 4. Грижа за животните

Мярката включва дейности, насочени към политиките на община Ботевград, свързани с отговорни стопани, насърчаване на хармоничното съжителство между хората и животните, организиране на тематични събитийни прояви и др.

По тази мярка могат да бъдат организирани международни творчески пленери за изработване и украсяване на къщички за птици, колибки за бездомни кучета и др., придружени с тематични лекционни и практически занимания.

Мярка 5. Маркиране на туристически маршрути, изграждане на туристическа инфраструктура, почиствания и благоустрояване на места за отдих и туризъм

Дейността е тясно свързана както с развитието и насърчаването на доброволчеството и доброволческия туризъм, така и с реализирането на Стратегически приоритет 3 „Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата“. По този начин могат да бъдат привлечени корпоративни доброволци и да се обезпечи необходимостта от човешки ресурс, свързан с маркирането и облагородяването на туристическите маршрути на територията на общината.

7. Резюме и заключения

В глава четвърта от монографията са дефинирани и обвързани помежду си основните принципи, стратегическите цели и приоритети за устойчивото развитие на туризма в община Ботевград.

Разработена е схема за туристическо микрорайониране на общината, като за всяка от обособените туристически зони са посочени и анализирани ресурсният потенциал, възможностите и ограниченията за устойчиво туристическо развитие на специализирани видове туризъм, включително при по-ниските таксономични единици (туристически ядра и туристически места). Използван е картографски метод за визуализация на схемата на туристическо микрорайониране, както и на всяка една от обособените туристически зони.

Разработени са и конкретни предложения за уникалното позициониране на община Ботевград като туристическа дестинация, подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата, институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни, предложения за развитие на специализираните видове туризъм, включително създаване на регионален туристически продукт.

Успешното устойчиво туристическо развитие както на местно, така и на национално ниво, е свързано с прилагане на принципите, заложи в Глобалния етичен кодекс в туризма; подобряване на функционирането и достъпността на туристическите обекти; въвеждане на единни стандарти за обслужване на туристите, съобразно изискванията на отговорните туристически пътувания; категоризация и доброволна сертификация на туристическите обекти, следващи принципите на отговорния маркетинг; диверсификация на туристическия продукт и използване на възможности за създаване на интегриран регионален туристически продукт със съседни общини; съгласуване между заинтересованите страни и създаване на публично-частни партньорства.

Моделът за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград може да бъде приложен при планирането и развитието на туризма, както в местните туристически политики на други общини със сходни показатели, така и на национално ниво от министерство на туризма и организациите за управление на туристическите райони.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Устойчивото развитие на туризма в община Ботевград изисква целенасочени и постоянни усилия от страна на общинското ръководство, в партньорство с останалите заинтересовани страни, за позиционирането ѝ като уникална и конкурентоспособна туристическа дестинация, включително изграждане и утвърждаване на туристически бранд, свързан с приключенията и иновациите. Акцентирането върху местните традиции и природни дадености, както и различен тип събития – традиционни и иновативни, които да открият и наложат запазена марка Ботевград, е ключово за устойчивото развитие на туризма в общината. Извършеното емпирично проучване допринася за допълване на острият информационни дефицити в района, но не може да реши проблема с информационната осигуреност на дестинацията. За целта е необходимо да се извършват постоянни наблюдения и периодична актуализация, в съответствие с динамично променящите се реалности. Принос на настоящето изследване е, че то би могло да послужи като модел за набиране на информация и осъществяване на комплексни туристически анализи на местно ниво.

Успешното устойчиво туристическо развитие в община Ботевград е свързано с прилагане на предложената методика за оценка на туристическите ресурси и провеждане на системни маркетингови проучвания; апробация на предложените критерии и показатели за анализ и оценка на туристическия потенциал на местно ниво; изграждане на тематични маршрути и специализирана туристическа инфраструктура (приключенски паркове, цялостна велосипедна система, ТИЦ и промотиращ център, музей на открито, укрития за наблюдение на птици и др.); въвеждане на единни стандарти за обслужване на туристите; категоризация и доброволна сертификация на туристическите обекти, въвеждане на запазена марка „Ботевград“; диверсификация на туристическия продукт чрез предлагане на допълнителни услуги, използване на възможности за общ регионален туристически продукт със съседните общини; създаване на публично-частни партньорства и сътрудничество между заинтересованите страни.

Тенденциите, свързани с изискванията на потребителите, налагат все по-широко използване на интернет. Основополагащ фактор е да се насочат усилията на местната власт към подобряване функционирането и достъпността на туристическите обекти, включително цифровизация и активно използване на инструментариума на онлайн маркетинга, организиране на опознавателни турове, насочени към туроператори и журналисти, семинари за запознаване с добри практики, насочени към местния бизнес за насърчаване на предприемачеството и др.

От съществено значение е развитието на продуктовата политика на община Ботевград във връзка с възможностите за предлагане на специализирани видове туризъм, съобразно характерните особености и туристическия потенциал на района. Аprobацията на предложената методика за оценка на туристическите ресурси, както и внедряването на предложените туристически атракции в резултат на проучванията и анализите на туристическия потенциал на общината, ще предоставят реална възможност за позиционирането ѝ като атрактивна и конкурентоспособна туристическа дестинация, която да успее да привлече достатъчно посетители от столицата и другите съпътстващи туристически пазари, очертани в изследването.

Прилагането на тези механизми ще спомогне за разпознаваемост на Ботевград, освен като индустриална, също и като туристическа дестинация, а интегрирането на туризма с останалите икономически сектори ще окаже имиджов ефект и ще може да се използва като лост за допълнителен стимул за просперитета на общината. За целта са необходими системни и целенасочени местни политики в сектора, основани върху адаптиране и прилагане на утвърдени методики за устойчиво развитие на туристическа дестинация.

В резултат на изследването на туристическия потенциал на община Ботевград са изпълнени основните изследователски задачи. Изяснена е същността на ТСОТ на местно пространствено ниво, като е обърнато съществено внимание върху разкриване на взаимовръзките на отделните подсистеми. При проучването, анализа и оценката на външните и вътрешните фактори на средата и туристическия потенциал на община Ботевград, е поставен фокус върху отделните подсистеми и по този начин, въз основа на приложения системен подход, са формирани и очертани основните цели и насоките за устойчиво развитие на местно ниво.

При проучването на съществуващите схеми за туристическо райониране са отчетени основните предимства и пропуски и въз основа на направения анализ е разработена туристическа схема за микрорайониране в пределите на община Ботевград, включваща четири пространствени равнища: туристическа зона, туристическо ядро, туристическо място и туристическа точка. Приложен е картографски метод на изследване с използване на ГИС. Разработени са четири картографски схеми, указващи местоположението, границите и транспортните връзки на обособените туристически зони, както и разположението на останалите таксономични единици във всяка една от обособените зони.

Освен за целите на туристическото микрорайониране на община Ботевград, авторът е използвал картографския метод и за визуализация на природните ресурси на територията на общината: географско местоположение и граници, релеф, водни ресурси, защитени територии и защитени зони, включени в европейската екологична мрежа Натура 2000, както и за визуализиране на направени предложения за развитие на екотуризъм: фор-

миране на зона за наблюдение на птици и предложения за създаване на биосферен парк, обхващащ част от територията на община Ботевград и земища в още три от съседните ѝ общини.

В резултат на направените проучвания и анализи е разработено дърво на целите за постигане на устойчиво туристическо развитие в община Ботевград. Формирани са три основни стратегически цели за устойчиво развитие на туризма в общината, всяка от които включва специализирани цели. Целите са обвързани с пет стратегически приоритета, насочени към институционално развитие и административен капацитет, създаване на туристически бранд, уникално позициониране и промотиране на дестинацията, микрорайониране и развитие на регионален туристически продукт, както и развитие на дефинираните приоритетни и съпътстващи специализирани видове туризъм.

Защитена е поставената изследователска теза, а именно, че постигането на устойчиво развитие на туристическа дестинация на местно ниво е възможно само при системно използване и прилагане на критериите и показателите за анализ и оценка на туристическия потенциал, като за целта се следват дефинираните стратегически цели и приоритети за устойчивото развитие на туристическа дестинация.

ПРИЛОЖЕНИЯ

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.
Читалищна дейност в община Ботевград

№	Населено място Читалище	Самодейни състави	Организираны дейности и събитийни прояви
1.	Ботевград НЧ „Христо Ботев 1884“	Любителски театър; Младежки театрален състав; Смесен градски хор; Смесен градски хор „Стамен Панчев“; Детски хор „Бонка Големанова“; Женска вокална група; Танцов ансамбъл „Ботевград“ /три формации/; Детски танцов състав /три формации/; „Ботевград младост“; Щатен духов оркестър; Младежки духов оркестър; Мажоретни състави /7 възрастови групи/; Библиотечна дейност; Музикална школа: Пиано; Акордеон; Медни духови и ударни инструменти.	1.03. - Ден на самодееца и любителското художествено творчество; Лазаровден и Цветница; „Дефиле на Духовите оркестри и мажоретни състави“; Участие в инициативи от Културния календар на община Ботевград; Допълнителни самостоятелни инициативи;
	Гурково НЧ „Просвета 1927“	Детска театрална група; Театрална група за възрастни; Певческа група; Библиотечна дейност;	юни – Ден на отворените врати на музейната част с изложените глави на Ботеви четници; юни – Еньовден; октомври – празник на храм „Св. Иван Рилски Чудотворец“; ноември – събор на село Гурково; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи.
	Новачене НЧ „Правда 1905“	Танцов състав „Луди – млади“ Библиотечна дейност;	Август – Събор на село Новачене; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи.
	Скравена НЧ „19-ти февруари 1906“	Детска танцова формация „Български ритми“ Мажоретни и забавни танци; Формация за модерно	Парад на ретро автомобили – Скравена; Ден на Ботев и загиналите за свободата и независимостта на България; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи;

№	Населено място Читалище	Самодейни състави	Организираны дейности и събитийни прояви
		изкуство „Дъбстеп“ Естрадно – сатиричен състав; Група за словесно изкуство и фолклор; Вокална женска група; Клуб „Следвай мечтите си“; Клуб „Шарено мънисто“; Библиотечна дейност.	
	Литаково НЧ „Светлина 1900“	Танцов състав „Литаково“ Детски танцов състав „Литаковче“ Духов оркестър – Литаково; Библиотечна дейност;	1 януари – Ритуал „Яловата сватба“ – характерен за Северозападна България; Юни – честване на годишнина от разстрела на майор Уилям Томпсън на лобното му място в местността „Рупата“ над село Литаково; 9 септември – честване на Братската могила; 16 декември - Честване освобождението на Литаково; 28 оброка на църковни празници; Годишнини на поети и писатели; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи.
	Трудовец НЧ „Никола Ракитин 1890“	Детски танцов състав „Жар“; Танцов състав „Жар“; Клуб „Одрец“; Клуб по спортни танци“; Библиотечна дейност;	Ритуал „Топене на пръстените“ Отбелязване рождението на Георги Попиванов – фолклорист, роден от с. Лъжене /Трудовец/; Юни - Национален фолклорен фестивал „Златни нишки“; 6 юни – Вечер, посветена на Никола Ракитин; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи.
	Врачеш „Събуждане 1895“	Народен хор „Мургаш“; Детски танцов състав за народни танци; Младежки танцов състав за народни танци; Танцов състав за съвременни танци; Кръжок по актьорско майсторство; Кръжок по художествено слово; Кръжок по изобразително изкуство; Библиотечна дейност.	29 юни – Честване на Петровден и годишнина на Вуно Марков; Октомври – фестивал на бъчвата и събор на село Врачеш; Национални и утвърдени календарни празници; Допълнителни самостоятелни инициативи.

№	Населено място Читалище	Самодейни състави	Организираны дейности и събитийни прояви
	Радотина НЧ „Трифон Христовски 1906“	Вокална група „Здравец“ Музейна дейност – постоянна музейна сбирка; Библиотечна дейност.	11 май – храмов празник на църквата „Св. Св. Кирил и Методий“; Юли – честване на празника на село Радотина - „Св. Панталеймон“; Национални и утвърдени календарни празници.
	Боженица НЧ „Севаст Огнян 1932“		
	Липница НЧ „Слънце 1929“	Библиотечна дейност;	26 октомври – събор на село Липница; 13 оброка на църковни празници; Национални и утвърдени календарни празници.
	Рашково НЧ „Съзнание 1920“		
	Краево НЧ „Христо Ботев 1927“	Библиотечна дейност;	2 май – събор на село Краево и храмов празник на църква „Цар Борис“ 15 август – чествания в памет на загиналите в Първа световна война, Балканската война и Втора световна война; Отбелязване на кръгли годишнини; Национални и утвърдени календарни празници.

Източник: Получена справка от община Ботевград, допълнена с информация от проведените интервюта, 2018

ПРИЛОЖЕНИЕ 2.

Списък на категоризираните заведения за хранене и развлечения на територията на община Ботевград

№ по ред	Населено място	Име на обекта	Категория	Установен капацитет	Вид на заведението
1	Ботевград, ул. "Стара планина" 61А	"Зелената къща - Ботевград"	2 звезди	148 места	Ресторант
2	с. Скравена, ул. "Христо Ботев" 86	"Мираж"	2 звезди	50 места	Ресторант
3	Ботевград, ул. "Александър Стамболийски" 25А	"Самунджиево"	2 звезди	50 места	Механа
4	с. Краево, УПИ 11-15, кв. 10	"Марк"	2 звезди	30 места	Механа
5	Ботевград, ул. "Хаджи Димитър" №4	"Плодчето"	1 звезда	34 места	Бистро
6	Ботевград, ул. "Александър Стамболийски" №27	"Фаст-Фууд"	1 звезда	20 места	Фаст Фууд
7	с. Трудовец, ул. "Цар Симеон" №6	"Кредо"	2 звезди	60 места	Кафе-бар
8	с. Трудовец, ул. "Цар Симеон" №7	"Кредо"	2 звезди	60 места	Ресторант
9	Ботевград, ул. "Иван Вазов" №20	"Олимп"	2 звезди	50 места	Ресторант
10	с. Скравена, ул. "Ал. Стамболийски" №4	"Балканика"	2 звезди	50 места	Бистро
11	Ботевград, ул. "Илия Стоянов" №3	"Монца"	1 звезда	40 места	Бистро
12	Ботевград, ул. "Стара планина" №1	"Фиеста"	1 звезда	45 места	Бистро
13	Ботевград, пл. "Незнаен войн" №7	"Олимп"	1 звезда	20 места	Кафе-аперитив
14	Ботевград, ул. "Божко Божилов" №1А	"Олимп"	1 звезда	50 места	Фаст Фууд
15	Ботевград, ул. "Свобода" №3	"Галена"	1 звезда	50 места	Кафе-аперитив
16	с. Трудовец, ул. "Цар Освободител" №31	"Бистро"	1 звезда	20 места	Бистро

№ по ред	Населено място	Име на обекта	Категория	Установен капацитет	Вид на заведението
17	Ботевград, ул. "Патриарх Евтимий" №34	"Ротана"	1 звезда	30 места	Фаст Фууд
18	с. Литаково, ул. "Шести Септември" №70	"Кафе-Аперитив"	1 звезда	20 места	Кафе-аперитив
19	с. Скравена, ул. "Христо Ботев" №111	"Ексклузив"	2 звезди	80 места	Бистро
20	с. Радотина, парцел I-84, кв. 45	"Джамбазови"	1 звезда	50 места	Ресторант
21	Ботевград, ул. "Св. Св. Кирил и Методий" №41А	"Север"	1 звезда	50 места	Бистро
22	Ботевград, бул. "България" №5	"Форум"	2 звезди	100 места	Кафе-аперитив
23	Ботевград, ул. "Витоша" №1	"Некресия"	1 звезда	20 места	Фаст Фууд
24	Ботевград, ул. "Витоша" №8	"Ерос"	1 звезда	50 места	Кафе-аперитив
25	с. Новачене, ПИК Е-79	"Зоро"	1 звезда	40 места	Фаст Фууд
26	Ботевград, ул. "Гурко" №9	"Густо"	2 звезди	30 места	Кафе-сладкарница
27	Ботевград, ул. "Д-р Адриян Атанасов" №2	"Роси"	1 звезда	50 места	Бистро
28	с. Боженица	"Боженишки урвич"	2 звезди	50 места	Ресторант
29	Ботевград, ул. "Сан Стефано" №24	"Автомивка"	1 звезда	20 места	Кафе-аперитив
30	Ботевград, ул. "Ал. Батемберг" №19	"Русалка"	1 звезда	20 места	Павилион
31	Ботевград, ул. "Сан Стефано" №45	"Спортна среща"	1 звезда	40 места	Кафе-аперитив
32	гр. Ботевград, бул. "Цар Освободител" №14	"Ти-Ти"	1 звезда	35 места	Кафе-клуб
33	Ботевград, бул. "Трети март" №41	"Старата река"	1 звезда	35 места	Кафе-аперитив
34	Ботевград, ул. "Акад. Стоян Романски" №41	"Бистро"	1 звезда	20 места	Бистро
35	Ботевград, ул. "Цар Иван Шишман" №17А	"Трио"	1 звезда	40 места	Гостилница

№ по ред	Населено място	Име на обекта	Категория	Установен капацитет	Вид на заведението
36	Ботевград, ул. "Витоша" №2	"Рег бар"	2 звезди	50 места	Кафе-аперитив
37	Ботевград, ул. "Севаст Огнян" №6	"Валбе-С"	1 звезда	44 места	Фаст Фууд
38	Ботевград, АМ "Хемус"	"Ивони"	1 звезда	12 места	Кафе-клуб
39	Ботевград, пл. "Саранск" №20А	"Спасена"	2 звезди	50 места	Кафе-аперитив
40	Ботевград, ул. "Акад. Стоян Романски" №43	"При Шопа"	1 звезда	30 места	Бистро
41	Ботевград, ул. "Гурко" №21	"Вивал"	2 звезди	85 места	Класически ресторант
42	Ботевград, ул. "Стамен Панчев" №2	"Клуб 54"	1 звезда	35 места	Кафе-аперитив
43	Ботевград, пл. "Незнаен войн" №4	"Бюфетъ"	2 звезди	50 места	Кафе-аперитив
44	Ботевград, пл. "Саранск" №7	"Синьо небе"	1 звезда	50 места	Кафе-аперитив
45	Ботевград, пл. "Освобождение" №14	"Младост"	2 звезди	50 места	Кафе-аперитив
46	с. Скравена, гл.път Е-79	"Олимп"	2 звезди	100 места	Ресторант
47	Ботевград, в.з. "Зелин"	"Рум-Ойл"	2 звезди	50 места	Ресторант
48	с. Новачене, ул. "Г.С. Раковски" №44	"Фаст-Фууд"	1 звезда	20 места	Фаст Фууд
49	Ботевград, ул. "Илия Стоянов" №18	"Ти-Ви"	2 звезди	66 места	Бистро
50	Ботевград, пл. "Саранск" №10	"Нептун"	2 звезди	60 места	Ресторант
51	Ботевград, ул. "Гурко" №1	"Сити Клуб"	2 звезди	100 места	Кафе-аперитив
52	Ботевград, пл. "Саранск" №15	"Спасена"	1 звезда	20 места	Сладкарница
53	Ботевград, бул. "Цар Освободител" №22А	"Ариана"	1 звезда	50 места	Кафе-аперитив
54	с. Трудовец, в.з. "Лозята"	"Лозята"	2 звезди	50 места	Механа
55	Ботевград, ул. "Витоша" №16	"Скорпион"	1 звезда	20 места	Пивница

№ по ред	Населено място	Име на обекта	Категория	Установен капацитет	Вид на заведението
56	Ботевград, пл. "Саранск" №22	"Сладолед бар Саранск"	2 звезди	100 места	Кафе-сладкарница
57	Ботевград, ул. "Славейков" №13	"Фаст-Фууд"	1 звезда	15 места	Фаст Фууд
58	Ботевград, пл. "Незнаен войн" №2	"Нощ и ден"	2 звезди	260 места	Дискотека
59	Ботевград, пл. "Незнаен войн" №5	"Ти-Ви"	2 звезди	50 места	Ресторант
60	Ботевград, ул. "17ти Ноември" №3	"Фейс"	2 звезди	100 места	Бистро
61	Ботевград, ул. "Оборище" №1	"Детелина"	1 звезда	150 места	Бистро
62	Ботевград, бул. "България" №20	"Найбо"	2 звезди	100 места	Дискотека
63	с. Скравена, ул. "Врачанска" №4	"Бърза закуска"	1 звезда	50 места	Фаст Фууд
64	Ботевград, бул. "Цар Освободител" №22	"Калиома"	1 звезда	20 места	Бистро
65	Ботевград, пл. "Саранск" №9А	"Арабски донер"	1 звезда	10 места	Фаст Фууд
66	Ботевград, ул. "Акад. Стоян Романски" №39Б	"При Редака"	1 звезда	20 места	Кафе-аперитив
67	Ботевград, ул. "Преслав" №38	Кафе-сладкарница	1 звезда	20 места	Кафе-сладкарница
68	с. Скравена, ул. "Христо Ботев" №99	"Релакс"	1 звезда	30 места	Кафе-аперитив
69	Ботевград, ул. "Свобода" №3а	Кафе-аперитив	1 звезда	30 места	Кафе-аперитив
70	Ботевград, бул. "Трети март" №66	"Цвет"	2 звезди	50 места	Кафе-аперитив

Източник: Получена справка от община Ботевград, 2018

ПРИЛОЖЕНИЕ 3.

Анкетна карта за местното население в община Ботевград

АНКЕТНА КАРТА

Здравейте! Във връзка с проект за проучване на туристическия потенциал в община Ботевград провеждаме изследване за визията, очакванията и нагласите на местната общност. Резултатите от изследването ще бъдат използвани при изготвяне на ситуационен анализ за развитието на туризма в Община Ботевград. Ето защо вашето мнение е изключително важно за нас. Изследването ще представи обобщените мнения и оценки на анкетиранияте, поради което не се налага да вписвате името си. Проучването е анонимно, а набраната информация ще бъде използвана само за изследователски цели.

Благодарим Ви за отзивчивостта!

ЖЕЛАЕМ ВИ УСПЕХ!

От изследователския екип

Моля, оградете с кръгче избраната от Вас цифра.

1. Какво е общото Ви отношение към туризма?

1	2	3	4	5
Изцяло негативно	По-скоро негативно	Неутрално	По-скоро положително	Изцяло положително

2. Според Вас, как се отразява туризмът върху имиджа на Община Ботевград?

1	2	3	4	5
Изцяло негативно	По-скоро негативно	Неутрално	По-скоро положително	Изцяло положително

По-долу са представени редица твърдения за въздействието (влиянieto) на туризма. Интересува ни Вашето мнение (оценка) до каква степен те са верни за Вашата община. Молим на следващите въпроси да отговаряте с кръгче около избраната от Вас цифра по следната предложена скала:

- 1 – не съм съгласен с твърдението;
- 2 – по-скоро не бих се съгласил с твърдението
- 3 – туризмът не оказва влияние върху твърдението
- 4 – общо взето съм съгласен с твърдението;
- 5 – съгласен съм с твърдението

3. Туризмът ще създаде нови работни места в общината	12345
4. Туризмът допринася за запазването на местната природна среда	12345
5. Туризмът допринася за подобряване на местния транспорт	12345
6. Туризмът подобрява външния вид на околността	12345
7. Развитието на туризма ще повиши цените на стоките и услугите в общината	12345
8. Туризмът запазва културната самобитност на местното население	12345
9. Туризмът допринася за подобряване на системата от услуги в общината	12345

10. Туризмът повишава цените на земите и имотите в общината	12345
11. Общината ни следва да привлича повече туристи	12345
12. Туризмът създава проблеми с обслужването на местното население	12345
13. Ползите от туризма за общината са повече от негативните му влияния	12345
14. Туризмът увеличава шума в общината	12345
15. Туризмът увеличава замърсяването в общината	12345
16. Икономическите ползи от туризма в общината са повече в сравнение с влошаването на начина на живот в него	12345
17. Туризмът претоварва територията на общината	12345
18. Работните места в туризма в общината се заемат от външни хора (немес-тни жители)	12345
19. Туризмът променя местните обичаи и традиции	12345
20. Туризмът уврежда природната среда в общината	12345

Как оценявате туристическия ресурсен потенциал в община Ботевград?

Молим на следващите въпроси да отговорите с кръгче около избраната от Вас цифра по следната предложена скала:

1 – липсват или не са атрактивни

2 – слабо атрактивни

3 – неутрално мнение

4 – по-скоро атрактивни

5 – изключително атрактивни

21. Интересни скални образувания и причудливи форми на релефа	12345
22. Пещери	12345
23. Катерачни скали и форми на релефа, подходящи за екстремен туризъм	12345
24. Язовири и микроязовири	12345
25. Реки	12345
26. Интересни растителни видове	12345
27. Интересни безгръбначни видове (бръмбари, водни кончета, пеперуди)	12345
28. Риби, земноводни и влечуги	12345
29. Птици и бозайници	12345
30. Защитени територии и красиви природни пейзажи	12345
31. Крепости и други археологически обекти	12345
32. Църкви и манастири	12345
33. Исторически паметници и обекти	12345
34. Обекти с архитектурна стойност	12345
35. Занаятчийски работилници и ателиета	12345
36. Фолклорни традиции и обичаи	12345
37. Фестивали, празници и събори	12345
38. Местни кулинарни специалитети	12345
39. Спортни събития	12345
40. Художествено-творчески и артистични събития	12345
41. Зони за отдих, паркове и обществени градски площи	12345

42. Използват ли се пълноценно, според Вас, туристическите ресурси за нуждите на туризма в Община Ботевград?

1	2	3	4	5
Изобщо не	По-скоро не	Използват се частично	По-скоро да	Да, използват се пълноценно

Как оценявате съществуващата материална база за нуждите на туризма?

1	2	3	4	5
Много лоша	По-скоро лоша	Средно ниво	Задоволителна	Много добра

44. Как оценявате качеството на туристическото предлагане във Вашата община?

1	2	3	4	5
Много лошо	По-скоро лошо	Средно ниво	Задоволително	Много добро

Моля, отбележете съответната цифра срещу отделните групи туристически обекти, съобразно горната скала и напишете какво според Вас не достига:

- Места за настаняване
-
- Заведения за хранене и развлечение
-
- Спортни съоръжения
-
- Състояние на туристически маршрути
-
- Достъпност до култуно-исторически обекти
-
- Достъпност до природни обекти
-
- Туристическа инфраструктура
-
- Други (моля посочете)
-

45. Кои видове туризъм имат потенциал за развитие в община Ботевград? Моля, отбележете с x или \checkmark

- културен
- религиозен
- фестивален
- селски и аграрен
- приключенски и екстремен
- екотуризъм
- спортен
- ловен и риболовен
- ученически и младежки
- бизнес и делови
- друго

46. Как определяте дейността, която развиват туристическите фирми в региона?

1	2	3	4	5
Много лоша	По-скоро лоша	Средно ниво	Задоволителна	Много добра

47. Мислите ли, че туризма в община Ботевград може да се развива значително по-добре при наличие на благоприятни фактори (моля посочете)?

.....

.....

48. Бихте ли развивали туристическа дейност и ако «ДА» по какъв начин?

.....

.....

49. Бихте ли участвали в семинар/курс за “Предприемачество в туризма”?

1.	2.	3.
Да	Не	Не мога да преценя

50. Вашата възраст? _____ Години

Моля, оградете с кръгче избраната от Вас цифра.

51. Вашият пол:

1	2
мъжки	женски

52. Вашето образование?

1	2	3
Основно или по-ниско	Средно или полувисше	Висше или научна степен

53. Вашето семейно положение?

1	2	3	4
Несемеен	Семеен без деца	Семеен с деца	Разведен / вдовец

54. Вие работите в сферата на:

1	2	3	4	5	6
Производство	Услуги	Свободна професия	Земеделски производител	Собствен бизнес	Безработен или пенсионер

55. Какъв е приблизителният месечен доход на член от домакинството?

1	2	3	4	5
До 199 лв	200 - 449 лв.	500 - 649 лв.	700 - 849 лв.	Над 850 лв

56. Вашето семейство се състои от _____ души

57. Имате ли деца под 12 години?

1	2
Да	Не

Благодарим Ви за участието!

ПРИЛОЖЕНИЕ 4.

Анкетна карта за посетителите на община Ботевград

АНКЕТНА КАРТА

Здравейте! Във връзка с проект за проучване на туристическия потенциал в община Ботевград провеждаме изследване за визията, очакванията и нагласите на посетителите на община Ботевград. Резултатите от изследването ще бъдат използвани при изготвяне на ситуационен анализ за развитието на туризма в община Ботевград и доклад с препоръки за устойчиво развитие на туризма в общината. Ето защо Вашето мнение е изключително важно за нас. Изследването ще представи обобщените мнения и оценки на анкетираните, поради което не се налага да вписвате името си. Проучването е анонимно, а набраната информация ще бъде използвана само за изследователски цели.

Благодарим Ви за отзивчивостта!

ЖЕЛАЕМ ВИ УСПЕХ!

От изследователския екип

1. Последното Ви пътуване до Ботевград беше:

1.	2.
Организирано	Индивидуално

2. Молим Ви, посочете посещавали ли сте община Ботевград през последните четири години и ако ДА, посочете каква беше целта на посещението Ви:

1.	2.
Пътуване на удоволствие	Служебно пътуване / командировка

3. Моля посочете кои от следните населени места в община Ботевград сте посещавали:

- Ботевград	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Скравена	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Боженница	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Врачеш	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Гурково	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Липница	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Литаково	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Новачене	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Трудовец	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Краево	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:
- Друго	<input type="checkbox"/>	Брой нощувки:

4. Моля посочете какво настаняване ползвахте при последното си посещение в община Ботевград:

- Хотел
- Мотел

- Хижа
- Семейен хотел
- Стая за гости /Частна квартира/
- Къща за гости
- Почивна станция
- Ваша собствена къща, вила

5. Приблизително колко километра пътувахте, за да стигнете до община Ботевград?

- Под 50 км
- 50-99 км
- 100-299 км
- 300-499 км
- 500-1000 км
- Над 1000 км

6. Кои от следните източници за информация използвахте, за да планирате последното си пътуване:

- Онлайн услуги
- Личен опит
- Съвети на роднини и приятели
- Туристическа агенция
- Рекламни брошури
- Телевизионни предавания
- Друга информация
- Реклама в телевизията
- Реклама в радиото
- Реклама в печатни издания
- Презентация
- Университет
- Търсене в гугал
- Друго

7. Използвахте ли някой от следните интернет адреси за планиране на Вашето пътуване:

- www.botevgrad.com
- www.botevgrad.bg
- www.balkanec.bg
- www.nasamnatam.bg
- www.peika.bg
- www.foursquares.com
- www.bulgariatravel.org
- www.triadviser.com
- www.wow.com
- Не съм използвал
- bgmaps.com
- bg.wikipwdia.org
- новинарски сайт

- booking
- facebook
- google.bg
- www.google.com
- интернет

8. Използвахте ли туристически агент, за да резервирате цялото или част от последното си пътуване?

1.	2.
ДА	НЕ

9. Какво видяхте, посетихте или преживяхте в община Ботевград по време на последното си пътуване?

- Съхранена природа
- Селска среда
- Езера / реки
- Местни занаяти
- Музеи и галерии
- Културно-исторически обекти
- Църкви и манастири
- Приятели / роднини
- Интересна атмосфера
- Друго

10. Кои забележителности, атракции или прояви в община Ботевград видяхте или посетихте?

- Боженишки урвич
- Часовниковата кула
- Исторически музей
- Паметник-костницата на Ботевите четници
- Музеи и галерии
- Манастир „Св. Николай“
- Конна база „Здраваец“
- Килийно училище
- Манастир „Рождество на пресвета Богородица“
- Манастир “Св. Четиридесет мъченици”
- Братка могила в Литаково
- Друго

11. Отбихте ли се в Туристическия информационен център в гр. Ботевград по време на последното Ви пътуване?

1.	2.	3.
Да	Не	Не мога да преценя

12. Освен Вас, кои от следните лица бяха с Вас по време на последното пътуване!

- съпруг(а) / партньор
- дете / деца

- родител(и)
- други роднини
- приятел(и)
- колега(и)
- никой, пътувах сам

13. С какъв транспорт пътувахте до община Ботевград при последното си пътуване?

- Собствен
- Обществен
- Такси
- Организиран транспорт
- Служебен
- Велосипед
- Кола на приятел
- Превоз от работодател

14. На каква стойност бяха разходите Ви по време на последното Ви пътуване до община Ботевград за:

- Обща сума на разходите
- За транспорт
- Нощувки
- Храна
- Развлечения
- Сувенири / подаръци
- Спортно оборудване и екипировка
- Друго

15. Като използвате скала от 1 до 10, където 1 означава „напълно неудовлетворен”, а 10 – „напълно удовлетворен”, моля оценете община Ботевград по всеки от следните показатели:

- Разстояние
- Инфраструктура
- Цена / стойност на престоя
- Храна и настаняване
- Обслужване
- Природни забележителности
- Културни прояви, културно-историческо наследство
- Климат
- Информационно обслужване
- Атмосфера
- Чистота

16. Оправдаха ли се Вашите предварителни очаквания от региона?

- Да, напълно
- В голяма степен
- До известна степен
- Не, изобщо
- Нямах предварителни очаквания

17. Какво Ви разочарова?

18. Бихте ли посетили отново община Ботевград?

1.	2.
Да	Не

19. Защо бихте посетили отново община Ботевград?

- Заради забавленията
- Заради обслужването
- Заради храната
- Заради хората
- Заради цените
- По работа
- Служебно
- Заради културни прояви
- За лекции / изпит
- За пазаруване
- Посещение на забележителности
- Посещение при приятели и роднини
- Друго

20. Като цяло кое беше най-забележителното за Вас преживяване по време на последното Ви пътуване до община Ботевград?

21. Вашата възраст? _____ Години

22. Вашият пол:

1	2
мъжки	женски

23. Вашето образование?

1	2	3
Основно или по-ниско	Средно или полувисше	Висше или научна степен

24. Вашето семейно положение?

1	2	3	4
Несемеен	Семеен без деца	Семеен с деца	Разведен / вдовец

25. Вие работите в сферата на:

1	2	3	4	5	6
Производство	Услуги	Свободна професия	Земеделски производител	Собствен бизнес	Безработен или пенсионер

26. Какъв е приблизителният месечен доход на член от домакинството?

1	2	3	4	5
До 199 лв	200 - 449 лв.	500 - 649 лв.	700 - 849 лв.	Над 850 лв

27. Вашето семейство се състои от _____ души

Благодарим Ви за участието!

ПРИЛОЖЕНИЕ 5.

Работни карти за участниците в работните групи

РАБОТНА КАРТА НА РАБОТНА ГРУПА „МАТЕРИАЛНО НАСЛЕДСТВО И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРЕН И СЕЛСКИ ТУРИЗЪМ”

I. Кратко описание (половин страница, Times new roman, 12) на културните и исторически обекти от приложения списък:

Списък с паметниците на културата в община Ботевград, съгласно Общинския план за развитие на община Ботевград:

1. Градище и надпис. Старобългарски скален надпис, Боженица
2. Старобългарска крепост, Боженица
3. Старобългарска църква, Боженица
4. Старобългарски кладенец, Боженица
5. Лобно място на комунистите и земеделците - казармата, Ботевград
6. Вилата на Асен Златаров, Зелин
7. Лобно място, м. Арабаконашки проход
8. Часовникова кула, Ботевград
9. Паметник Братска могила, Литаково
10. Средновековен вал, Ботевград, м. Бодиловград
11. Средновековна крепост, Врачеш, м. Бебреш
12. Антична и средновековна крепост, Врачеш, м. Града
13. Средновековна крепост, Липница
14. Останки от манастир, Липница
15. Римска крепост, Литаково
16. Църква „Свето Вознесение Господне”, 3 възпоменателни паметника
17. Кръст паметник, Врачеш, м. Кривия дол
18. Лобно място, Врачеш
19. Лобно място, Литаково, м. Брезовица
20. Лобно място, Литаково, м. Касата долчина
21. Средновековна крепост, Радотина, м. Бабин град
22. Останки от стара латинска църква, Радотина, м. Селището
23. Къщата на Трифон Христовски, Радотина
24. Лобното място на Койна и Никола Мукански, Скравена, м. Койнадовец
25. Паметник-братска могила, Трудовец

II. Кратко описание (половин страница, Times new roman, 12) на манастирите в Зелин, Врачеш и Скравена, манастирчето „Св. Георги” в Трудовец и църквите на територията на общината.

III. Описание до 2 страници на легенда/предание/житие за обект/местност /бележитата личност от региона.

IV. Приложете графични символи, които смятате за емблематични за общината (може да е знак, символ, рисунка, снимка) ако се сещате за такива.

**РАБОТНА КАРТА НА РАБОТНА ГРУПА
„КЕМАТЕРИАЛНО НАСЛЕДСТВО И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИ-
ТИЕ НА ФЕСТИВАЛЕН ТУРИЗЪМ”**

I. Списък на самодейните състави по читалища:

№	Самодееен състав	Читалище	Населено място

II. Списък на културните събития с местно значение, които не са включени в културния календар – обичаи, възстановки, традиции и др

№	Име на събитието	Населено място	Период на провеждане

III. Списък с интересни събития, провеждани от учебните заведения или други организации, инициативи (пр.: маратон по четене, празник „отговорни стопани” и т.н.)

№	Име на събитието	Организатор	Период на провеждане

IV. Списък на занаятчиии и работилници

№	Име	Занаят	Координати	Достъпност

**РАБОТНА КАРТА НА РАБОТНА ГРУПА
„ПРИРОДНИ РЕСУРСИ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА
ПРИКЛЮЧЕНСКИ, ПЛАНИНСКИ И ЕКОТУРИЗЪМ”**

I. Кратка характеристика на природните ресурси, защитени територии и защитени зони в община Ботевград. По половин страница за всяко, както следва:

1. Особенности на релефа
2. Климатична характеристика
3. Води – повърхностни и подземни
4. Растителност
5. Флора
6. Безгръбначни
7. Риби
8. Земноводни
9. Влечуги
10. Птици (може и малко повече информация)
11. Бозайници
12. Горски фонд (видове гори, местоположение, състояние)
13. поддържан резерват „Училищната гора”, Боженица
14. ЗМ „Дренето”, Литаково
15. ЗМ „Мухалница”, Зелин
16. ЗМ „Боженишки урвич”, Боженица
17. ПЗ „Водна пещера”, Липница
18. ЗМ „Рудината”, Ботевград
19. ПЗ „Елака”, Врачеш
20. ЗМ Романия”, Рашково
21. ЗМ „Високата могила”, Боженица и Скравена
22. Защитена зона по директивата за местообитанията BG0000374 „Бебреш”
23. Защитена зона по директивата за местообитанията BG0001043 „Етрополе – Байлово”
24. Защитена зона по директивата за местообитанията BG0001042 „Ржана”

II. Информация за съществуващите пешеходни маршрути на територията на община Ботевград (за които има информация и колкото има):

№	Начална и крайна точка	Особености на терена (палнински, равнинен, хълмист, денивелация)	Степен на трудност, маркировка, достъпност

**РАБОТНА КАРТА НА РАБОТНА ГРУПА
„СПОРТ И ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА СПОРТЕН
И УЧЕНИЧЕСКИ ТУРИЗЪМ”**

I. Информация за спортните обекти на територията на община Ботевград

№	Спортни съоръжения	Населено място	Описание

II. Информация за спортните клубове на територията на община Ботевград

№	Спортен отбор	Населено място	Описание

III. Информация за турнири, състезания, отличия на спортните отбори

№	Спортен отбор	Турнир / Състезание	Отличие	Година

Източник: Картите са разработени от автора Десислава Алексова, в качеството си на координатор по проект „Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград”, 2018 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ 6.
Списък на пещерите в община Ботевград

БФСп	Район+№	Име на пещера или пропаст	Местоположение	Дължина	Денивелация
0542	207124	Цепката	с.Боженица, общ.Ботевград	19м	12м
2001	207047	Щръбан дупка	с.Боженица, общ.Ботевград	151м	0м
3407	207057	Урвич 5	с.Боженица, общ.Ботевград	16м	1м
3408	207058	Урсус дупка	с.Боженица, общ.Ботевград	14м	0м
3409	207059	Обиталището	с.Боженица, общ.Ботевград	12м	10м
4129	207040	Мандрата	с.Боженица, общ.Ботевград	40м	0м
4130	207041	Свинарника	с.Боженица, общ.Ботевград	20м	0м
4132	207049	Урдина дупка	с.Боженица, общ.Ботевград	70м	4м
4859	207127	Урвич 1	с.Боженица, общ.Ботевград	13м	1м
4861	207114	Мурта 1	с.Боженица, общ.Ботевград	12м	5м
4862	207115	Ръкавичката	с.Боженица, общ.Ботевград	19м	2м
4863	207116	Пръстена	с.Боженица, общ.Ботевград	8м	2м
4864	207117	Прагчето	с.Боженица, общ.Ботевград	10м	2м
4865	207118	Проходката	с.Боженица, общ.Ботевград	14м	0м
4866	207119	Увала	с.Боженица, общ.Ботевград	7м	0м
4867	207120	Язовината	с.Боженица, общ.Ботевград	11м	0м
4868	207121	Провиралото	с.Боженица, общ.Ботевград	4м	1м
4869	207122	Пясъчната	с.Боженица, общ.Ботевград	13м	2м
4870	207123	Нишата	с.Боженица, общ.Ботевград	11м	0м
4888	207129	Урвич 3	с.Боженица, общ.Ботевград	23м	1м
9090	207999	Самоградното кале	с.Боженица, общ.Ботевград	6м	0м

БФСп	Район+№	Име на пещера или пропаст	Местоположение	Дължина	Денивелация
9044	207999	Мурта 2	с.Боженица, общ.Ботевград	10м	0м
9056	207999	Урвич 4	с.Боженица, общ.Ботевград	8м	0м
9057	207999	Урвич 6	с.Боженица, общ.Ботевград	11м	1м
9054	207999	Урвич 2	с.Боженица, общ.Ботевград	2м	0м
9122	207999	Б-005	с.Боженица, общ.Ботевград	6м	0м
1638	207092	Лесковата дупка	с.Врачеш, общ.Ботевград	13м	10м
4872	207125	Росена	с.Врачеш, общ.Ботевград	10м	3м
4873	207126	Трудомешница	с.Врачеш, общ.Ботевград	0м	12м
0204	203014	Водната пещ	с.Липница, общ.Ботевград	1,016м	42м
0206	203015	Козарника	с.Липница, общ.Ботевград	89м	11м
0795	203067	Звънти дупка	с.Липница, общ.Ботевград	8м	18м
0797	203068	Ярковец	с.Липница, общ.Ботевград	33м	3м
0841	203080	Банковец	с.Липница, общ.Ботевград	97м	20м
1515	203159	Провиралницата	с.Липница, общ.Ботевград	31м	10м
1647	203205	Бялата	с.Липница, общ.Ботевград	38м	30м
1648	203206	Очите	с.Липница, общ.Ботевград	30м	0м
1649	203217	Камилата	с.Липница, общ.Ботевград	12м	4м
1650	203208	Ругьовата пещера	с.Липница, общ.Ботевград	24м	6м
1652	203210	Порова дупка	с.Липница, общ.Ботевград	13м	0м
1653	203211	Язовската дупка	с.Липница, общ.Ботевград	13м	0м
1654	203212	Свинската пещера	с.Липница, общ.Ботевград	9м	2м

БФСп	Район+№	Име на пещера или пропаст	Местоположение	Дължина	Денивелация
1656	203214	Рогачевата дупка	с.Липница, общ.Ботевград	31м	2м
1657	203215	Убежището	с.Липница, общ.Ботевград	20м	0м
1660	203218	Прагчетата	с.Липница, общ.Ботевград	10м	6м
1697	203238	Скочи вода	с.Липница, общ.Ботевград	14м	0м
1700	203241	Миша дупка	с.Липница, общ.Ботевград	10м	2м
1701	203242	Усойката	с.Липница, общ.Ботевград	22м	5м
3034	203444	Големия змиарник	с.Липница, общ.Ботевград	26м	11м
3036	203446	Гериза	с.Липница, общ.Ботевград	10м	12м
3038	203448	<u>Сухата дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	21м	0м
3410	203493	<u>Кривата пещера</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	16м	15м
3411	203494	<u>Котилото</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	14м	6м
3412	203495	<u>Калето</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	11м	8м
3413	203496	<u>Келявата пещера</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	17м	3м
3414	203489	<u>Марджова дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	11м	3м
3682	203213	<u>Лисичата дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	11м	4м
3961	203209	<u>Осморката</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	10м	0м
4016	203048	<u>Бабина Радина дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	11м	0м
4017	203051	<u>Сврача дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	14м	2м
4018	203052	<u>Пепелянката</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	17м	0м
4019	203093	<u>Мечата дупка</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	13м	3м
4020	203203	<u>Каменната фурна</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	21м	12м
4021	203204	<u>Пеликана</u>	<u>с.Липница, общ.Ботевград</u>	12м	3м

БФСп	Район+№	Име на пещера или пропаст	Местоположение	Дължина	Денивелация
4892	203623	<u>Коминчето</u>	с.Липница, общ.Ботевград	8м	13м
4893	203624	<u>Тройката</u>	с.Липница, общ.Ботевград	10м	0м
4894	203625	<u>Пеперудата</u>	с.Липница, общ.Ботевград	9м	0м
4898	203627	<u>Пясъчната</u>	с.Липница, общ.Ботевград	11м	0м
4899	203628	<u>Герана</u>	с.Липница, общ.Ботевград	10м	3м
4900	203629	<u>Проходна</u>	с.Липница, общ.Ботевград	10м	4м
4901	203630	<u>Каменната фурна</u>	с.Липница, общ.Ботевград	12м	4м
4902	203631	<u>Клюна</u>	с.Липница, общ.Ботевград	11м	4м
4903	203632	<u>Стъпалките</u>	с.Липница, общ.Ботевград	11м	6м
4904	203633	<u>Окоето</u>	с.Липница, общ.Ботевград	10м	5м
4905	203634	<u>Конусчето</u>	с.Липница, общ.Ботевград	10м	1м
4906	203635	<u>Купола</u>	с.Липница, общ.Ботевград	13м	0м
4907	203636	<u>Фурната</u>	с.Липница, общ.Ботевград	12м	0м
9128	203999	<u>Безименна 504</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9129	203999	<u>Безименна 505</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9127	203999	<u>Безименна 59</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9126	203999	<u>Безименна 56</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9112	203999	<u>Безименна 522</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9113	203999	<u>Двойката</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9114	203999	<u>Безименна 517</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9123	203999	<u>Безименна 518</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м
9110	203999	<u>Безименна 519</u>	с.Липница, общ.Ботевград	6м	0м

БФСп	Район+№	Име на пещера или пропаст	Местоположение	Дължина	Денивелация
9111	203999	<u>Безименна 521</u>	<u>с.Липница,</u> <u>общ.Ботевград</u>	6м	0м
5224	207132	<u>Двуетажната</u>	<u>с.Новачене,</u> <u>общ.Ботевград</u>	38м	0м
5225	207133	<u>Крайната</u>	<u>с.Новачене,</u> <u>общ.Ботевград</u>	43м	0м
5226	207134	<u>Разклонената</u>	<u>с.Новачене,</u> <u>общ.Ботевград</u>	36м	0м
1640	207038	<u>Калугерската</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	23м	3м
1641	207039	<u>Йотовчина дупка</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	17м	7м
1644	207042	<u>Синята пещера</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	22м	4м
4875	207128	<u>Иманярската пропаст</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	0м	17м
5227	207135	<u>Малката яма</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	7м	5м
9085	207999	<u>Пропастта на Сините скали</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	0м	5м
9067	207999	<u>Безименна 42</u>	<u>с.Скравена,</u> <u>общ.Ботевград</u>	5м	0м
5228	207136	<u>Пещерата</u>	<u>с.Трудовец,</u> <u>общ.Ботевград</u>	26м	0м

Източник: пещерен клуб „Хелектит” към Българска федерация по спелеология, 2018

Рекламно-информационна дупляна WikiBotevgrad, 2017 Промотиране стартирането на инициативата „Ботевград – първият уикиград в България”





WIKI BOTEVGRAD

Ботевград - първият уикиград в България

Община Ботевград и Уикимедия България ценят да бъде създадена свободно достъпна онлайн енциклопедия, в която жители и гости на града да могат да намират информация за всички значими културни и природни обекти, исторически места и бележити личности, свързани с Ботевград и околна околност.

Подобна практика не е непозната на света. Първият в света уикиград е град Момбай в Индия, а след него много други градове се възползват от платформата на свободната енциклопедия, за да популяризират с почти нулеви разходи своите destinations.

Според Даниел Мейер от създаването на Момбайтопедия се наблюдават повишен интерес към града и увеличение на туристическите посещения в него.



Доброволната работа по осъществяването на проекта съпоставя местните граждани, създава връзки помежду им, помага им да опознаят собствения си град по-добре, да се превърнат по-сигурно отпреди към родния си зема, а създадените статии се превърнат в надежден и сигурен източник на информация.

„Найважно се да изберем за пример и на други професионалистски общини в България. Инициативата изисква съвместна работа на граждани и институции, млади и стари, професионалисти и аматьори. Това, което ни обединява, е любовта към родния край и се надяваме, осъществяването този проект, да стане още по-добро решение за приважданост към една алтернативна”, коментира заместят на Ботевград Иван Павлов.

Проектът за превръщане на Ботевград в първия уикиград в България включва допълване на съществуваща и създаване на общо над 150 статии за града, както и добавяне на снимки за илюстриране на подготвените материали.

Предлагат се и информационни табели с QR кодове, които - след сканиране с мобилно устройство, препращат към съответната статия в електронната енциклопедия Уикипедия.



С цел да изложат с инициативата всички заинтересовани граждани, Община Ботевград, съвместно с Библиотеката „Иван Вачков” към НЧ „Христо Ботев 1884” и Уикимедия организират семинар на 11 октомври от 17:30 ч. в сградата на библиотеката. По време на събитието всички желаещи – от ученици, през любители, до ученици и преподаватели, ще ги информират как могат да станат част от проекта „Ботевград – първият уикиград в България”.

На 18 октомври от 10:00 ч. и 14:00 ч. в сградата на библиотеката ще се проведат обучения на желаещите да участват от специалности на Уикимедия България.

Изготвил и предоставил: Община Ботевград, техническа изработка Ина Маринова, главен експерт „Инвестиционно проектиране, градски дизайн и реклама”, 2017 г.

Рекламни афиши на традиционни и нови събития в община Ботевград



Източник: официална фейсбук страница на община Ботевград „Посети Ботевград / Visit Botevgrad”, 2019 г.

Приключенски многобой Ботевград 2017



Източник: видео реклама в официалния туристически портал на община Ботевград: <https://www.visitbotevgrad.com/2018/02/14/mnogoboi-2017/>; лого на Приключенски многобой Ботевград 2017 г., изготвено и предоставено от „УАЙЛДАН” ЕООД

БОТЕВГРАД DOWNHILL 2019, фейсбук реклама



Източник: фейсбук страница Vike Monopoly Bike Park, предоставено от Росен Дончев, Vike Monopoly, 2019

Трасе за спускане във в.з. Зелин, Ботевград



Източник: фейсбук страница Vike Monopoly Bike Park, предоставено от Росен Дончев, Vike Monopoly, 2019

СПИСЪК НА ФИГУРИТЕ

Фигура 1.	Концептуална рамка за анализ на туристическата система.....	27
Фигура 2.	Схема на туристическа система за отдиха и туризма	29
Фигура 3.	Процес на внедряване на ETIS	45
Фигура 4.	Местоположение и транспортна достъпност на община Ботевград .	78
Фигура 5.	Образователна структура на община Ботевград	82
Фигура 6.	Водни ресурси на община Ботевград	89
Фигура 7.	Разположение на защитените територии и защитените зони включени в Natura 2000, които попадат на територията на община Ботевград	93
Фигура 8.	Културно-исторически паметници в община Ботевград	97
Фигура 9.	Разположение на спортните обекти на територията на община Ботевград.....	105
Фигура 10.	Схематично онагледяване на функционална органиграма на ОП „Туризм“	111
Фигура 11.	Схематично онагледяване на дейности, свързани с туризма към общинска администрация	114
Фигура 12.	Оценка на релефа като туристически ресурс – скални форми и пещери.....	124
Фигура 13.	Оценка на релефа като туристически ресурс – катерачни скали и условия за екстремн туризъм	125
Фигура 14.	Оценка на водите като туристически ресурс	126
Фигура 15.	Оценка на растителните видове като туристически ресурс	126
Фигура 16.	Оценка на гръбначните животни като туристически ресурс	127
Фигура 17.	Оценка на антропогенните ресурси – археологически и религиозни паметници	128
Фигура 18.	Оценка на антропогенните ресурси – исторически и архитектурни паметници, занаятчийски ателиета	129
Фигура 19.	Оценка на спортните и художествено-творчески събития	129
Фигура 20.	Достъпност на туристическите обекти	131
Фигура 21.	Оценка на местата за настаняване и заведенията за хранене и развлечения в община Ботевград	131
Фигура 22.	Нагласи за влиянията на туризма върху местната среда	134

Фигура 23.	Готовност за предприемачество в туризма	135
Фигура 24.	Цели на пътуване за удоволствие	137
Фигура 25.	Цели на служебните пътувания	137
Фигура 26.	Посетени населени места	138
Фигура 27.	Брой реализирани нощувки	138
Фигура 28.	Използван вид място за настаняване	139
Фигура 29.	Пропътувано разстояние до община Ботевград	139
Фигура 30.	Степен на удовлетвореност	140
Фигура 31.	Проект „Хетеротопии” – културно-информационни ядра	171
Фигура 32.	Обособяване и разположение на туристически зони в община Ботевград.....	193
Фигура 33.	Картографска схема на Централна туристическа зона „Ботевград”	195
Фигура 34.	Картографска схема на туристическа зона „Боженица”	200
Фигура 35.	Картографска схема на туристическа зона „Ржана”	202
Фигура 36.	Разширено предложение за създаване на биосферен парк със сърцевинна зона ПЗ „Училищната гора”	210
Фигура 37.	Биосферен парк „Искър” с окончателни граници	211
Фигура 38.	Предложение за графично изображение на „Запазена марка Ботевград”	218
Фигура 39.	Туристическо лого на община Ботевград	221
Фигура 40.	Предложение за изграждане на приключенски парк „Липница”	234
Фигура 41.	Зона за Bird-watching в района на ЗМ „Дренето” и влажните зони край Гурково и Литаково	239

СПИСЪК НА ТАБЛИЦИТЕ

Таблица 1.	По-значими модели за туристическата система за отдиха и туризма.....	23
Таблица 2.	Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел А: Управление на дестинация.....	45
Таблица 3.	Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел Б: Икономическа стойност.....	47
Таблица 4.	Показатели за устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел В: Социално и културно въздействие	48
Таблица 5.	Устойчиво за управление на туристическа дестинация. Раздел Г: Въздействие върху околната среда	48
Таблица 6.	Критерии и индикатори за наблюдение и оценка на устойчиво развитие на туризма в община Ботевград.....	53
Таблица 7.	Сравнителен анализ на съществуващите схеми за туристическо райониране в България	66
Таблица 8.	Заетост в отделните икономически сектори в община Ботевград	79
Таблица 9.	Промяна на броя на населението на община Ботевград при последните преброявания.....	80
Таблица 10.	Защитени територии и защитени зони на територията на община Ботевград.....	91
Таблица 11.	Списък на културно-историческите паметници в община Ботевград.....	94
Таблица 12.	Списък на по-значимите събитийни прояви в община Ботевград	98
Таблица 13.	Места за настаняване в община Ботевград.....	101
Таблица 14.	Реализирани нощувки на територията на община Ботевград 2017 и 2018.....	104
Таблица 15.	Спортни обекти в община Ботевград.....	104
Таблица 16.	SWOT-анализ на туризма в община Ботевград.....	117
Таблица 17.	Групиране на отговори на отворения въпрос “Мислите ли, че туризма в Община Ботевград може да се развива значително по-добре при наличие на благоприятни фактори (моля посочете)?”	132
Таблица 18.	Основни теми и резултати от работата с фокус групи	146

Таблица 19. Предложения от местната общност за устойчиво развитие на туризма	147
Таблица 20. Обобщени резултати от дискусиите и анкетните проучвания, проведени с представители на съседните на Ботевград общини	152
Таблица 21. Стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград	187
Таблица 22. Туристически ядра и туристически места в Централна туристическа зона „Ботевград”	198

СПИСЪК СЪС СЪКРАЩЕНИЯТА

БААТ	– Българска асоциация за алтернативен туризъм
ВСВ	– Втора световна война
ГИС	– Географска информационна система
ДАТ	– Държавна агенция по туризъм
ДГС	– Държавно горско стопанство
ДЛС	– Държавно ловно стопанство
ДПП	– Дирекция на природен парк
ЕТУП	– Единен териториално-устройствен план
ЗЗ	– защитена зона
ЗЗТ	– Закон за защитените територии
ЗМ	– защитена местност
ЗТ	– защитена територия
ЗХР	– заведения за хранене и развлечения
ИКТ	– информационни и комуникационни технологии
ИПГРВ	– Интегриран план за градско развитие и възстановяване
ИРТП	– Институт по районно териториално планиране Туристическо районизиране на Кр. Тотева, ИРТП, 1968 г
КСО	– Корпоративно – социална отговорност
МВБУ	– Международно висше бизнес училище
МИГ	– Местна инициативна група
МИЕТ	– Министерството на икономиката, енергетиката и туризма
МН	– места за настаняване
МОСВ	– Министерство на околната среда и водите
МСП	– малки и средни предприятия
МТБ	– материално-техническа база
НИНКН	– Национален институт за нематериално културно наследство
НСИ	– Национален статистически институт
ОП	– общинско предприятие
ОПР	– Общински план за развитие
ОУТР	– Организация за управление на туристически район
ПЗ	– природна забележителност
ПР	– поддържан резерват
ПСВ	– Първа световна война
ПЧП	– публично-частно партньорство
РИОСВ	– Регионална инспекция по околната среда и водите
РУ на МВР	– районно управление на МВР
СНЦ	– сдружение с нестопанска цел
ТИЦ	– Туристически информационен център
ТСОТ	– териториална система за отдиха и туризма
СО ₂	– въглероден диоксид

- ESTG – Европейски политики в сферата на устойчивото туристическо развитие
- ETIS – Европейска система от индикатори за устойчиво развитие на туризма
- GPS – Глобална система за позициониране
- IUCN – Международен съюз за защита на природата
- QR – специфичен матричен баркод
- STG – Група за устойчиво развитие на туризма
- UNWTO – Световна организация по туризъм
- WTTC – Световен съвет за пътувания и туризъм
- WWF – Световен фонд за природата

БИБЛИОГРАФИЯ

КНИГИ И СТАТИИ НА БЪЛГАРСКИ ЕЗИК

1. Александров, Красимир. (2014). Ролята на организацията за управление на дестинацията за развитие на устойчив туризъм, Пловдив, Акад. изд. на Аграр. унив.
2. Алексиева, Йорданка и Стамен Стамов. (2003). Специализирани видове туризъм. Ч. 1, Ст. Загора. Кота
3. Алексиева, Йорданка и Стамен Стамов. (2005). Специализирани видове туризъм. Ч. 2, Ст. Загора. Кота
4. Алексиева, Соня и Стефания Темелкова (2019). Изграждане на имидж на туристически дестинации [Уч. за ВУЗ]. София, НБУ
5. Алексова, Десислава. (2015). Доброволчески туризъм – прилагане на социално-отговорни практики. В: Сборник с доклади от XII Международна научна конференция „Иновативни стратегии за конкурентен бизнес”. Научна секция 3 „Иновативни подходи за устойчив туризъм”, IBS Press, Ботевград, с. 307-313
6. Алексова, Десислава. (2018с) Иновативни инициативи, допринасящи за превръщането на община Ботевград в атрактивна туристическа дестинация. Сборник с доклади XIV Международна научна конференция „Туризъм – изследване, развитие и обучение”, София, Изд. на МВБУ, с. 63-80
7. Алексова, Десислава. (2019). Конкурентноспособност на дестинациите чрез създаване на креативни туристически инициативи и атракции по примера на община Ботевград. Сборник с доклади XV Международна научна конференция по иновации и предприемачество. София, Изд. на МВБУ, с. 58-71,
8. Алексова, Десислава (2011) Отговорният и солидарен туризъм – път към Човека и съприкосновението с него : Туризмът - предизвикателства в условията на икономическа криза : Сборник статии. Икономика, София, Нов български университет, с. 481-493.
9. Алексова, Десислава. (2013). Отговорният туризъм – механизъм за развитие на малките населени места : Десетата международна научна конференция Съвременният модел на Европейският съюз и мястото на България в него : Сборник доклади, Ботевград, Издателство на МВБУ с. 701-714
10. Алексова, Десислава. (2016). Подобряване качеството на туристическия продукт чрез опазване на природните ресурси и културното наследство : Научни трудове, т. LX, кн. 1, Пловдив, Академично издателство на Аграрния университет, с. 215-222
11. Алексова, Десислава. (2011) Регионална марка "Странджа" - предпоставка за повишаване на качеството и развитие на устойчив туризъм в природния парк : Научната конференция : Сборник доклади, Пловдив. Колеж по икономика и администрация, с. 89-102.
12. Алексова, Десислава. (2009). Устойчиво развитие на дестинациите чрез съчетаване на алтернативни видове туризъм. Тенденции в развитието на съвре-

- менния туризъм : Международна научна конференция : Сборник доклади, Смолян, 15-17 октомври 2009 г. ПУ Паисий Хилендарски - филиал Смолян, с. 190-194
13. Алексова, Десислава. (2008). Устойчиво развитие на територии със съхранени природни ландшафти чрез изграждане на екотуристически маршрути. : Седми международен симпозиум "Екология–устойчиво развитие", гр. Враца, 131-135
 14. Алексова, Десислава. (2018a) Устойчиво развитие на туризма в община Ботевград, сп. Управление и устойчиво развитие : общество, човек, природа (online). София, Лесотехнически унив. Фак. Стопанско управление. година 20, 71 (4), с. 84-89
 15. Алексова, Десислава. и Т. Белев. (2013). Планове за управление на защитените територии – инструмент за управление на туризма. : Четвърта годишна научна конференция "Екологизация - 2012" Сборник с доклади: София, Нов български университет, с. 7-13
 16. Алексова Десислава. и Т. Белев. (2015). Планове за управление на националните и природни паркове в България - проблеми и решения. : Международна юбилейна научно-практическа конференция Европейски практики и национални рефлексии в планирането : Свищов, 24-25 април 2015 г. : Сборник доклади : Т. 1-3. Свищов, Акад. изд."Ценов", с. 289-294
 17. Алексова Десислава. (2015). Предизвикателства и перспективи за развитието на доброволчески туризъм в България. Конференция : Тенденции и предизвикателства пред глобалния туризъм. София, УНСС. Инфраструктура и комуникации, (10) : с. 260-264
 18. Алексова Десислава. (2018b) Прилагане на принципите на Глобалния етичен кодекс в туризма в секторната политика на община Ботевград. Етически изследвания, (online), Институт за изследване на обществата и знанието, София, БАН, Год. III, (3), 2, с. 397-409
 19. Алексова Десислава, Николай Стефанов и Георги Петров. (2017). Фактори и предпоставки за развитието на екотуризма в Община Ботевград. Научни трудове на МВБУ, Ботевград, Изд. на МВБУ, с. 213-247
 20. Апостолов, Найден. (2003). Туристически ресурси. Варна, Унив. изд. ИУ
 21. Асенова, Мариана. (2010). Методика за мониторинг на устойчивото туристическо развитие на общинско ниво. Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 - География. Т. 102., с. 227-252.
 22. Асенова Мариана. (2012). Методика за мониторинг на устойчивото туристическо развитие (на примера на община Царево). (Докторска дисертация)
 23. Асенова, Мариана. (2002). Ролята на индикаторите за реализацията на устойчиво туристическо развитие. : Научна конференция Туризмът на XXI век : Сборник доклади. София
 24. Асенова, Мариана. (2004). Туристическото райониране като инструмент на регионалната политика. В: Географията ... вчера, днес, утре. Юбилеен сборник в чест на 60-годишнината на проф. д-р Ст. Карастоянов. С., Унив. издателство Св. Климент Охридски, с. 239–246.
 25. Бъчваров, Марин и др. (1996). Основи на туризма : [Уч. помагало]. София, Тилия
 26. Бъчваров, Марин. (1997). Рекреационно-туристически функции на селищата. Год. на СУ. ГГФ. Кн. 2 - География. - Т. 88. - с. 7-28

27. Бъчваров, Марин. (1970). За икономгеографската същност на туристическия район. Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 - География, т.62 [за 1969] София, с. 337–355
28. Бъчваров, Марин и Найдено Апостолов. (1982). География на туризма. Варна, Г. Бакалов, с. 77–93
29. Бъчваров, Марин и Петко Еврев. (1991). Специфика на териториалните рекреационни единици. – Проблеми на географията, кн. 4, с. 23–32.
30. Василева, Ваня. (2009). Спортен туризъм - същност, особености, видове и значение : Научна конференция Тенденции в развитието на съвременния туризъм : Сборник доклади, Смолян, 15-17 октомври 2009 г. ПУ Паисий Хилендарски - филиал Смолян, с. 180-184.
31. Воденска, Мария. (2001). Икономически, социални и природни влияния на туризма. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски
32. Воденска Мария. (2004). Моделът ТСОТ като основен обект на изследване в географията на туризма и мястото на влиянията на туризма в него. В: Географията ... вчера, днес, утре. Юбилеен сборник в чест на 60-годишнината на проф. д-р Ст. Карастоянов. София., Унив. изд. Св. Климент Охридски, с. 208-217
33. Воденска, Мария и Мариана Асенова. (2011). Въведение в туризма, [София], Матком.
34. Воденска, Мария и Николай Колев. (1995). Статистически методи в географията на туризма. [Учебник за студентите от СУ "Св. Климент Охридски"]. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски
35. Горчева, Тая и Марияна Божинова. (2011). Управление на международните туристически дестинации. В. Търново, Фабер. с. 15
36. Дарданова и др. (1992). Анализ и оценка на развитието и устройството на територии за туризъм с международно, национално и регионално значение в България. София., НЦТРЖП (Национален център по териториално развитие и жилищна политика)
37. Динев, Любомир. (1974). Концепция за туристическото райониране на България. Годишник на СУ Св. Климент Охридски. ГГФ. Книга 2 - География. - Т. 66 [за 1972]. София, с. 301–321.
38. Доганов, Димитър. (2000). Маркетинг в туризма. - [3.] доп. и прераб. изд. София, Princeps.
39. Дограмаджиева, Елка. (2003а). Концепцията за устойчиво туристическо развитие като част от глобалната идея за устойчивост в съвременния свят. Годишник на СУ Св. Климент Охридски, кн. 2 - География, т. 93 [за 2000]. София, с. 365-386.
40. Дограмаджиева, Елка (2003b). Концепция за устойчиво туристическо развитие в общините Тетевен, Троян и Априлци. София, [Ел. Дограмаджиева].
41. Дограмаджиева, Елка. (2002). Концепцията за устойчиво развитие на туризма – същност, аспекти, принципи и цели. : Международна юбилейна научна конференция на Икономически университет Варна: Икономиката и развитието на обществото : Сборник доклади. Т. IV. Варна, УИ Икономически университет, с. 290-300.
42. Дограмаджиева, Елка. и Дочка Казачка. 2007. Развитие, състояние и проблеми на планинския туризъм в България. Проблеми на географията, кн.1-2. с. 120-132.
43. Драганов, Румен. (2017). Администрация на туристическите културни структури : Четиринадесета международна научна конференция Развитие на вис-

- шите училища в контекста на европейските изисквания за качество на образователните услуги, 16-17 юни 2017 г. София, изд. МВБУ, с.412-420.
44. Драганов, Румен. (2012) Хибриден културен туризъм в градска историческа среда : Международна научна конференция „Преподаване, учене и качество във висшето образование - Предизвикателства пред съвременната икономика“. София, изд. МВБУ, с. 548 – 561.
 45. Драганов, Румен. (2005). Нормативна и правна уредба, терминология в туризма и туристическото право. НТ, 1. Ботевград, Изд. на МВБУ. с. 221–268.
 46. Еврев, Петко. (1999). Териториално-устройствено планиране на отдиha и туризма. [Учебник за студентите от специалност Туризъм в СУ Св. Климент Охридски]. 2. осн. прераб. изд. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски
 47. Еврев, Петко и др. (2003) Концепция за териториално развитие на туризма в България. Предварителен анализ. С., НЦТР, МРРБ.
 48. Емилова, Ирена и Еленита Великова. (2016). Въведение в туризма. София, Нов български университет, с. 21.
 49. Йорданов, Йордан. (2013). Основи на алтернативния туризъм. София, Интел Ентранс.
 50. Йорданов, Йордан и Десислава Алексова. (2014). Възможности и проблеми в организацията на различни видове алтернативни пътувания. Инфраструктура и комуникации: факултет Икономика на инфраструктурата, УНСС, (9), 207-210.
 51. Йорданов, Йордан и Десислава Алексова. (2014). Приложният характер на теоретичните изследвания в сферата на алтернативния туризъм. сп. Управление и устойчиво развитие, София : Лесотехнически университет, (48), 5, с. 22-28
 52. Караилieва, Милена. (2012). Психология на туристическото поведение. София, Авангард прима.
 53. Кираджиев, Светлин. (2013). Енциклопедичен географски речник на България. София, Изток-Запад.
 54. Кирова-Динева Теодора. (2016). Межкултурен диалог в туризма. Благоевград, УИ Н. Рилски.
 55. Ковачев, Асен. (1998). Показатели за устойчиво развитие : Народно стопански архив. - LI, 1 : с. 11-18.
 56. Ковачев, Асен. (1998). Показатели за устойчиво развитие. : Народно стопански архив. - LI, 2 : с. 34-38
 57. Кръстев, Вилиян. (2016). Геополитика и геостратегия на туризма, Варна, Наука и икономика.
 58. Кръстева Невяна. (2007). Маркетинг и поведение на потребителите. София, Авангард Прима.
 59. Маринов, Васил. (1999). Предизвикателства пред устойчивото туристическо развитие в България. Год. на СУ, ГГФ, кн. 2, География, т. 92.
 60. Маринов, Васил. (2003). SWOT-анализът в регионалното и туристическо планиране: изисквания, проблеми и решения. : Първа научна конференция Теория и методология на географските изследвания. : Сборник доклади. Созопол.
 61. Маринов, Васил. (2004). Състояние и динамика на туристическото развитие в България по райони за планиране и области. Географията ... вчера, днес, утре : Юбил. сб. в чест на 60-год. на проф. д-р Стефан Карастоянов. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски, с. 218-231
 62. Маринов, Васил. (2002). Устойчиво развитие и планиране на развитието. Стратегия за устойчиво развитие на област Благоевград, Благоевград

63. Маринов, Васил и др. (2008). Аргументи в полза на необходимостта от туристическо райониране на България. Туристически пазар, 5, с. 18-19.
64. Маринов, Васил и Марин Бъчваров. (1987). За интегрален подход към проблемите на стопанския туризъм. – Икономическа мисъл, 2.
65. Маринов, Васил и Марин Бъчваров (1990). Антропогенни условия и ресурси на отдиha и туризма, [Учебник за студентите от СУ Климент Охридски]. София, Унив. изд. Климент Охридски.
66. Маринов, Васил и Мария Воденска (1995) Към проблема за класификацията на влиянията на туризма. Год. на СУ, ГГФ, кн. 2 – География, т. 87
67. Маринов, Васил., Елка Дограмаджиева и Мариана Асенова. (2010). Националният туризъм на България в интернационален контекст: сравнителен анализ : Научна конференция Алтернативи за развитие на съвременния туризъм. : Сб. доклади. Варна, Наука и икономика, ИУ.
68. Маринов, Васил и др.. (2015). Концепция за туристическо райониране на България: теоретични постановки, законови изисквания и практически следствия. Проблеми на географията, (1–2) : с. 31-43
69. Маринов, Васил и др. (2016). Новото туристическо райониране на България : Подходи и резултати. Годишник на СУ Св. Климент Охридски. ГГФ, кн. 2, География, т. 108. с. 17-36
70. Маринов Стоян. (2015). Мениджмънт на туристическата дестинация Варна, Наука и икономика.
71. Маринов, Стоян. (2011). Съвременни видове туризъм. Варна, Наука и икономика.
72. Маринов, Стоян. (2014). Управление на туристическа дестинация. Варна, Наука и икономика.
73. Маринов Стоян и др. (2013). Конкурентоспособност на туристическата дестинация. Варна. Наука и икономика.
74. Марков, Иван и Венцислав Статев. 2011. Анализа и оценката на туристическите ресурси – основен елемент на регионалния туристически продукт. : Научно-практическа конференция на Исторически факултет България, българите и Европа – мит, история, съвремие, том IV, В. Търново, УИ, с. 730-735.
75. Марков, Иван и Нено Димов. (2011). Райониране на туризма в България: същност, цели, пространствена структура и политики. Сборник статии Туризмът и предизвикателствата в условията на икономическа криза. София, НБУ. с. 89-100.
76. Милева Соня. (2015). Структурни изменения и темп на развитие на туризма под влияние на глобализацията, София, Авангард Прима
77. Михайлов, Михайл. (2016). Стратегическо управление на туризма.
78. Михайлов, Михал. (2013). Устойчиво развитие на туризма. София, НБУ
79. Нешков Марин. и др. (2014). Въведение в туризма. Варна, Наука и икономика.
80. Попова, Николина. (1993). Природни рекреационни ресурси : [Учебник за студентите от СУ Климент Охридски]. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски.
81. Попова, Николина. (2011). Пространствена характеристика и особености на ресурсния потенциал за развитие на културно-исторически туризъм в България. : НТ, 4, София, Изд. на МВБУ, с. 195-220
82. Попова, Николина. (2012). Териториално развитие на туризма. София, Авангард Прима.

83. Ракаджийска Светла и др.. (2005). Препозициониране на туристическа дестинация България. Варна, Наука и икономика ИУ.
84. Ракаджийска, Светла, Стоян Маринов и Тодор Дянков. (2010). Туристически пазари. Варна, Наука и икономика.
85. Рафаилова Генка. (2010). Маркетинг на туристическата дестинация в контекста на устойчивото развитие на туризма : същност и приложение за конкретна туристическа дестинация. Варна, ИК Стено.
86. Рибов, Манол. (2011). Конкурентни предимства в туризма. София, Тракия-М.
87. Рибов Манол. (2004). Организационни структури в туризма. София, Тракия-М.
88. Рибов Манол. (2003). Туризмът на новото хилядолетие. София, Авангард Прима.
89. Рибов, Манол. (2008). Туристически дестинации. София, Тракия-М.
90. Рибов Манол. (2013). Туристическо предлагане София, Авангард Прима.
91. Рибов Манол. (2012). Туристическо търсене и межкултурни различия. София, Авангард Прима.
92. Рибов Манол. (2003). Управление на конкурентоспособността в туризма София, Тракия-М.
93. Рибов, Манол и др.. (2005). Конкурентни стратегии в туризма, София, Тракия-М.
94. Рибов Манол и др..(2016). Съвременни тенденции в развитието на туризма, София, Тракия-М.
95. Рибов Манол и др.. (2008). Туризмът в ерата на развлекателната индустрия, София, Тракия-М.
96. Рибов Манол и др.. (2010). Туристическа политика, София, Тракия-М.
97. Сазонова, Лилия. (2014). Културни аспекти на устойчивото развитие. Щрихи от Женски пазар [Електронен ресурс] Текстови данни. София, Фонд. Фридрих Еберт. (CD-ROM)
98. Сазонова, Лилия и Драгомир Константинов. (2016). Животът в екоселище в български контекст. София, Фонд. Фридрих Еберт.
99. Алексиева, Соня и др.. (2017). Специализирани видове туризъм. София, НБУ.
100. Стамов, Стамен и Кремена Никовска. (2011). Специализирани видове туризъм. Ч. 1. Ст. Загора, Кота.
101. Станев, Пенчо. 1985. Оценка на досегашните опити за туристическо райониране в България : География на отдиха и туризма в България – проблеми на териториалната организация. София, Наука и изкуство
102. Станков, Георги и др. (1985). География на отдиха и туризма в България. Проблеми на териториалната организация. София, Наука и изкуство.
103. Станкова, Мария. (2010). Осигуряване на устойчив туризъм в туристическата дестинация. Благоевград, УИ „Н. Рилски“, с. 118
104. Станкова Мария. (2016). Ограничаване на природните и социални заплахи в туризма. Благоевград, Унив. изд. Неофит Рилски.
105. Тадаръков, Димитър. (2008). Моделиране на туристическите комплекси. София, Авангард Прима.
106. Темелкова, Стефания и Д. Алексова (2013) Туристически ресурси на трансграничния регион България – Румъния – възможности за общ регионален бранд : Пета годишна международна научна конференция "Екологизация - 2013" : Сборник с доклади. с. 8-17
107. Типология и райониране на териториите за туризъм и отдих. (1986) : Доклад

- на научен семинар, 24 септември 1985 г. София, СУ Климент Охридски.
108. Тишков, Харалампи. (1984). Методи за анализ и оценка на рекреационните ресурси, София. б. и.
 109. Тишков, Христо и Георги Калайджиев. (1999). Рекреационни туристически ресурси : [Учебник за студенти]. Благоевград, Унив. изд. Неофит Рилски.
 110. Тончев Цветан и Соня Милева. (2010). Планиране и развитие на туризма. [3]. прераб. изд. Ботевград Международ. висше бизнес у-ще.
 111. Тончев Цветан и Соня Милева. (2004). Социална психология и туристическо поведение. б. м. Тилиа.
 112. Трантеев, Петър. (1965). Пещери : Туристически обекти. София, Медицина и физкултура.
 113. Чакалов, Борис и Венцеслав Бондииков (2015). Методи за изследване на масовата комуникация : Към методологията на социалните изследвания. София, Унив. изд. Св. Климент Охридски

КНИГИ НА РУСКИ ЕЗИК

1. Веденин, Юрий. (1982). Динамика территориальных рекреационных систем. Москва, Наука
2. Мироненко, Николай ред.. (1986). Рекреационные системы : Монография. Москва, МГУ.
3. Пирожник, Иван. (1985). Основы географии туризма и экскурсионного обслуживания : Учебное пособие для студентов географических специальностей высших учебных заведений. Минск, Университетское.
4. Преображенский Владимир ред. (1975). Теоретические основы рекреационной географии. Москва: Наука.

КНИГИ И СТАТИИ НА АНГЛИЙСКИ ЕЗИК

1. Alexova, D. (2015). Responsible tourism for protection of the nature and the cultural heritage in Bulgaria. Conference: Come to Brancusi's Homeland : European Tourist Forum. Gorj. Editura Academica Brancusi.
2. Alexova, Desislava. (2015). Solidarity tourism, education and volunteering – socially responsible practices in Bulgaria. International Conference Proceedings : Innovation in Environmental Education : ICT and intergenerational learning, Firenze, IBIMET-CNR. p. 124-128
3. Bryman Alan and Emma Bell. (2003). Business Research Methods. Oxford, Oxford University Press.
4. Buhalis, Dimitrios. (2003) eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management. London, Pearson Education
5. Buhalis Dimitrios. (2017) Smart Tourism and the competitiveness of Tourism destinations : international forum on tourism maspalomas costa canaria. December 14-16. Las Palmas. Spain
6. Buhalis Dimitrios. (2014). Strategies for Smart Destinations : Forum Benidorm, 30-31 October. Spain <http://invattur.gva.es/foro-internacional-de-turismo-de-benidorm>
7. Buhalis, Dimitrios. (2008). Technology empowered revolution for tourism destinations, National Conference on Image : Products and destinations, Siena, 13th-14th May. Province of Siena. Italy

8. Buhalis, Dimitrios. (2013). Tourism Analysis Framework. Buhalis Smart 2018 ET CviennaHandout https://www.modul.ac.at/uploads/files/user_upload/Seminar_-_Buhalis.pdf
9. Buhalis, Dimitrios and Peter O'Connor. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism recreation research*, 30(3) : p. 7-16. [Google Scholar]
10. Buhalis Dimitrios and Rob Law. (2008) Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29 (4), p. 609-623 [Google Scholar]
11. Butler Richard. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution; implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24 (1) : pp. 5-12
12. Butler, Richard (1997). Modelling tourism development. *Tourism development and growth: the challenge of sustainability*, pp. 109-125.[Google Scholar]
13. Butler, Richard (2006). *The Tourism Area Life Cycle. Vol. 1: Applications and Modifications*. New York: Channel View Publications.
14. Butler, Richard (2006). *The Tourism Area Life Cycle. Vol. 2: Conceptual and Theoretical Issues*. New York: Channel View Publications.
15. Butler Richard and Peter Jones. (2001). Conclusions, problems, challenges and solutions. In : Andrew Lockwood, S. Medlik *Tourism and Hospitality in the 21st Century*. Oxford, Butterworth
16. Caalders, Janine. (2007). *Rural tourism development. A network perspective*. Delft, Eburon.
17. Cooper, Chris. (1997) *The Contribution of Life Cycle Analysis and Strategic Planning to Sustainable Tourism*. In : *Tourism, Development and Growth: The Challenge of Sustainability*. London, Routledge, pp. 78-94. [Google Scholar]
18. Fletche, John and all. (2013). *Tourism: Principles and practice*. 5th ed. Harlow, Pearson.
19. Getz, Donald. (1986). Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. *Tourism Managment*, 7 (1). pp. 21-32.
20. Gunn, Clare. (1988). *Tourism planning*. 2nd ed.. New York, Taylor and Francais.
21. Gunn, Clare. (1994). *Tourism Planning: Basics, concepts, cases*. New York, Taylor and Francis.
22. Edgell, David et al. (2013). *Tourism Policy and Planning: Yesterday, Today and Tomorrow*. 2nd ed.. London, Routledge.
23. Hall, Colin Michael and Stephen Page. (2003). *The geography of tourism and recreation: Environment, place and space*. Second edition. London, Routledge
24. Hall, Colin Michael. (2005). *Tourism : Rethinking the Social Science of Mobility*. Harlow: Prentice Hall.
25. Hall, Colin Michael and Alan Lew. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. 6th ed. London, Routledge.
26. Hunter, Colin. (1995). On the Need to Re- conceptualise Sustainable Tourism Development – *Journal of Sustainable Tourism*. 3 (3), pp. 155-165
27. Kotler, Philip et al. (2016). *Marketing for Hospitality and Tourism*, 7th edition, Harlow, United Kingdom, Pearson
28. Law, Rob, Dimitrios Buhalis and Cihan Cobanoglu. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26 (5). pp.727-750.

29. Law, Rob, Rosanna Leung and Dimitrios Buhalis. (2009). Information Technology Applications in Hospitality and Tourism: A Review of Publications from 2005 to 2007. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(5), pp.599-562.
30. Liu, Juanita Pauline Sheldon and TurgutVar. (1987). Residents Perception of the Environmental Impacts of Tourism Research. *Annals of Tourism Research*, 14 (1) : pp. 17-37 [Elsevier]
31. Marinov, Vasil et al. (2008). Tourism Regionalization of Bulgaria -between Policy Needs and Theoretical Challenges. : International Conference Global Changes: Vulnerability, Mitigation and Adaptation. International Scientific Conference dedicated to the International Earth Day and the Day of the Faculty of Geology and Geography, St. Kliment Ohridski University of Sofia. Sofia, Bulgaria - 17-18 April. : pp. 235-244.
32. Marinov, Vasil, Elka Dogramadjieva and L. Petrova (2000). Sustainable Urban Tourism. Framework Conditions, Agents and Factors Influencing Participatory Decision-Making (Unpublished paper).
33. Mill, Robert Christie and Alastair Morrison. (1992). *The Tourism System: An Introductory Text*. NY, Prentice Hall.
34. Namhyun, Kim. (2012). Tourism destination competitiveness, globalization, and strategic development from a development economics perspective. Dissertation. University of Illinois. Urbana, Illinois
35. Packalen, Sture. (2010) Culture and sustainability. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 17 (2). : pp. 118-121. InterScience, (www.interscience.wiley.com)
36. Pearce, Douglas. (1989). *Tourist development*. 2nd ed. Harlow : Longman Pub Group.
37. Popova, N. (2002) Residents Perceptions of Sustainable Tourism Development in the Settlements in the Vicinity of Vitosha Nature Park. CEI International Programme for Tourism and Entrepreneurship. : *Global Tourism and Entrepreneurship in the CEE Region*, Radenci, Slovenia. pp. 139-148
38. Pigram, John and Salah Wahab, (2005). Sustainable tourism in a changing world. *Tourism, development and growth : the challenge of sustainability*. NY, Routledge. pp. 27-41
39. Shaw, Gareth and Allan Williams. (1994). *Critical Issues in Tourism. A Geographical Perspective*. Oxford, Blackwell
40. Shoemaker Stowe and Margaret Shaw. (2007). *Marketing Essentials in Hospitality and Tourism: Foundations and Practices*. N.J., Prentice Hall.
41. Tapeçi, Mustafa. (1999). Increasing Brand Loyalty in the Hospitality Sector. *International Journal of Contemporary Management*, 11(5) : pp. 223-229.
42. Wahab, Salah and Chris Cooper. (2014). *Tourism in the age of globalization*. London, Routledge.
43. Weber, Alfred. (1971). *The Theory of the location of industries*. Chicago, Chicago University Press.
44. Williams, Allan and Colin Michael Hall. (2002). Tourism, migration, circulation and mobility: The contingences of time and place. *GeoJournal library*, 65: pp. 1-52
45. Zimmer, R. (1991). Sustainable Tourism a New Paradigm for Global Tourism, *World Travel and Tourism Review*.

ЕЛЕКТРОННИ РЕСУРСИ

1. Вережи, Габор. (2002). Първи национален форум Екотуризъм, планини и защитени територии – партньори за благоденствие. София, 02-04.10.2002 г. http://www.chambersz.org/ecrein/doc/6_Doklad_ecoturism.pdf
2. Заключителен доклад от Световната конференция за екотуризъм. Квебек., Канада, май 2002;
3. Глобален етичен кодекс на туризма, [cited 12.05.2018]. Available from: http://ethics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/bulgaria_0.pdf
4. Европейска комисия, [cited 18.06.2018]. Available from: www.ec.europa.eu/enterprise/policies
5. Икономически дейности, туризъм община Ботевград, [cited 15.05.2018]. Available from: <http://botevgrad.bg/obshtina/view/targoviya-i-turizam-84>
6. Официален сайт на проекта за Първия уики-град в България, [cited 07.10.2018]. Available from: <https://meta.wikimedia.org/wiki/WikiBotevgrad>
7. Национален статистически институт [cited 05.10.2018]. Available from: www.nsi.government.bg
8. Онлайн тълковен речник, , [cited 19.04.2018]. Available from: <http://rechnik.info>
9. Официален туристически портал на община Ботевград, [cited 09.07.2018]. Available from: www.visitbotevgrad.com
10. Официален сайт на Община Ботевград, [cited 15.05.2018]. Available from: www.botevgrad.bg
11. Официален сайт на ДПП „Врачански балкан”, [cited 17.06.2018]. Available from: <http://www.vr-balkan.net/bg/vr-balkan113/>
12. Портал Ботевград в Уикипедия, , [cited 07.10.2018]. Available from: <https://bg.wikipedia.org/wiki/wiki/>
13. Регистър на защитените територии в България, ИАОС, [cited 22.08.2018]. Available from: <http://eea.government.bg/zpo/bg/>
14. Резултати от Проект „Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград, [cited 07.10.2018]. Available from: <http://botevgrad.bg/news/view/priklyuchiprouzvaneto-na-turisticheskiya-potentsial-na-obshtina-botevgrad-539>
15. Световен съвет за туризъм и пътувания www.wttc.org
16. Световна организация на туризма, home page, [cited 12.05.2018]. Available from: www.world-tourism.org
17. Справки за наблюдение или снимане, [cited 11.10.2018]. Available from: www.wildlifeinbulgaria.com/wildlife-shooting
18. Стратегия за устойчиво развитие на туризма в община Ботевград 2019-2025 г., In: <http://botevgrad.bg/data/pages/files/1543929139.pdf?%D0%B0=46>
19. Туристическо райониране на Република България. ДАТ, май 2008 http://www.tourism.government.bg/files/politics/file_212_bg.pdf
20. Устойчиво развитие, [cited 19.03.2018]. Available from: <http://ikonomika.dokumentite.com/art/ustoichivo-razvitie-22/87772>
21. Харта за устойчив туризъм (1995), В: https://www.moew.government.bg/static/media/ups/tiny/file/Press/_2013/Obstestven_savet/Harta_21May2013_intro.pdf
22. Agenda 21. (1992). UNCED, In: <https://sustainabledevelopment.un.org/outcomedocuments/agenda21>

23. Basic orientations for sustainability of European tourism. (2003). Communication from the commission to the Council, the European Parliament, the European economic and social committee and the Committee of the regions.
<https://destinet.eu/resources/>
24. Development: Our Common Future (1987). <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>
25. The European Tourism Indicator System (ETIS), toolkit for Sustainable Destinations, February, (2013).
https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/sustainable/indicators_en

Нормативни, програмни и стратегически документи:

1. Закон за биологичното разнообразие (2002)
2. Закон за защитените територии (1998)
3. Закон за културното наследство (2009)
4. Закон за туризма (2016)
5. Закон за устройство на територията (2003)
6. Интегриран план за градско възстановяване и развитие на гр. Ботевград 2014-2020 г.
7. Концепция за туристическо райониране на България, МИЕ, (2014)
8. Наредба за единните стандарти и за организацията на дейността на туристическите информационни центрове (ТИЦ) и националната мрежа на туристическите информационни центрове (ДВ бр. 85, 2015 г.)
9. Наредба 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 (ДВ бр. 65, 2015 г.)
10. Наредба за организацията на единната система за туристическа информация (ДВ бр.23, 2007 г.)
11. Национална стратегия за регионално развитие на Република България за периода 2012-2022 г.
12. Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в република България 2014-2030 г.
13. Областна стратегия за развитие 2014-2020
14. Общинска стратегия за развитие на социалните услуги 2016 - 2020 г.
15. Общински план за развитие 2014-2020 г.
16. План за действие на община Ботевград за подкрепа на интеграционните политики за периода 2015-2020 г.
17. Програма за развитие на туризма в община Ботевград 2016-2020, приета с Решение на ОбС № 239/29.09.2016 г. и актуализирана с Решение на ОбС № 162 от 26.07.2018 г.
18. Регионален план за развитие на Югозападен район за периода 2014-2020 г.
19. Стратегически план за културния туризъм (2009)
20. Стратегия за управление на общинската собственост 2016-2019 г.

Десислава Иванова Алексова

Модел за устойчиво развитие
на формираща се туристическа дестинация
по примера на община Ботевград

Монография

Българска
Първо издание

Рецензенти:
проф. д-р Мария Воденска
проф. д-р Борис Колев
проф. д-р Николина Попова

Анелия Монева, редактор

Радостина Ценова, дизайн на корицата

Формат 70/100/16
Печатни коли 19,5
Печат БПС ООД

Издателство на МВБУ
София, 2019

ISBN 978-954-9432-92-3 (pdf)

По проект „Разработване и апробиране на модел
за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма
в България (на примера на национал-ните курорти)“, финансиран
от Фонд „Научни изследвания“, с договор № КП-06-Н25/3 от 13.12.2018 г.



По проект „Разработване и апробиране на модел за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма в България (на примера на националните курорти)“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“, с договор № КП-06-Н25/3 от 13.12.2018 г.

МОДЕЛ ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ФОРМИРАЩА СЕ ТУРИТИЧЕСКА ДЕСТИНАЦИЯ ПО ПРИМЕРА НА ОБЩИНА БОТЕВГРАД



Д-р Десислава Алексова е активен член на Българска туристическа камара, главен асистент в Международно висше бизнес училище – Ботевград, член на общественения съвет към Министерство на туризма. Притежава значителен професионален опит в туроператорски фирми, ДПП Витоша, Национален природонаучен музей – БАН, неправителствени организации в областта на екологията, образованието и туризма. В качеството си на експерт по туризъм е участвала в над 20 международни проекта, свързани с регионално развитие на туризма, проучване на туристическия потенциал и изготвяне на стратегически и програмни документи в различни общини в България. Има 15 годишен преподавателски опит в няколко висши учебни заведения. Автор е на над 50 научни публикации. Участва активно в научни форуми, семинари, конференции и симпозиуми, свързани с насърчаване на гражданското общество, развитието на туризма и опазване на околната среда. Занимава се активно с обществена дейност, инициатор и участник в редица доброволчески инициативи.

Целта на тази книга е да запознае всички потенциални читатели с основните принципи, методи и подходи при проучване на развиваща се туристическа дестинация и създаване на модел за устойчиво туристическо развитие на местно ниво. Изследването обхваща процесите на идентификация, обработка, анализ и систематизиране на информация, определяне на стратегически цели и приоритети и формиране на конкретни предложения за устойчиво местно туристическо развитие.

Книгата е финансирана по проект „Разработване и апробиране на модел за мониторинг и оценка на устойчивото развитие на туризма в България (на примера на националните курорти)“ и предназначена както за студенти, изучаващи туризъм в различните университети, стопански и географски факултети в страната, така и за преподаватели и експерти по туризъм, туристически организации, институции и предприемачи в областта на туризма. Заедно с това тя се явява полезно практическо ръководство за местните власти и организациите за управление на туристическите райони в страната.

