



**Проучване на туристическия потенциал,
словията и възможностите за развитие на
туризма в Община Ботевград**



ДОКЛАД

**ПОТЕНЦИАЛ, УСЛОВИЯ И
ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА РАЗВИТИЕ НА
ТУРИЗМА В ОБЩИНА БОТЕВГРАД**

2017 г

Възложител: Община Ботевград

Изпълнител: Яна тур ЕООД



Проучване на туристическия потенциал, словията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



СЪДЪРЖАНИЕ

1. Въведение
2. Методи на изследване
3. Туристическата Програма
4. Видове туризъм
5. Предпоставки и субекти
6. Конкурентност
7. Тенденции и прогнози
8. Разработване и планиране на туристически пакети
9. Туристопоток
10. Целеви пазари и профил на туристите
11. Човешки ресурси
12. SWOT анализ
13. Препоръки
 - 13.1. Развитие на туристическата инфраструктура
 - 13.2. Дейности с подкрепа на общината
 - 13.3. Дейности за подкрепа на развитието на човешките ресурси
 - 13.4. Комуникационна стратегия

Приложения:

1. Анкета съседни общини
2. Анализ анкетни проучвания сред местното население
3. Анализ на анкетните проучвания сред потенциални посетители/туристи
4. Комуникационна стратегия
5. Предложения от местната общност



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



1. Въведение

Туризмът е ключов сектор за българската икономика. През 2016 г. той формира 12.8% от БВП (6.6 млрд. US\$) и осигурява общо около 360 000 работни места.

У нас, както и в повечето европейски държави, туризмът се развива в среда на висока младежка безработица, застаряващо население, засилени миграционни процеси, климатични промени, замърсена околна среда и др., които оказват пряко и косвено въздействие върху състоянието на туристическите ресурси и развитието на туристическия бизнес.

Въпреки, че притежава определен потенциал, Община Ботевград няма опит и традиции в развитието на туризма.

Това първо по рода си проучване на възможностите и условията за туристическо развитие установява липса на надеждна туристическа информация, недостатъчно популяризиране на туристическите дадености на Община Ботевград, незадоволителна атрактивност и функционалност на наличните туристически обекти, липса на връзка между търсене и предлагане, недостъпно предоставяне на съвременни туристически услуги, липса на традиции в туристическия мениджмънт.

Ръководството на Общината изразява намерение да подобри съществуващите условия чрез насърчаване на дребния и среден бизнес в сектора на туристическите и съпътстващите услуги, максимално да оползотвори възможностите за сътрудничество със съседните общини и да подпомогне взаимовръзката между всички заинтересовани страни за цялостно подобряване на бизнес средата за осъществяване на икономическа дейност и създаване на интегриран, висококачествен регионален туристически продукт.

Общинското ръководство си поставя за цел да привлече инвеститори на територията на общината, включително и в туристическия сектор, и очаква от настоящото проучване да даде насоки за подобряване и разширяване на базовата инфраструктура, повишаване качеството на туристическото предлагане и утвърждаване на Ботевград като туристическа дестинация.

Съответстващи действия за привличане на посетители на територията на общината и генериране на ползи за местната общност ще бъдат предприети след отчитане на съществуващия туристически потенциал и в съответствие с постигнатите в проучването изводи.

Чрез развитието на туризма се очаква да се запази, съхрани и доразвие потенциала на съществуващите природни и културни забележителности, да се възстановят наличните, но недостъпни в момента обекти, да се създадат условия за краткотрайни пътувания, отдих и възстановяване на столичани и гости на столицата предвид географската близост на София, да се осигури допълнителна заетост за местното население.

Не на последно място, развитието на туризма ще подпомогне създаване на положителен имидж за Община Ботевград.

Като отчита, че развитието на всяка дейност изисква здрава основа, наличие на цялостна визия, ясно дефинирани цели и приоритети и адекватен план за действие за реализиране на поставените цели, Община Ботевград възложи на екип от външни експерти да направи настоящото проучване.

Обследването е основано на научно-изследователски подход, и има за цел да



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



идентифицира наличните ресурси, състоянието на материалната база, възможностите и ограниченията за развитие на туризма, да установи връзка с потенциалните туристи и да проучи тяхната мотивация, както и нагласата на местната общност.

2. Методи на изследване

Настоящият доклад е изготвен въз основа на изследване, включващо изготвяне на Ситуационен анализ на състоянието на туризма в Община Ботевград и проучване на възможностите и перспективите за развитие на туризма в общината.

Целта е да се набави информация за настроенятия, проблемите, перспективите и готовността на местния бизнес да се включи в развитието на града и района чрез обогатяване 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, генериране на идеи и последващата им реализация.

Ситуационният анализ идентифицира и анализира наличните туристически ресурси и материалната база, съществуващите услуги и продукти, както и стимулите за развитие на туризма: състояние на туристическата инфраструктура, политика за подпомагане на местните предприемачи, активности за развитие на туризма в града и района. Представена е настоящата ситуация, както и причините, довели до нея, като политики, развитие, местна самоинициатива.

С особено внимание е анализиран потенциала на наличните туристически ресурси, тяхната обживяемост и създадената инфраструктура. Важно място е отделено на анализа на това как реагира местното население и местния бизнес на проекти, които са спомогнали за развитието на града и конкретно развитието на туризма в общината.

Проучването на възможностите и перспективите за развитие на туризма обхваща следните основни елементи:

1. Проучване на състоянието и перспективите за местния туристически бизнес;
2. Проучване на готовността на местното население за приемане и подпомагане на развитието на туризма в града и района;
3. Проучване на качеството на предлаганите туристически продукти и услуги, и тяхната конкурентоспособност;
4. Анализ на капацитета и структурата на местата за настаняване, обектите за изхранване и туристическите атракции;
5. Проучване на възможностите за въвличане на местното население в инициативи;
6. Проучване на ограниченията в сферата на местното туристическо предлагане;
7. Проучване на потенциалните пазари;
8. Идентифициране на целевите групи;
9. Възможности за диверсификация на предлагания туристически продукт;
10. Възможности за развитие на местния бизнес;
11. Възможности за създаване на комплексен туристически продукт и различни видове съпътстващи услуги;
12. Възможности за развитие на събитиен туризъм;
13. Възможности за развитие на туристическото предлагане.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



За целите на обследването бяха създадени четири работни групи, които участваха в набирането на информация и в създаването на местни инициативи за стимулиране на предприемачеството в туризма.

Работните групи бяха съставени от външни експерти, служители на общинска администрация, местни лидери на мнение и представители на институции и организации в следните направления:

- Културен туризъм (материално културно наследство);
- Фестивален и селски туризъм (нематериално културно наследство и събития);
- Приключенски и екотуризъм (природни ресурси и защитени територии);
- Спортен и ученически туризъм (спорт и образование)

Важна роля в проучването имаше иницирането на работни срещи-дискусии с идентифицирани лидери на мнение и заинтересовани лица, които спомогнаха за създаването на ефективен диалог между местната власт, образователни и културни институции и местния бизнес, като допринесоха съществено за взаимно разбиране и за генериране на идеи.

Бяха проведени две работни срещи с представители на съседните на Ботевград общини, ангажирани в развитието на туризма. В резултат на проведените срещи бяха представени най-атрактивните туристически ресурси и ключови събития във всяка една от общините, както и конкретни предложения за бъдещо сътрудничество и общо туристическо предлагане.

Приложение 1 Анкета съседни общини

Работата чрез фокус-групи с представители на местния бизнес, местната власт, лидери на мнение, културни и просветни дейци позволи да бъдат идентифицирани основните проблеми, да се идентифицират основни комуникационни цели и основни целеви групи, към които да бъде насочена комуникационната кампания на общината, и да се генерират предложения за дейности и събития, свързани с туризма. Въз основа на анализите и предложенията за развитие на туризма бяха идентифицирани основните комуникационни цели и основните таргет групи, към които да бъде насочена комуникационната кампания на общината.

Приложение 4: Комуникационна стратегия

С цел дълбочинно проучване на нагласите на местното население към развитието на туризма и начина на възприемане на туристическите ресурси и дадености на района бяха проведени анкетни проучвания

Приложение 2: Анализ на анкетните проучвания сред местното население

Проведено беше и анкетно проучване, насочено към посетителите на община Ботевград

Приложение 3: Анализ на анкетните проучвания сред туристите

3. Туристическата Програма

Общинският съвет на Община Ботевград е изпълнил своевременно своите задължения като е приел 5-годишна Програма за развитие на туризма в община Ботевград за периода 2016-2020 г. в съответствие с приоритетите на Областната туристическа стратегия и съобразно местните туристически ресурси, доколкото са оценени като такива. В сравнително достоверна степен Програмата изяснява туристическия потенциал и конкретизира основните стратегически цели за развитие на туризма в общината. В нея е



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



потвърдена Визията за развитието на общината, заложена в Общинския план за развитие 2014-2020 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“.*

Реализирането на заключителният акорд в така формулираната Визия в края на оставащите три години, изисква концентрирането на допълнителни ресурси – материални, човешки и финансови, за да се постигнат следните Стратегически цели:

1. Подобряване на туристическата инфраструктура и качеството на предлаганите туристически услуги на територията на общината;
2. Изграждане на нови туристически обекти и реконструкция на съществуващи обекти;
3. Развитие на алтернативен туризъм: селски, културно-исторически, фестивален, ловен и еко-туризъм;
4. Подобряване на възможностите за развлечения и осигуряване на повече места за отдих;
5. Стимулиране на инвестиции в сферата на туризма;
6. Повишаване на туристическия интерес и привличане на посетители в Община Ботевград;

До настоящия момент обаче – края на 2017 г. – Програмата не допринася съществено за желаното интегрирано туристическо развитие на района, привличане на инвеститори в сектора, подобряване и разширяване на базовата инфраструктура, повишаване качеството на туристическото предлагане и за утвърждаване на Ботевград като предпочитана дестинация за отдих и туризъм. Предлагането не е разнообразно в желаната степен с реализация на съществуващите възможности за религиозен, фестивален и събитийен туризъм, тренировъчни школи, уикенд почивки, зелени училища, детски лагери, селски и културен туризъм.

Затова и в изготвения Ситуационен анализ през 2017 г. бе направена препоръка да се изготви нова, актуализирана Програма, която да е по-реалистична и съобразена с вижданията на местната общност за възможности за бъдещо развитие на общинския туристически продукт.

4. Видове туризъм

Ботевградска община има потенциал да развива някои от алтернативните видове туризъм, които обаче да се предлагат най-често като комплексни пакети, с преобладаващи елементи от една или друга форма на селски, културно-исторически, религиозен, екотуризъм, планински, пешеходен, приключенски и екстремен: конен, велосипеден, спелеотуризм, скално катерене и др.

Алтернативният туризъм е съвременен отговор на потребителското търсене, изискващо индивидуална организация на пътуването, алтернативни форми на обслужване, потапяне в автентична среда, непосредствен контакт с местното население, традиции, култура, обичаи, специфична храна и напитки.

Алтернативните видове туризъм обединяват туристически пакети или отделни туристически услуги, които се определят като алтернатива на масовия туристически продукт по начин на предлагане, протичане и ангажирания човешкия ресурс.

Формите на алтернативното туристическо пътуване са две: **организирана и неорганизирана**. Туристическата статистика не само в България, а и в много други



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



държави в Европа и света трудно улавя и затова неточно отразява общия брой през годината на индивидуално пътуващите любители на специализираните и хоби туристически услуги.

Туристите предприемащи алтернативни пътешествия обикновено пътуват индивидуално или са организирани в малки групи. Те са любознателни, значително платежоспособни, с по-висока обща култура и очакват да научат повече за посещавания район, страна и нейните жители по време на своята ваканция или да задоволят свои хоби интереси. Предпочитани дестинации са планинските и селски райони, по-малко познати и некомерсиални обекти и туристически зони, характеризиращи се със собствен облик, автентична култура и съхранена природа. Туристическите програми обикновено включват разнообразни дейности, които не увреждат околната среда и не накърняват морала на местните жители. Основни доставчици на услуги са собственици на семейни хотели, къщи за гости, хижи, манастири, планински водачи, занаятчии, аниматори, коняри и др.

Алтернативните туристически продукти обичайно са свързани с настаняване в непретенциозни хотелски обекти, като стаи и къщи за гости, но с всички съвременни удобства - самостоятелни санитарни възли, кът за хранене с обичайни местни ястия и напитки, така че посетителят да се потопи в живота и бита на местното население.

Някои от най-типичните проблемни условия и фактори, свързани с организацията на алтернативни туристически пътувания могат да се свържат с обстоятелства като това, че:

- По-малкият брой на участниците в едно алтернативно пътуване и спецификата на техните интереси налагат по-диференциран подход към туристическото им обслужване.
- Повечето от туристическите обекти и забележителности, представляващи интерес за посещения на любители на алтернативните пътувания, са от различни сфери на обществения живот. Това принципно налага координация на действията на публичните и частни структури, както и на туристическите предприятия, участващи в самия процес на обслужване.

Така например, при маршрутно-познавателните пътувания се посещават обекти от различни сфери като музеи, изложбени зали и галерии, театри и концертни зали, културни паметници и исторически места, природни забележителности и спортно-технически съоръжения, заведения за развлечения и хоби забавления и много други. Повечето от тези атрактивни места са съобразени с интереса и на местните жители и имат специфичен режим на функциониране.

5. Предпоставки и субекти

Към 2017 г. в България няма отворени европейски програми, които да са тематично насочени към подпомагане на регионалното туристическо развитие. Единствената потенциална възможност за кандидатстване в следващата година е чрез МИГ – Ботевград, тъй като през пролетта се очаква отваряне на финансирането за проекти по Програмата за развитие на селските райони.

Експертният екип препоръчва на Общинското ръководство да използва тази възможност за реализация на малки демонстрационни проекти за подпомагане на туризма извън общинския център, например:

- обучения за желаещи да се ангажират с предлагане на алтернативни форми на туризъм,



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



- обучения за придобиване на познания за пакетирането на продукти, за реклама и продажбата на тези продукти,
- алтернативен туризъм, принципи на устойчивото развитие; ползване на природните ресурси; ползите от съществуване на защитени територии, нормативни изисквания, пазари,
- управлението на малък семеен бизнес, качество на обслужването,
- интерпретация на наследството, ценообразуване и др.

За реализацията на демонстрационните проекти да се подберат такива места, които да бъдат представителни за съответните условия, съществуващи в общината, а така също и да се демонстрира работещ продукт, който да може да се види на живо – това е един ефективен начин за мотивация на местните хора.

Добре би било да се насърчи и организирането на младежки летни доброволчески бригади сред студентите в Ботевград - ще може да се свърши конкретна работа на терен – например прочистване и маркиране на туристически маршрути: пешеходни, велосипедни и конни. Тяхното обозначаване с указателни табели, маркиране и изграждане на места за отдих ще покаже практически на хората какъв неоползотворен потенциал се крие в доброволчеството.

За развитието на туризма на регионално ниво туристическите атракции са от особена важност. Община Ботевград разполага с обекти от национално и световно значение, и експертният екип препоръчва приоритизиране на общинските дейности по тяхното съхранение, опазване и популяризиране като част от националното културно наследство.

6. Конкурентност

Към настоящия момент Община Ботевград не се позиционира като конкурентна туристическа дестинация, което се дължи на следните фактори:

- Липсват уникални и/или достатъчно атрактивни обекти в национален мащаб, които да привличат туристи;
- Неконкурентоспособност в сферата на алтернативния туризъм в сравнение с близки по територия конкуренти, които вече имат опит и развиват нови нишови продукти;
- Потенциално разочарование на посетителите (несъответствие между качество и предлагана услуга, състояние на инфраструктурата и др.);
- Липса на активност за по-отчетливо присъствие на туристическия пазар;
- Несъответстващо предлагане на търсенето – обем и еднородност;
- Недостатъчен брой места за настаняване;
- Липса на по-мащабни инвестиции за подобряване на туристическата инфраструктура;

Относно повишаването на конкурентоспособността на Ботевград като дестинация предлагаме да се насочат усилия към:

1. Развитие на нови продукти в областта на алтернативния туризъм: културен, екологичен, селски, приключенски, за да се изгражда туристически имидж на общината;



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



2. Туристически продукти, които не са обвързани със сезонност и изграждане на имидж на целогодишна туристическа дестинация;
3. Чрез модерна, значима и брандирана информация за туристическите продукти на района достигане до максимален брой директни потребители от целевите пазари и туроператори, туристически агенти, онлайн туристически посредници;
4. Увеличаване на частните и общински инвестиции в създаване и представяне на нови туристически продукти и услуги;
5. Наличие на неправителствени организации в общината, които да се занимават с туризъм, опазване на околната среда и популяризиране на региона;
6. Промотиране на региона чрез участие в туристически борси: на първо време в София “Ваканция и СПА”, Велико Търново – “Културен туризъм”, Русе – “Уикенд туризъм”;
7. Въвеждане и постигане на по-високи стандарти за качество на туристическите продукти и услуги;
8. Разработване на туристически продукти за алтернативен туризъм, които се различават от конкурентните дестинации и разработване на такива, които се допълват с тях.

7. Тенденции и прогнози

Туризмът е сред най-бързо развиващите се отрасли на икономиката, както в световен, така и в национален мащаб. Приоритетната му роля в социално-икономическия живот на страната и отделните райони изисква гъвкава туристическа политика и адаптиране към променящата се във времето среда. В резултат на презастрояването и пренасищането на пазара се наблюдава известен спад на цените, което налага на България образа на евтина туристическа дестинация. Възниква необходимостта да се наблегне не само на продуктите "море" и "ски", а също така на специализирани видове туризъм във вътрешността на страната, които да допринесат за оползотворяване на националните природни и културно-исторически богатства, привличане на по-платежоспособни туристи и развитие на целогодишен туризъм. Това може да бъде постигнато чрез възприемане на философия, свързана с етиката в туризма, грижата за околната среда и благополучието на местните общности.

Въпреки, че туризмът е една от водещите световни индустрии и продължава да бъде в процес на подем и развитие, неговият принос към икономическото благоденствие на посетените дестинации е недостатъчен и, вследствие на неравни търговски сделки, често е неизгоден за местните общности.

Една от целите при развитието на туризма в Община Ботевград трябва да бъде свързана именно с ползите за местните общности. Необходимо е да се идентифицират участниците в туристическото предлагане и да се активизира оказването на институционална подкрепа от страна на общинската администрация.

Състоянието на туристическата инфраструктура и недостатъчният ресурсен потенциал в общината не предразполагат развитието на масов туризъм, но предоставят възможности за развитие на отговорен туризъм в съответствие със световните тенденции, изцяло в контекста на устойчивото развитие.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



В резултат на направените теренни проучвания, наблюдения, дълбочинни интервюта и анализи констатирахме следните обстоятелства, които възпрепятстват основополагащи дейности, свързани с развитието на туризма в общината и предлагането на качествен туристически продукт в съответствие с водещите световни тенденции:

- инфраструктурни проблеми, трудно проходими туристически маршрути, липса на указателни табели;
- незадоволително функциониращи туристически обекти;
- необходимост от актуализиране на публичните прояви в общината и определяне на няколко основни фестивали и събития, които да привличат туристи;
- необходимост от планиране, провеждане на ясна общинска политика в туризма и оптимизиране на административния капацитет в общината.

Предприемането на мерки за подобряване на достъпността и функционирането на туристическите обекти, както и повишаване на тяхната атрактивност ще благоприятства развитието на алтернативни видове туризъм.

Развитието на *културен и религиозен туризъм* е свързано с подобряване функционирането на туристическите обекти на територията на общината, в това число възможност за посещение на църквите в селата, килийното училище в с. Боженица, манастирът в Скравена и най-вече Часовниковата кула – символ на града; разрешаване на казуса със стопанисването и управлението на хижа „Рудината“; подобряване функционирането (седем дни в седмицата) на Паметник-костницата на ботевите четници, х. Лескова, хотел “Боженишки Урвич”, Врачешки манастир и др.

Развитието на *фестивален туризъм* е свързано с актуализиране на културния календар на общината и съдържанието на традиционно честваните фестивали, както и включването на 3 или 4 нови събития, разпределени равномерно по сезони, които да бъдат атрактивни за туристите и да привличат външни посетители, а не само местни.

За развитието на устойчив *екотуристически продукт* е необходимо не само наличието на съхранена природа и интересни растителни и животински видове, но също така и туристическа интерпретация и осигуряване на условия за посрещане на туристите, така че Община Ботевград да бъде конкурентна на утвърдени близки туристически дестинации, каквито са Врачански Балкан и Искърското дефиле.

Маршрутно-познавателният, приключенски и екстремн туризъм могат да се развият единствено, ако станат достъпни съществуващите туристически маршрути и бъдат предприети мерки за прочистване от диворастващи млади и изсъхнали дървета и храсти, поставяне на указателни табели и обозначаване с лентова туристическа маркировка. До платото на Ржана планина почти няма достъп, което възпрепятства провеждането на приключенски събития или изграждане на екотуристически атракции като площадки за подхранване и укрития за наблюдение на птици, въпреки че от биологична и ландшафтна гледна точка условията са подходящи. Същото се отнася и за събития, свързани с *конен туризъм, офроуд* и др. Необходимо е във всяко селище в общината да бъдат поставени указателни табели за туристическите обекти и информационна табела – карта на туристическите обекти в общината.

Туризмът е индустрия на гостоприемството и качеството на предлагането е свързано до голяма степен с човешкия фактор: квалификация на персонала, ангажиран в обслужването, грижа за клиента и др. Укрепването на административния капацитет в общината, възприемане на маркетингов подход, разработването на работеща стратегия и план за действие ще допринесат за поставяне и изпълнение на ясни и реалистични цели.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



При изпълнение на тези препоръки Община Ботевград може да предложи конкурентно на съседните ѝ общини туристическо предлагане и да се превърне в атрактивна дестинация за алтернативен туризъм. Частичното справяне с някои от ограниченията и спорадични действия от страна на общинската администрация, трудно биха довели до положителни резултати в дългосрочен план.

8. Разработване, планиране и промотиране на туристически пакети

Тласък в предлагането на туристически продукти в Ботевградска община би могло да дойде от тяхното по-целово пакетизиране в няколко насоки:

1. “Спорт в Ботевград” :

Туристически пакети, базирани на възможностите за ползване на наличната спортна база: зали за баскетбол, 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 цената на услугата, която трябва да бъде съобразена с конкурентното предлагане в съседни общини и в София.

2. “Приключения в Ботевградската котловина” :

Туристически пакети за приключенски преживявания: 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, делтапланиризм, велотуризм, офроуд възможности, пещерен туризъм и др.

3. “С колело и раница около Ботевград”

Туристическите пакети за пешеходене и колоездене, които биха могли да се предложат в общината се нуждаят от предварителна работа за обособяването и маркирането на маршрути, места за отдих, за панорамни гледки и наблюдения на диви цветя, пеперуди, птици, жаби, диви животни.

4. “Ботевградските фестивали и история”

Туристически пакети, базирани на фестивални прояви и събития в общинския център, които да привличат посетители от столицата и съседните областни центрове. Те могат да се съчетават с посещения на Часовниковата кула, Историческия музей, демонстрационни занаятчийски ателиета, паметници на културата - манастири, църкви, останки от крепости и др. Този профил би трябвало да се обогати с темата за Ботевите четници, Костницата в Скравена, Мемориала в Арабаконашкия проход...

5. “На гости в Ботевградско село”

Туристически пакети, базирани на съхранените занаяти, специфична кухня и напитки, възможност за закупуване на плодове и зеленчуци от селския двор, традиционни събития по селата в общината /оброци/, духови оркестри, селски църкви и манастирите, разходки с коне, магарета, каручки... За успешно създаване и промоция на тези туристически пакети е изключително важно да се промени отношението към създаването на условия и предлагането на настаняване и изхранване в селски къщи.

6. “Риболов край Ботевград”

Туристически пакети за любителите на риболова и консумация на място – тези възможности биха привлекли много повече посетители, ако се съчетаят с благоустрояване на водоеми, предлагащи не само улов на риба, но и спортно-развлекателни игри на открито за деца и възрастни.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



7. “Екотуризъм в Ботевградско”

Туристически пакети в някои от защитените територии, трите зони от Натура 2000, горски и влажни зони с разнообразие от растителни и животински видове, които да бъдат насочени към *Bird watching*, ботанически турове, наблюдение на пеперуди и интересни видове безгръбначни. Специализирани турове по време на уникална в световен мащаб миграция на планинската жаба (*Rana temporaria*), доброволчески дейности и атракции в Деня на Жабешкото блато. Създаване на специализирани туристически обекти като природозащитен център, площадки за подхранване и укрития за наблюдение на птици.

9. Туристопоток

Досега в общината не е водена статистика за броя на нощувалите българи и чужденци през 2016 г., и няма данни за средногодишната заетост на базите за настаняване. Според националната статистика, 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) 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 статистически данни от общината може да се допусне, че пренощувалите в Община Ботевград лица следват националната тенденция: преобладаващите нощувки са реализирани от жители на столицата.

Туристите, които са привлечени в общината до момента можем да групираме по следния начин:

1. **Бизнес пътувания:** благодарение на високата степен на икономическа активност в общината целогодишно се ползват хотелите в Ботевград.
2. **Пътувания за почивка** в селска среда най-вече през уикендите на топлото полугодие, националните празнични дни и краткотраен летен отдых в ограничени на брой места за настаняване. Тези туристически посетители ползват миксирани туристически продукти, базирани на потапяне в местния бит и традиции, ползване на екологично чиста храна, специфична кухня и местни специалитети, опознаване на социализираните обекти на историческото наследство в общината, разходки из полупланинската територия, яздене на коне, каране на велосипеди и др.
3. **Ученически посещения** на исторически обекти и монументи в общината, които обаче рядко са с преспиване в хотелите на Ботевград
4. **Посещения в манастирите** - това са част от по-мощабни пътувания на индивидуални туристи и групи, обикновено едnodневни, без нощувка.
5. **Посещения на Ботевград за участия в спортни събития** – състезатели и зрители, малка част от които остават за нощуване в хотелите на Ботевград.

10. Целеви пазари и профил на туристите

Предлагането на туристически продукти за територията на Ботевградска община през последните няколко години се извършва единствено от индивидуалните им доставчици – няколкото хотелски бази, най-вече чрез разпространение на информация в Интернет. Общото представяне на туристическите възможности на общината е хаотично и ограничено по обем и във времето.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



За да бъде постигнато по-значително нарастване на пътуванията в общината е необходимо целево да се насочи ресурс за подобряване на туристическото предлагане към отделни потенциални пазари.

Най-същественният пазар за туристическите продукти на Община Ботевград е в гр. **София**, чиито жители в значителната си част имат висока покупателна способност и подчертан интерес към пътувания извън столицата в уикендите и националните празници.

Втората пазарна група, която трябва да бъде цел на активен маркетинг за ботевградските туристически продукти е в съседните областни центрове: **Враца, Монтана и Плевен**. Тяхното общо предимство е, че те имат ясно осъзната от потребителите "близост" до района на Ботевград, а за активната част от населението в първите две области преминаването през общината е обичайно, често случващо се събитие, което е отлична предпоставка за привличане на интерес към опознаване на наличните туристически атракции.

Трета пазарна група, към която може да се насочат маркетинговите инструменти за привличане на посетители в общината е **учащата се младеж от цялата страна**. В синхрон с обществения дебат в последно време за активизиране на патриотичното възпитание сред младежта би било удачно да се съсредоточат ресурси за тяхното привличане в района.

Макар и в по-далечна перспектива, при условие че се развие и обогати туристическото предлагане в общината и се развие транспортната инфраструктура, не трябва да се пренебрегва и пазара на потенциални посетители от преминаващи през района **румънски туристи**.

Профил на съвременния български турист

Профилът на българския турист според последните национални изследвания се характеризира със следните характеристики:

- 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;
- емоционални свързани с България туристи (българи, живеещи в чужбина), ценящи посещението на културно-исторически забележителности, съчетано с автентична атмосфера;
- 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;
- 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).



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



- 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, което ги превръща в много гъвкави по отношение на потребителските критерии и непостоянни при вземането на решения.
- търсачи на „хитов” продукт, наложил се вече в масовото съзнание (пример: Каварна от близкото минало с музикалния фест през ежегодния първи Юлския изгрев).
- ясно изразена тенденция сред българския потребител за разделяне на годишния отпуск на части: почивките са по-кратки, но повече на брой.
- изкушава се от различни ежедневни дестинации, продукти и приключенски пътувания с къси маршрути.
- запазва предпочитанията си към традиционните и сравнително близките дестинации.
- търси повече престой сред природата, приключение, екзотика, риск и спорт, наред с класическите продукти – отдих, култура и кулинария.
- притежава по-развито съзнание за щадящо и устойчиво ползване на природната среда.
- желае да установи нови контакти с местното население, иска да бъде добре посрещан и приеман, да съкрати дистанцията и да общува с хора от различни райони.
- използва повече на брой и по-разнообразни информационни източници, но преди всичко Интернет, за да планира и вземе решение за туристически пътувания.

11. Човешки ресурси

Един от ключовите фактори за успешното развитие на туризма в съвременните условия е изграждането на човешкия капацитет и развитието на компетентността в областта на туризма. Налага се създаването на позиции и обучението на хора, които да бъдат ангажирани основно с развитието на туристическия потенциал на общината, нейното популяризиране и присъствие в онлайн и офлайн пространството.

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 развитие на туризма, би трябвало да се насърчат хората, които имат вече някакъв заявен интерес към създаване и развитие на туристически продукти. Логично е, че на един по-късен етап те ще привлекат и други желаещи да развият нещо подобно (принципът “мотивация чрез пример”).

Това, от което днес ще се нуждаят, е обединението им за общата кауза – туризъм в Ботевградско - специализирано обучение и достъп до финансови ресурси. Съществуващите НПО, които работят за туризма в общината би трябвало да създадат неформална партньорска мрежа и координират своите действия за постигане на общоприетите стратегически цели за общинското развитие. Би било добре те да бъдат



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



подпомогнати с обучение 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 от други райони на България .

Процесът на повишаване на компетентностите на човешките ресурси включва пет основни етапа: проектиране, планиране, събиране, анализ на необходимата информация, 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.
- Актуално ниво – настоящето ниво на знания и умения на служителите.

За да се подпомогне предлагането на устойчив туризъм е необходимо и обучение на общински служители по отношение на туристическата нормативна база, специализирани услуги за гражданите, подготовка на проекти за получаване на външно финансиране за целите на туризма, назначаване специалист в Туристическия информационен център, който заедно с експерта по туризъм да се занимават с въпросите на туристическото развитие.

Положителният ефект от повишаването на компетентностите посредством имплементацията на управлението на проекти за развитие на туризма осигурява обща рамка на желаните 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 ефективността на изпълнението.

12. SWOT АНАЛИЗ

Силни страни	Слаби страни
<ul style="list-style-type: none">• Благоприятно географско положение на туристическата дестинация – близост до столицата София и преминаващ през общината трансграничен коридор Е79;• Равнинно-котловинен и планински пейзаж, привлекателен за туризъм;• Наличие на горски масиви с богата флора и фауна;• Разнообразно културно-историческо наследство;• Налична спортна база и добре развити професионални спортове: баскетбол, футбол, художествена гимнастика и таекуондо.• Благоприятни форми на релефа, в т.ч. катерачни скали и пещери	<ul style="list-style-type: none">• Липса на уникални туристически обекти в общината;• Ниска концентрация на туристически атракции в общината;• Недостатъчна социализация на обектите на историческото наследство;• Липса на туристическа инфраструктура за развитие на екологичен, селски и културен туризъм;• Развита индустрия и висока трудова заетост на местното население;• Амортизирани туристически бази и обекти в района;• Консерватизъм и незаинтересованост в местната общност от предлагане на обекти за селски туризъм;



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



<ul style="list-style-type: none">• Воля за развитие на сектора от страна на общинското ръководство.	<ul style="list-style-type: none">• Недостатъчен маркетинг и реклама за популяризиране на Ботевград като туристическа дестинация.• Недостатъчна леглова база на територията на общината;• Липса на достатъчно допълнителни туристически услуги и комплексно туристическо предлагане;• Липса на туристическа статистика.
Възможности:	Заплахи:
<ul style="list-style-type: none">• Добре развита спортна база с възможности за привличане на посетители по време на състезания и за нейното използване извън спортните събития;• Възможности за организирането на повече национални и международни състезания, прояви и събития;• Потенциал за развитие на пешеходен, културен, исторически, приключенски, селски, фестивален, конен, еко и вело-туризъм;• Стимулиране на публично-частни партньорства с местната власт, бизнеса и неправителствени организации за развитие на нови туристически продукти;• Близостта до популярни туристически дестинации;• Възможности за побратимяване на Ботевград с градове от България и чужбина и гостуване на туристи на разменни начала;• Развитие на общ регионален туристически продукт.	<ul style="list-style-type: none">• Замърсяване на атмосферния въздух през студеното полугодие;• Липса на достатъчно подготвени кадри за по-качествено обслужване на туристическия сектор;• Недостатъчен инвеститорски интерес в сферата на туризма;• Развит туризъм и популярност на съседните общини;• Недостатъчен ресурс за усвояване на природните и културно-исторически дадености в общината;• Липса на диалог и сътрудничество между заинтересованите от развитието на туризма страни;• Липса на възможности за външно финансиране;• Ниска конкурентоспособност.

13. ПРЕПОРЪКИ

От извършения SWOT-анализ и Ситуационния анализ могат да се направят следните конкретни препоръки за развитие на туризма в Община Ботевград, които бихме могли да групираме в 4 главни направления:

- I. Развитие на туристическата инфраструктура
- II. Действия с подкрепа на администрацията
- III. Дейности за подкрепа на развитието на човешките ресурси
- IV. Комуникационна стратегия

I. Развитие на туристическата инфраструктура

1. Подобряване достъпността и атрактивността на идентифицираните в ситуационния анализ маршрути за пешеходен и конен туризъм;



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



2. Създаване/обновяване на маркирани туристически пътеки в периферията на общината през околните върхове, на които е имало крепостни съоръжения;
3. Създаване на кръгов веломаршрут по съществуващи периферни междуселски пътища с възможности за отклоняване към околните по-стръмни склонове за по-екстремни преживявания;
4. Маркиране на маршрути за конен туризъм в общината;
5. Инициране на интерес към създаване на обекти за «спортен риболов» в съчетание с база за краткотраен отдих в общината, подходящи за уикенд пътувания;
5. Създаване на въжен парк, стена за катерене в съчетание със зона за скално катерене в района на с. Боженица, където има традиции за екстремен и приключенски туризъм.
6. Маркиране на пешеходен маршрут към връх Мургаш.
7. Утвърждаване на Фестивал на бъчвата и обособяване на демонстрационно Ателие за производство на бъчви в с. Врачеш.
8. Изграждане на модерен къмпинг за кемпери, каравани, палатки в местността «Мали лаг», както и възстановяване на водното съоръжение като обект за риболов и водни спортове.
9. Благоустрояване на места за краткотраен отдих (беседки, маси с пейки, барбекюта) в близост до Врачешкия манастир, а също така и край с. Трудовец, Ботевград, с. Новачене, с. Скравена.
10. Проучване на биоразнообразието от специалисти орнитолози, херпетолози и ботаници с цел идентифициране на възможности за предлагане на екотуристически маршрути, включващи наблюдение.
11. Създаване на тематични атракции, свързани с Ботевите четници: конен и веломаршрут „По пътя на Ботевите четници” на териториите на общините Ботевград и Враца; велоалея в памет на Ботевите четници, свързана с паметник-костницата в Скравена; възстановяване на воденицата, където са се крили Ботевите четници на р. Ботовина край с. Литаково и адаптирането ѝ като туристическа атракция
12. Изграждане на укритие за наблюдение на птици и площадки за подхранване край селата Липница и Боженица

II. “Действия с подкрепа на администрацията”

1. Инициране на фестивал - Празник на ботевградската вишна през м. Юни.
2. Инициране на фестивална проява в Ботевград – първи уикиград в България.
3. Инициране на празници, свързани с природното богатство: Ден на Жабешкото блато, Ден на биоразнообразието, честване Седмицата на гората и Денят на Земята.
4. Създаване на демонстрационни центрове, атрактивни за туристически посещения: например пчелин, мелница с водно задвижване, бъчварска работилница, цех за производство на икони.
5. Развитие на риболовен туризъм чрез рибарниците в Новачене и Гурково – организиране на състезания с награди при откриване и закриване на сезона
6. Изграждане на сцена за лятно кино (в парка или при басейна) и организиране на Фестивал на лятното кино
7. Насърчаване на доброволчеството и развитие на доброволчески дейности и доброволчески туризъм.
8. Подобряване функционирането на културно-историческите и религиозни обекти на територията на общината.



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



III. Дейности за подкрепа на развитието на човешките ресурси

1. Осезаема подкрепа и насърчаване на местни инициативи и личности, които са заявили своя интерес и действия за създаване и развитие на някакви туристически продукти.
2. Осигуряване на специализирано обучение за ангажирани в предлагане и адаптиране на туристически продукти и атракции
3. Улесняване на достъпа до финансови ресурси за предприемачески инициативи в сферата на туризма
4. 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
5. Обучение по теми, свързани с развитието на алтернативния туризъм
6. Обучение на общински служители по отношение на туристическата нормативна база,
7. Обучение на общински служители в подготовката и управлението на проекти за целите на туризма
8. Запознаване с добри практики за алтернативен туризъм

IV. Комуникационна стратегия – Приложение 4

В резултат на дейностите в настоящото обследване, експертният екип прави следните основни изводи:

Необходимо е последователното следване на стратегия за популяризиране на дестинацията.

В общината трябва да функционира **Туристически информационен център**, който да информира посетителите и да изгражда у местното население специално отношение към забележителностите в общината, като към възможност за привличане на гости към града и района.

- Необходими са **информационно-рекламни материали**, които комплексно да представят туристическите ресурси на Община Ботевград като цяло с обща визия, а не «на парче». Печатна реклама – карта на туристическите обекти в района, брошури, пътеводител, които да предоставят информация за туристическите обекти – тяхната достъпност, отдалеченост от града, както и налични услуги около тях – за хранене и настаняване.

- **Интернет страница с добре организирана и цялостно представена информация** за туристическите обекти – тяхната достъпност, отдалеченост от града, както и налични услуги около тях – за хранене и настаняване.

- Участие в туристически борси, презентирани пред различни публики

- Организиране на експедиентски **тур за туроператори и журналисти**, както от България така и от чужбина

- **Поставяне на указателни и информационни табели**, насочващи към туристическите обекти и атракции

- Позициониране на няколко **събития с национално значение**, които да привличат интерес за посещение на района, равномерно разпределени през цялата година

- Постоянно **присъствие в социалните мрежи** – основно Фейсбук и Инстаграм

- **Външна реклама** – на входовете и изходите на града и по международните пътища, които минават през общината



Проучване на туристическия потенциал, условията и възможностите за развитие на туризма в Община Ботевград



Заклучение

Наличният потенциал за туристическо развитие на Община Ботевград към датата на приключване на обследването остава слабо използван, поради което бизнесът и населението не могат да се възползват от предимствата на туризма.

- Слабото предлагане на специфични и/или интересни продукти за Община Ботевград ограничава възможностите за привличане на туристи от посочените по-горе български пазари.
- Липсва интерес към ново туристическо предлагане, налице е незаинтересованост и нежелание за поемане на стопански риск от страна на инициативни жители в общината, болшинството от които са ориентирани в традиционните масови професии и имат задоволително добра и устойчива трудова реализация.
- Ограниченото предлагане на туристически услуги очевидно е продиктувано от досегашната липса на бизнес инициативи сред местната общност, поради нейното относително добро икономическо състояние и работна заетост.
- Действащите доставчици на туристически услуги работят индивидуално и некоординирано, въпреки наличието на Консултативен съвет в общината.
- Съществуващите инициативи и фестивални събития не са достатъчно ориентирани към привличане на външни за общината посетители.
- Спортната активност на професионалните клубове не допринася за привличане на посетители и тяхното задържане в общината със съпътстващи атракции и събития.

Състоянието на общинската икономика в отсъствието на съществен туристически дял не трябва да се възприема като бариера пред нейното развитие. С целенасочени, добре координирани действия може да се отговори в някаква степен на постоянните търсения на потребителите на туристически услуги от една страна, а от друга да добави още един, по-забележим шрих в общинската икономика чрез:

- Разработване на реалистична, финансово обезпечена Програма за развитие на туризма в общината, която да се утвърди от Общинския съвет
- Приемане от Общинския съвет на предложената Комуникационна стратегия, която да се изпълнява от всички заинтересовани страни в общината.
- Спешно изготвяне на рекламни материали за наличните атракции и възможностите на туристическото предлагане в общината.
- Спешно актуализиране и обогатяване на наличния сайт на Община Ботевград с обширна туристическа секция или създаване на специализиран туристически.

Необходимо е както общинското ръководство, така и местната общност да положат усилия, за да може Ботевград и района да реализират едно от своите конкурентни предимства - *Непознатият Ботевградски край* - на туристическата карта на България.

Изготвили:

Илияна Щерева – ръководител екип, експерт туризъм

Гл.ас. д-р Десислава Алексова, МВБУ

Георги Пампоров – експерт туризъм

Гл.ас. д-р Стефания Темелкова, НБУ

Миряна Захариева – ПР експерт