

ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ЧИПРОВЦИ 2021-2027 г.



Възложител:
Община Чипровци
2021 г.

Изпълнител:
„Креативо.ком“ ЕООД
Автор: д-р Десислава Алексова



Съдържание:

Въведение	4
1. Фактори, налагащи стратегическо планиране на туризма в община Чипровци	6
1.1. Външни фактори	6
1.1.1. Регионално развитие	6
1.1.2. Политически фактори	7
1.1.3. Икономически фактори	8
1.1.4. Социо-културни фактори	9
1.1.5. Екологични фактори	11
1.1.6. Технологични фактори	12
1.2. Вътрешни фактори	12
1.2.1. Местоположение и транспортна достъпност	13
1.2.2. Икономическа характеристика	13
1.2.3. Социално-демографска характеристика	14
1.2.4. Култура и образование	14
1.2.5. Комунално-битови нужди	16
1.3. Ресурсна обезпеченост и условия за развитие на туризма	16
1.3.1. Териториален обхват и селищна система	17
1.3.2. Природни туристически ресурси	22
1.3.3. Антропогенни туристически ресурси	26
1.3.4. Материално-техническа база и условия за развитие на туризма	30
1.4. Състояние на туризма в община Чипровци	36
1.4.1. Кадрова обезпеченост	37
1.4.2. Профил на туристите и сегментиране на пазара	40
1.4.3. Туристическо предлагане и специализирани видове туризъм	43
1.4.4. SWOT анализ на туристическата среда	49
1.5. Фактори и предпоставки за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци	56
1.5.1. Създаване на туристически бранд Чипровци	56
1.5.2. Туристическо микрорайониране на община Чипровци	62
1.5.3. Прилагане на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация (ETIS)	63
2. Стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци	65
2.1. Основни принципи	66
2.2. Стратегически цели	66
2.3. Стратегически приоритети	67
2.3.1. Стратегически приоритет 1: Създаване на туристически бранд Чипровци	68
2.3.2. Стратегически приоритет 2: Развитие на туристическите зони в община Чипровци и създаване на регионален туристическия продукт	74
2.3.3. Стратегически приоритет 3: Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата	75

2.3.4. Стратегически приоритет 4: Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни	76
2.3.5 Стратегически приоритет 5: Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Чипровци	78
3. Финансиране	80
4. Система за мониторинг и оценка	81
4.1. Извеждане на индикатори за наблюдение и оценка	82
4.2. Форма на представяне на резултатите	84
4.3. Отговорности	84
4.4. Публичност	85
4.5. Необходими разходи	85
5. План за действие	85
6. Мониторинг по изпълнение на дейностите, организация и контрол	90
Заклучение	93
Списък на съкращенията	94

Въведение

Програмата за развитие на туризма в община Чипровци 2021-2027 г. формулира и утвърждава цялостна интегрирана визия за туристическото развитие на община Чипровци и е предназначена да служи на общинското ръководство като основа за провеждане на целенасочена и координирана с другите икономически сектори политика и да консолидира дейността на заинтересованите страни за повишаване на икономическите, социалните и екологичните ползи от развитието на туризма.

Настоящият документ определя стратегическата рамка и политиката на община Чипровци за устойчиво развитие и управление на туризма. Той систематизира стратегическите цели и основните приоритети, координира други свързани във времето и пространството програмни и стратегически документи, активности и инициативи свързани със сферата на туризма, които ще се изпълняват с участието на разнородни партньори, следвайки общите приоритети на развитието на община Чипровци, определени в действащите и нови стратегически документи на местно, регионално, национално и европейско ниво.

Програмата за развитие на туризма в община Чипровци като туристическа дестинация и планът за действие към нея са с времеви хоризонт 2021-2027 г. Те представляват основа за съвместни действия на всички заинтересовани страни за оптимално развитие и устойчиво оползотворяване на туристическия потенциал на региона.

Програмата е разработена в изпълнение на чл. 11. ал. 1. от Закона за туризма, в съответствие с основните нормативни и стратегически документи на национално, регионално, областно и местно ниво, пряко или косвено свързани с развитието на туризма в община Чипровци в т.ч. Национална стратегия за регионално развитие, Закон за туризма, Закона за устройство на територията, Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в република България 2014-2030 г., Стратегически план за културния туризъм, Регионален план за развитие на СЗР, Областна стратегия за развитие на област Монтана 2014-2020, приета с Решение на Областния съвет за развитие от 29 март 2018 г., Общински план за развитие на община Чипровци 2014-2020 г., План за интегрирано развитие на туризма на региона 2008-2013 г., Анализ на измененията в социално-икономическия профил на община Чипровци 2013 г. Използваният подход, методите и принципите при разработването на Програмата за развитие на туризма в община Чипровци, гарантират в значителна степен, че стратегическият документ е в съответствие с нормативните изисквания в областта на регионалното развитие и туристическото райониране на България, както и с определените национални и регионални цели и приоритети на устойчивото развитие на туризма в България.

Основополагащи при разработване на документа са анализите, резултатите и препоръките от Проучването на килимарските традиции и туристическия потенциал на община Чипровци, изготвени по проект «ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално марктиране на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции».

Основните предизвикателства за подготвянето на настоящият документ са свързани с характера на отрасъла туризъм, липсата на обща визия, целенасоченост и съгласуваност от гледна точка на туризма в множеството официално приети нормативни и стратегически документи, както и липса на опит и традиции в туристическия сектор на община Чипровци и целенасочени местни политики. Сериозно ограничение е липсата на единна и детайлна

статистическа информация за динамиката на туристическото развитие и реалния принос за местната икономика.

Общинската администрация се стреми да работи активно в подкрепа на всички стратегически инициативи в икономическия и социалния живот на Чипровци, сред които туризмът се явява като съпътстващ отрасъл, допринасящ за изграждане на положителен имидж, общностно развитие, подобряване условията на средата и насърчаване на предприемачеството при дребния и среден бизнес. Туризмът стимулира развитието на свързаните с него икономически дейности, подобряване на състоянието на градската среда и повишаване на качеството на живот на жителите и гостите на общината. Чипровци има предпоставки за утвърждаване като атрактивна и гостоприемна туристическа дестинация, но и сериозни ограничения свързани с отдалечеността от утвърдени туристически и икономически центрове, недостатъчната материално-техническа база, достъпността на туристическите обекти и маршрути.

В този смисъл ролята на община Чипровци е:

- Да регулира и контролира туристическите и свързаните дейности в предвидените по ЗТ, местното законодателство и други закони случаи;
- Да ръководи процеса на формиране и прилагане на целенасочена, съгласувана и устойчива туристическа политика на общината.
- Да координира интересите и усилията на заинтересованите страни в контекста на туристическото планиране, формирането и реализацията на туристическия продукт и интегрираните маркетингови комуникации;
- Да мотивира туристическия бизнес, местната общност, свързаните сектори към поведение (отношение, партньорства и действия), допринасящо за устойчиво развитие на туризма.
- Да допринася за благоустрояване на туристическата среда, подобряване на достъпа до туристическите обекти и маршрути, тяхното популяризиране, цифровизация и туристическа интерпретация.

1. Фактори, налагащи стратегическо планиране на туризма в община Чипровци

Изследването на възможностите за устойчиво туристическо развитие на община Чипровци изисква извършване на проучване на външните и вътрешните фактори на средата, влиянието, което те оказват върху туристическия сектор в общината и цялостната туристическа конюнктура. По този начин ще се очертае макро- и микроикономическата рамка на пазарната среда и ще станат ясни възможностите и ограниченията, за развитие на туризма, които да послужат за анализ на туристическия потенциал на община Чипровци, като помогнат да се проследят 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 отдиха и туризма.

1.1. Външни фактори

Външната среда очертава макроикономическата рамка и факторите, които влияят за развитие на туризма. Мястото и ролята на община Чипровци в макроикономическата рамка на регионално ниво е отразен в анализираниите стратегически и програмни документи.

1.1.1. Регионално развитие

България участва и в макрорегионалната стратегия на ЕС за развитие на Дунавския район, която акцентира на интегриран, ориентиран към използване на местните потенциали за развитие подход, целящ интензифициране на процеса на социално-икономическото развитие и повишаване на конкурентоспособността, подобряване управлението на околната среда и постигане на растеж, основан на ефективно използване на ресурсите.

Регионалният план за развитие (РПР) на Северозападен район (СЗР) 2014-2020 г. е планов документ, с който се определят средносрочните цели и приоритети за устойчиво интегрирано регионално и местно развитие. Основна функция на плана е да осигури връзката и координацията между целевата концепция на националните и европейски документи за развитие на страната през периода 2014-2020 г., включително Национална стратегия за регионално развитие 2012-2022 г. и необходимите цели и действия за развитие на района при отчитане на неговите специфични условия и потенциали за развитие. При направена характеристика на структурата на регионалната икономика се установява, че се формират 2 подрайона. Първият, обхващащ трите области Видин, Монтана и Враца с много ниски темпове на икономическо развитие и вторият – областите Плевен и Ловеч, икономическите резултати на който са по-високи и структурата на областните икономики са по-ефективни и иновативни. Според РПР на СЗР Чипровци попада в категория малки градове с микрорегионално значение в територията на групи общини. Важен фактор, за засилването на общата конкурентоспособност е интеграцията на територията, посочен в РПР на СЗР, е териториалното сътрудничество. СЗР е избираем по две програми за трансгранично сътрудничество: България-Румъния (по вътрешните граници на ЕС) и България -Сърбия (по външните граници на ЕС). Приетите стратегии за сътрудничество в двата трансгранични райони са отговор на установените потребности, препятствия и слабости в тях и се очаква да бъдат средство за социално-икономическо развитие на регионите, повишаване на конкурентоспособността и ускоряване на териториалното сближаване.

Основният стратегически документ, който задава рамката на развитието на Европейския съюз до 2020 г., е стратегията „Европа 2020”. На базата на тази стратегия всички

държави-членки на ЕС и техните райони работят за очертаване политиките си за развитие, като част от общ механизъм за обединяване на целите им с Регионален план за развитие на Северозападен район за периода 2014-2020 г. целите на европейско ниво. Стратегията адресира очакваните резултати на развитието до 2020 г. по отношение на заетостта, иновациите, образованието, борбата с глобалните заплахи от климатични промени и енергийна зависимост, бедността.

Стратегията за развитие на област Монтана е основен стратегически документ, който определя целите и приоритетите на областната политика за развитие през периода 2014-2020 г. и съгласува целите и приоритетите на плановите документи от по-високите нива - Националната стратегия за регионално развитие и Плана за развитие на Северозападен район, с политиките и ресурсите на общинското ниво. Тя е документ, който отразява принципите и подходите на европейската политика за регионално развитие, ориентирана към икономическото и социалното сближаване и формира общата рамка за развитие на областта. Областната стратегия има интегрален характер, като обхваща създаването на условия за балансирано и устойчиво развитие на областта и общините в нея. Област Монтана и в частност община Чипровци, се характеризират с ниска икономическа и инвестиционна активност и липса на активен инвеститорски интерес. Кризата и рецесията допълнително влошиха предприемаческата активност в областта и общината.

Общинският план за развитие на община Чипровци 2014-2020 г. определя средносрочните цели и приоритети за развитие на общината в съответствие с областната стратегия за развитие и концепцията за пространствено развитие на общината. Той е приет с Решение № 677 на Общинския съвет от 23.07.2014 г. Основната цел на Общинския план за развитие е да предложи обща рамка и последователност от конкретни действия за устойчиво и интегрирано развитие на местно ниво.

1.1.2. Политически фактори

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 Чипровци се намира в не особено благоприятно положение, най-вече в контекста на демографската ситуация. Кметът на общината демонстрира политическа воля за развитие на туристическия сектор и готовност за целеви действия в тази посока. Липсва обаче действащ Консултативен съвет по въпросите на туризма, в чийто състав участват с равен брой представители на местната администрация и на общинския музей от една страна, а от друга страна на туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, както и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма. Изпълнени са инфраструктурни проекти за рехабилитация на пътища, включително цялостно асфалтиране на пътя до Гушовския манастир; изградена е модерна спортна база със стадион, басейн на открито и конферентни зали; реализира се Проект СВ007.2.12.121 „ПРИКАЗКАТА НА КИЛИМА: Създаване и първоначално маркетингово на нов трансграничен туристически продукт, свързващ районите

на Пирот и Чипровци чрез техните споделени килимарски традиции”; създадени са нови събитийни прояви: Фестивал на килима и Празник на Балкана. Това обаче не е достатъчно. По отношение на местната политика е необходимо кметът на община Чипровци да демонстрира политическа воля за развитие на туристическия сектор, чрез използване на научноизследователски подход при извършване на проучвания и изготвяне на програмни и стратегически документи, както и да изрази и готовност за целеви действия в тази посока и подобряване административния капацитет на Туристическия информационен център и повишаване квалификацията на служителите в него.

1.1.3. Икономически фактори

Благосъстоянието и стандарта на живот на населението оказват значително въздействие върху потреблението на туристически услуги. Повишението на доходите през последните години в България, както и в съседната Румъния е благоприятна възможност за разширяване на туристическото предлагане, включително и в община Чипровци. Липсва обаче благоприятна и относително стабилна икономическа среда за развитие на туризма в общината. 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, което доведе до спиране на функциониране на част от къщите за гости и семейните хотели или преминаването им в сивия сектор.

Днес, все още доверието на кредитните институции към малките предприятия е слабо, което ограничава средствата за реализиране на бизнес проекти в туризма. Банките са със завишени условия и качествени изисквания за финансиране към предприятията и проектите, което допълнително затруднява получаването на кредити. Въпреки желанието да развива туризъм, местната власт не разполага с достатъчно финансови средства, а потенциалът не е оползотворен. Секторът на туристическите услуги не е развит в синхрон с националните пропорции и затова е важно да бъде проучен ресурсният ѝ потенциал.

В последния годишен доклад през 2019 г. експертите на UNWTO прогнозираха за 2020 г. ръст от 3% до 4% в международните туристически пристигания. Непредвидим фактор, какъвто е пандемията COVID-19, промени всички очаквания. Така 2020 г. се оказа безпрецедентна за световния туризъм – през първите 8 месеца на годината международните пътувания бележат спад от 70%, отчитат от Световната организация по туризъм UNWTO World Tourism Barometer. Причина за този удар по световния туризъм бе пандемията COVID-19, а рестрикциите продължават да ограничават реализирането на туристически пътувания и днес. Главният секретар на UNWTO заявява, че огромните и драматични финансови, икономически и социални последици налагат спешната необходимост от безопасно рестартиране на туризма своевременно и координирано.¹

Извънредното положение въведено в страната в периода март-април 2020 г., както и почти пълния локдаун в края на годината, доведоха до срив в туристическото предлагане в община Чипровци, затваряне на туристически обекти, отмяна на събития от културния календар на общината, драстично намаляване на посещенията на чуждестранни и български туристи и др.

1.1.4. Социо-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 с цел да опознаят колкото се може повече атракции за колкото

¹ UNWTO, UN Tourism News #17 - 2 November 2020

<https://www.unwto.org/news/unwto-and-fao-to-work-together-on-developing-tourism-for-rural-development>

се може по-кратък престой. Този стил на туристическо потребление обуславя по-кратки, но динамични пътувания. Туристите 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 оферти 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 Чипровци.

Съществува тенденция броят на хората в третата възраст прогресивно да се увеличава. С подобряването на здравеопазването и преодоляването на пандемичната ситуация в средносрочен аспект, те ще бъдат по-здрави и ще разполагат с повече доходи, отколкото в миналото. Много от тях ще се пенсионират по-рано и ще имат 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. Всички тези влияния ще доведат до повишаване на изискванията към качеството, комфорта и сигурността на средствата за настаняване и транспорт и ще насочат маркетинговите стратегии в тази посока. По-търсени ще бъдат индивидуалните програми, които се провеждат извън натоварения сезон и включват релаксиращи възможности за забавление.

Намаляването на броя на членовете в семейството ще доведе до по-високи доходи на човек, а от там – и до по-големи възможности за почивка. Това неминуемо ще доведе до търсене на по-люксови програми. Ще се развият много успешно т.нар. *сити брейк* (познавателни посещения на градове през почивните дни) и други почивки в чужбина през ненатоварените периоди. Силен интерес ще предизвикат и възможностите за познавателни пътувания насочени към автентичното културно наследство и съгранената природа. Същевременно обаче, настъпващата финансова и икономическа криза, рязкото повишаване на безработицата и несигурната макроикономическа ситуация в световен и национален мащаб, ще окаже негативно въздействие върху доходите на част от населението и възможностите за осъществяване на туристически пътувания през следващите шест години. В краткосрочен план, епидемичната обстановка ще възпрепятства свободното осъществяване на пътувания поне до края на 2021 г.

1.1.5. 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, т.е. елементите на природата и климата са в постоянно взаимодействие с човешките дейности. С времето здравето стана от съществено значение и туристите са все по-загрижени за него. Това със сигурност ще повлияе при вземането на решение за пътуване. Дестинациите, които не са считани за екологично чисти постепенно ще бъдат избягвани от туристите. Търсенето на активни ваканции в райони с чиста природна среда ще формира нуждата от изграждане на подходящи съоръжения за активни спортове. Чипровци като дестинация с благоприятни географски дадености, подходяща надморска височина и параметри на климата, както и автентични традиции, част от които са включени в световния списък на нематериалното наследство на ЮНЕСКО, има предпоставки да предоставя условия за краткотраен престой и туризъм, свързан с разнообразни активности сред природата и насоченост към материалното и нематериалното културно богатство на

региона. Предвид изградената модерна спортна база, спортният туризъм се явява неусвоен ресурс за дестинацията.

Според националния доклад от 2014 г. *„Анализ и оценка на риска и уязвимостта на секторите в българската икономика от климатичните промени“* изменението на климата може да доведе до по-широко разпространение на горещите вълни, както и до по-чести наводнения и засушавания. Почти всички сектори са чувствителни към такива метеорологични явления, но трите най-уязвими сектора са управлението на водите, селското стопанство и туризъм. Предизвикателствата от изменението на климата изисква планирането на краткосрочни адаптивни мерки с цел превенция и на смекчаващи мерки с оглед неизбежните влияния на климатичните промени в дългосрочна перспектива.

В допълнение към климатичните промени, заплахата представлява и постоянният натиск върху околната среда, оказван и от другите икономически сектори. Генерирането на недостатъчно пречистени отпадъчни води, наличието на твърди битови отпадъци извън местата за депониране, качеството на атмосферния въздух през зимните месеци влияят 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. Остарялата и амортизирана ВиК инфраструктура, влошеното качество на питейната вода, липсата на модерни пречиствателни станции, които към момента представляват проблем за жизненият стандарт на местната общност, ще окажат неблагоприятно въздействие и върху туристическото предлагане и качеството на туристическия продукт. Всички населени места са водоснабдени, но голяма част от мрежата е остаряла и амортизирана, изградена предимно от съдържащите азбест етернитови тръби. Използването през зимния сезон за отопление твърдо гориво повишава в допустими норми концентрацията на замърсители във въздуха.

Въпреки наличието на изброените проблеми, природата в община Чипровци е съхранена в добра степен и предполага възможности за туристически посещения, в съчетание с потенциални обекти на природното и културно-историческото наследство. Екологичната обстановка в общината се характеризира с добри показатели по отношение чистотата на отделните компоненти на околната среда: атмосфера, води, почва.

Резултат от контролната дейност на РИОСВ – Монтана по отношение опазването на почвите от замърсяване и увреждане на територията на община Чипровци е положителен. Производствените дейности също се извършват по начин, който не позволява засоляване, киселиняване и замърсяване на почвите с вредни вещества. Ограниченото ползване на пестициди и торове в земеделието, програмите за екологично земеделие и животновъдство, управлението на оборския тор (като основно изискване за добрите земеделски практики) водят до ефективно опазване на почвите от замърсяване.

Необходимо е да се постигне висока степен на информираност за състоянието на компонентите на околната среда в региона и формиране на активно обществено поведение, свързано с проява на грижи и действия за нейното опазване; да се очертаят основните фактори на въздействие върху специфичните климатични условия на региона; да се посочат начини за адаптация към променените климатични условия според конкретния риск, застрашаващ здравето и живота на хората, както и да се формулират адекватни превантивни действия, които да доведат до намаляване на риска от нарушаване на екологичното равновесие в региона.

Съществуват благоприятни възможности за реализиране на дейности, свързани с екологичното образование, които могат да се осъществяват чрез провеждане на обучителни семинари, информационни дни, форуми и дискусии, конкурси и открити уроци, организиране

на художествени и фото-изложби, издаванена информационни материали. Информационните кампании сред обществеността, организирани от публични и неправителствени организации с цел активиране и фокусиране на обществените нагласи и поведение към предизвикателствата на околната среда, могат да се организират по повод различни международни и световни дни от Еко-календара: Световен ден на влажните зони, Международен ден на водата, Международен ден на птиците и Седмицата на гората, Световен ден на Земята, Международен ден на климата, Международен ден на биоразнообразието, Световен ден за опазване на околната среда и др, както е заложено в Регионален план за развитие на Северозападен район за периода 2014-2020 г.

1.1.6. 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 по-пълно на душевните 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 информация в интернет – което е много добър шанс за развитие на туризма в общината, при тази непосредствена близост до най-голямото съсредоточие на туристически потребители в столицата на България.

Навлизането на Интернет и използването му за достъп до информация и представяне на туристически продукти ще продължи да се увеличава. Опитните туристи все повече ще организират сами своите почивки и ще резервират директно настаняване и други услуги. Ролята на туристическите агенции ще намалее, доколкото цели туристически пакети ще могат да бъдат закупувани директно от клиентите. 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 стане от по-голямо значение от дизайна 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 на дистрибуция на туристическите услуги и продукти, която допреди няколко години се базираше на мрежата от туристически агенции в по-големите градове. Сега вече особено силно влияние оказват технологичните иновации, като проучването и резервирането на туристически услуги чрез интернет и мобилни устройства може да се извърши от всяко селище на страната. Така новите информационно-комуникационни технологии позволяват на малкия бизнес и неразвити туристически райони да се промотират и излязат на пазарите със сравнително малки разходи наравно с утвърдени туристически дестинации.

Достъпът до информационни и комуникационни технологии (ИКТ) и използването на цифровите технологии от населението и бизнеса е важен фактор за регионален растеж, повишаване на производителността и изграждането на конкурентоспособна регионална икономика. Достъпът до високоскоростен интернет посредством широколентова свързаност се смята за един от основните инструменти за подобряване на икономическите условия и

социално благосъстояние на населението. В това отношение община Чипровци има конкурентно предимство с реализираният Проект WiFi4EU, който е предназначен за граждани и посетители на ЕС, на които се предоставя безплатен достъп до безжичен интернет на обществени места.

1.2. Вътрешни фактори

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.

1.2.1. Местоположение и транспортна достъпност

Чипровци е разположен на 35 km от областния град Монтана и на 155 km от столицата София. Близко е до комуникационната ос Международен транспортен коридор №4 (Видин-Монтана-София). Общината включва девет села – Равна, Горна Ковачица, Челюстница, Бели мел, Митровци, Горна Лука, Превала, Железна и Мартиново.

Транспортно-географското разположение на общината е много добро – достатъчно близо е до главните меридиални оси по направление север-юг и играе важна роля за развитието на западната ос (Видин – Враца – София – Благоевград - Кулата), част от Международен транспортен коридор № 4 и в същото време е периферно разположена по отношение на оживените пътни артерии, което позволява да се избегнат неблагоприятните последици от интензивните транспортни потоци и запазване на чиста околната среда. С развитието на коридор № 4 и изграждането на моста на река Дунав при гр. Видин, територията на общината има възможност да се включи в международната транспортна инфраструктура и да получи допълнителни преимущества в регионален и международен мащаб, водещи към нови инвестиции и ускорено икономическо развитие. Като важно географско предимство на община Чипровци следва да се отбележи, че тя попада и в зоната на влияние на процесите на трансграничното сътрудничество с Република Сърбия и на евентуалното откриване на контролно-пропускателен пункт в близкото бъдеще в този регион.

Пътното покритие на пътищата от Републиканската пътна мрежа на територията на общината е в добро състояние, но около 30% от общинската пътна мрежа се нуждае от рехабилитация. В Чипровци дължината на уличната мрежа е 24 km, като част от нея е разбита и се нуждае от ремонт. Има какво да се направи в селата на общината, където част от пътищата имат нужда от ремонт, а благоустроената улична мрежа (тротоари, бордюри, озеленяване) е недостатъчна или не е в добро състояние. Важен фактор за бъдещото развитие на туризма е да се подобри състоянието на транспортната инфраструктура. В Общинския план за развитие е упоменато, че нужда от ремонт имат третокласната и четвъртокласната пътна мрежа, както и много от водостоците и мостовете. От изключителна важност е да се укрепи свлачището на околновръстния път при с. Железна.

1.2.2. Икономическа характеристика

Община Чипровци и като цяло област Монтана се характеризират с ниска икономическа и инвестиционна активност и липса на активен инвеститорски интерес. Кризата и рецесията допълнително оказват негативно влияние върху предприемаческата активност в общината и

областта. Равнището на предприемачество в областта за програмния период 2014-2020 г. (30 фирми на 1000 човека) е значително по-ниско от средното за страната (51). Наблюдава се липса на инвестиционен интерес както от вътрешни, така и от външни предприемачи.

Икономиката на общината е разгърната предимно от микропредприятия (до 9 заети), като те представляват 93.6% от функциониращите в общината. Тази тенденция е признак за нестабилност и липса на устойчивост на местната икономика. Наблюдава се увеличаване на фирмите, заети в търговията и селското стопанство, за сметка на тези в производството и фирмите от преработвателната промишленост, повечето от които са прекратили своята дейност.

Територията на общината е предимно земеделска и горска. Съществена част от нея попада в европейската екологична межа Натура 2000. Използваната земеделска площ се формира от обработваемата земя, трайните насаждения, постоянно затревените площи, семейните градини и оранжерийните площи. Пред последните години се наблюдава тенденция за нарастване на използваната земеделска площи и за намаление на площта за трайни насаждения. Селското стопанство като икономическа дейност е застъпено във всички населени места в общината и е основен отрасъл в селата.

Горските територии, в които преобладават широколистните гори, изпълняват функции по отношение на: поддържане на биологичното разнообразие на горските екосистеми; производство на дървесни и недървесни горски продукти; защита на почвите, водните ресурси и чистотата на въздуха; осигуряване на социални, образователни, научни, ландшафтни и рекреационни ползи; защита на природното и културното наследство; регулиране на климата. Насоките за развитие на горското стопанство са свързани с приоритетно възстановяване на горските територии, засегнати и унищожени от пожари, съхнене, паша и незаконна сеч, съобразяване на залесяването с търсенето на дървесина в дългосрочен план.

Преработващата промишленост в община Чипровци е слабо развита. Представена е предимно от хранително-вкусовата промишленост. На територията на общината функционират консервни цехове, предприятия за производство на хляб и хлебни изделия, като доста от заетите фирми в сектора са прекратили своята дейност в последните години. Все още съществуват предприятия, които запазват традицията за производство на чипровски килими.

1.2.3. Социално-демографска характеристика

За периода 2008-2011 г. заетостта в целия Северозападен район за развитие бележи тенденция на намаляване. Абсолютният брой на заетите намалява от 359.3 хил. (2008г.) на 299.4 хил. д., което е спад от 16,7%. Това е най-високият спад в заетостта, отбелязан от районите от ниво 2, което свидетелства за силната уязвимост на СЗР пред въздействието на икономическата криза и в известна степен отразява гъвкавостта и адекватността на провежданите политики за омекотяване влиянието на кризата. В периода след 2008 и 2009 г. с развитието на икономическата криза имаше спад в производството, нарасна броят на фалитите на фирми, което формира тенденция на нарастване на безработицата, а новоразкритите фирми са основно без наети лица. Подобна тенденция е на лице и със зараждащата се икономическа криза през 2020 г.

Рударството като традиционен занаят на местното население вече не съществува. Не работи и кооперацията за производство на килими. Липсата на поминък принуждава голяма част от населението да напусне родните места и да потърси препитание в големите градове в страната и чужбина. Резултат на това е демографският срив в района. Към 2018 г., по данни на НСИ, населението наброява 1548 жители (2018), но реално постоянно живеещите са под 800 човека за гр. Чипровци. За цялата община регистрираните са 3 546 души.

Населението на община Чипровци, спрямо област Монтана е 2.5% или 3462 души, като 50.2% живеят в гр. Чипровци. Тенденциите по отношение на възрастовата структура показват, че населението на община Чипровци застарява. Към настоящият момент населението под трудоспособната възраст има по-малък относителен дял от този в страната и област Монтана. Нарастването на населението в над трудоспособна възраст в община Чипровци е характерно за малките общини на територията на страната. Полово-възрастовата структура на населението на общината е с неправилна форма. Наблюдава се преобладаване на мъжкото население до възрастова граница 59 години, след която женското население започва да преобладава. Това е пряко следствие от съществуващата разлика в средната продължителност на живот в полза на жените. По отношение на етническия състав, община Чипровци е една от общините с най-висок дял на българската етническа група.

1.2.4. Култура и образование

На територията на община Чипровци има девет регистрирани читалища. Това са: НЧ „Петър Богдан - 1909" в гр. Чипровци, НЧ „Гео Милев - 1927" в с. Мартиново, НЧ „Христо Ботев - 1926" в с. Железна, НЧ „Иван Бобанов - 1926" в с. Превала, НЧ „Тодор Токин - 1927" в с. Горна Лука, НЧ „Просвета - 1926" в с. Митровци, „НЧ П.К.Яворов - 1926" в с. Бели мел, НЧ „Бистър ум - 1927" в с. Горна Ковачица и НЧ „Пробуда - 1936" с. Равна. Основната дейност на читалищата е свързана с библиотечна дейност и художествена самодейност (*Виж Таблица 1.*). От голямо значение за местната култура и традиции са действащите фолклорни и самодейни състави. Те вземат участие в много местни, общински, регионални и национални мероприятия, събори и надпявания.

Таблица 1. Читалища и читалищна дейност в община Чипровци

№	Населено място	Читалище	Дейности
1.	гр.Чипровци	НЧ „Петър Богдан-1909“	Самодейни състави: група за стари градски песни “Бели акации“, женска фолклорна група, танцов състав и група „Танци за здраве“. Поддръжка и обслужване на туристически информационен център. Библиотечна дейност.
2.	с.Мартиново	НЧ „Гео Милев-1927“	Самодейна и библиотечна дейност.
3.	с.Железна	НЧ „Христо Ботев-1926“	Самодейни състави: женска фолклорна група „Здравец“ и женска фолклорна група „Радица“. Библиотечна дейност.
4.	с.Превала	НЧ „Иван Бобанов-1926“	Самодейни състави: женска певческа група за автентичен и словесен фолклор, танцов състав. Библиотечна дейност.
5.	с.Горна Лука	НЧ „Тодор Токин-1927“	Самодейни състави: женска фолклорна група. Библиотечна дейност.

6.	с. Митровци	НЧ „Просвета-1926“	Самодейни състави: женска фолклорна група. Библиотечна дейност.
7.	с.Бели мел	НЧ „П.К.Яворов-1926“	Самодейни състави: женска фолклорна група, танцова група „Белимелка“ и детска танцова група „Белимелче“. Библиотечна дейност.
8.	с.Горна Ковачица	НЧ „Бистър ум-1927“	Самодийни състави: фолклорна група „Група за обреди и обичаи“. Библиотечна дейност.
9.	с.Равна	НЧ „Пробуда-1936”	Самодейна и библиотечна дейност.

По отношение на културата е необходимо пълноценно оползотворяване чрез съвременни иновативни практики 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 Чипровци. Няма достатъчно реализирани проекти, които да бъдат насочени към популяризиране на културните традиции и образ на дестинацията. Необходими са мерки за опазване, консервация, социализация, промоция и реклама на културните ценности, както и ремонт и оборудване на читалищата във всички населени места в общината.

По отношение на образованието, община Чипровци е с по-ниски показатели от тези за област Монтана и за страната. Най-висок дял от населението е със завършено средно образование – 47.2%, 7.7% са завършилите висше образование, 34.2% от населението на общината е със завършено основно образование, а 10.6% от жителите ѝ са с начално или незавършено образование.

Единственото училище е ОУ “Петър Парчевич“ в града. Учениците които са от цялата община са близо 70 деца. Сградата е реновирана със средства от европроекти и разполага с много добра учебна база. Единствената детска градина в общината е ДГ „Детелина” в гр. Чипровци, което се явява ограничаващ фактор за работещите семейства, които живеят в селата.

1.2.5. Комунално-битови нужди

Към 2013 г. всички населени места в общината са електрифицирани и не се налагат действия за усъвършенстване на системата. Електропреносната мрежа на Чипровци е въздушна и разполага с достатъчно трафопостове, за да обслужва нуждите на населението. Покритие в града имат и трите мобилни оператора. Техническата инфраструктура като цяло е добра, но са необходими значителни публични и частни инвестиции, за да отговаря тя напълно на съвременните изисквания.

Водоснабдяването на Чипровци се осъществява от две водохващания: “Щавляк” с дебит 24 литра в секунда и “Козарница” с дебит 10 литра в секунда. Извършени са предварителни проучвания за изграждането на още едно водохващане “Немова река” с дебит 15 литра в секунда. Освен тези водохващания на територията на общината има още 26 действащи кладенци, изворни чешми и няколко десетки дерета, които през пролетта се пълнят с вода и се използват за напояване. Голям проблем за общинското водоснабдяване е състоянието на

водопроводната мрежа, която е дълга: 61.9 km, от които 13.5 km водопроводни тръби са в гр. Чипровци, а останалите 48.4 km са в 9-те села на общината. Почти 100% от водопроводните тръби в селата и 80% от тези в гр. Чипровци са етернитови, поставяни преди 40-50 години. Поради амортизация на етернитовите тръби, те се пукат, предизвикват голяма загуба на вода и водят до нейното замърсяване. Изграждането на пречиствателна станция за отпадни води в гр. Чипровци е повече от наложително като се има предвид, че при организирането на екотуризъм и селски туризъм туроператорите поставят на челно място изискването за наличието на съвременна инфраструктура.

1.3. Ресурсна обезпеченост и условия за развитие на туризма

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

Община Чипровци разполага с разнообразен, но недостатъчно усвоен ресурсен потенциал, развитието на който ще допринесе за: диверсификация и подобряване на качеството на локалния 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 локално 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 Чипровци.

Въвеждането и обосновката на опростени типови индикатори, характеризиращи общите и специфични особености на ресурсния потенциал, използване 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 съпоставяемост 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 потенциал и идентифициране на основните проблеми във връзка с пространствените различия в разпространението му; най-перспективни туристически зони, ядра и места за развитието на специализирани видове туризъм; актуализирана типология въз основа на идентифицирания по обем, структура и степен на усвоеност ресурсен потенциал за

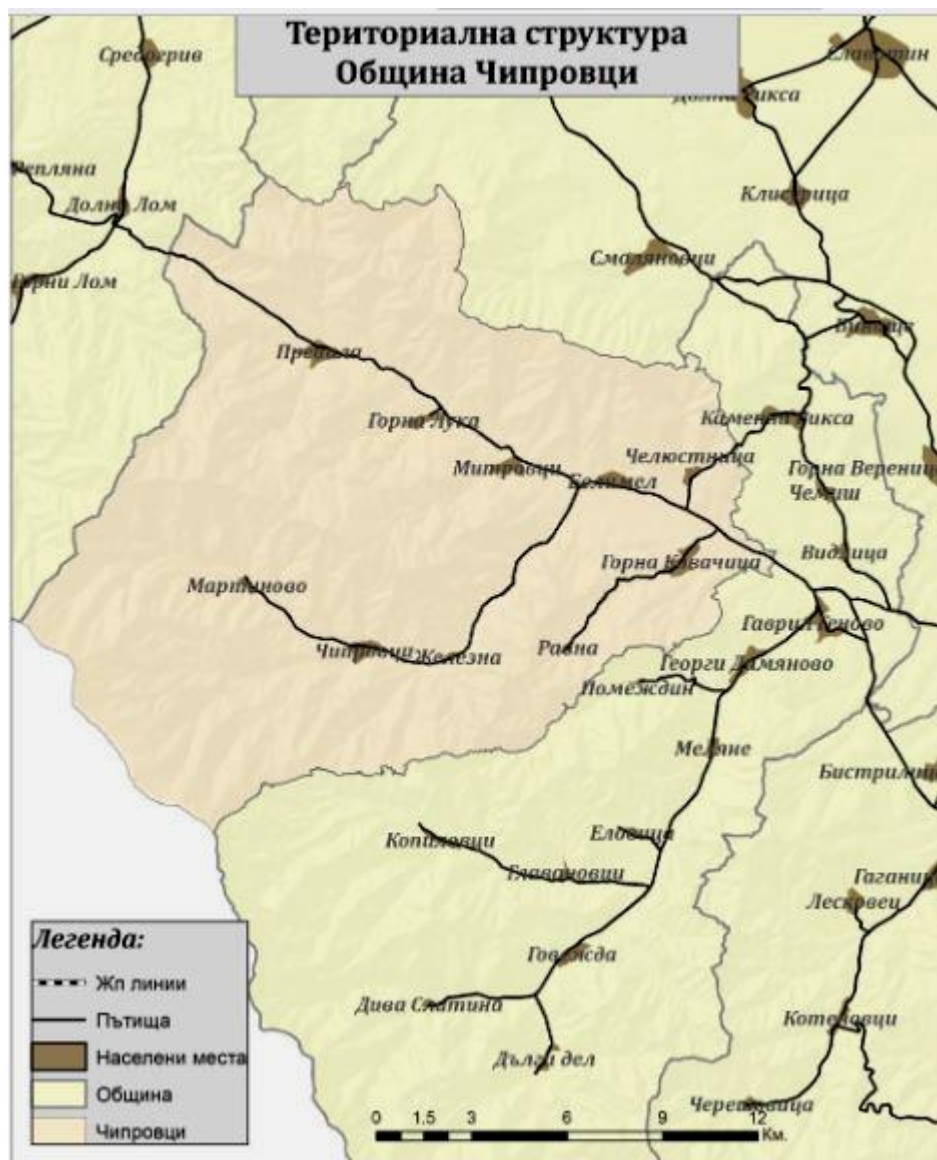
прилагане на подходящи пространствено диференцирани политики за развитие на специализирани видове туризъм, формулирани въз основа на информирани управленски решения; създаване и поддържане на актуална териториално и видово диференцирана база данни за ресурсния потенциал на локално ниво.

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 кокурентна способност на туристическия продукт. 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.

1.3.1. Териториален обхват и селищна система

Град Чипровци е разположен на 508 м.н.в. в тясна долина в Западна Стара планина по горното течение на река Огоста, оградена от Чипровската планина на югозапад и Язова планина на североизток. Релефът е планински и полупланински. Землището на Чипровци е с площ 65,467 km² и достига на югозапад до границата на България със Сърбия по билото на Стара планина, където най-висока точка е връх Мартинова чука (2011m).

Градът е административен център на община Чипровци, която включва девет села – Равна, Горна Ковачица, Челюстница, Бели мел, Митровци, Горна Лука, Превала, Железна и Мартиново. (Виж. Фиг. 1.)



Фигура 1. Териториална структура на Община Чипровци
 Източник: Общински план за развитие на Община Чипровци 2014-2020г.

Чипровци е много старо селище, възникнало още през I хил. пр. Хр., когато областта е била населявана от тракийското племе трибали. Оттогава датира и рудодобивът по тези земи, като залежите са от сребро, олово, желязо, мед и злато. Именно от латинското наименование за мед – *cuprum*, се формира името на града. Изкусни занаятчии от Чипровско изработили съдовете и украшенията от сребърното тракийско съкровище в с. Якимово. През 29-28 г. пр. Хр. Марк Лициний Крас установява римска власт в днешна северозападна България. Именно по времето на римската епоха чипровският край се превръща в един от най-значителните златодобивни райони на Балканите. През късната античност рудодобивът в Чипровския балкан е имал голямо значение за развитието на военното производство в Рациария (дн. с. Арчар). През периода XII-XIV в., във връзка с подема в металургията, рударските селища от планинските възвишения се преместват в удобни за обитаване долини на реки. В края на периода древното рударско селище е вече в долините на реките Буковец и Пилатовец, притоци

на р. Огоста. Разраствайки се до положението на град е получило името си Чипровец (Кипровец). По същото време тук се е намирала и една от средновековните владетелски монетарници. По време на Втората българска държава в района се заселват сакси, които донасят своя опит в рудодобива и металообработването, както и новата за местното население религия – католицизма.

Периодът XVI-XVII в. е най-силният в духовното и културно развитие на Чипровци и България. Градчето е наречено от архиепископ Петър Богдан „Цветето на България”. В града има изграден Католическия манастирски комплекс на монасите францисканци, включващ в себе си голяма архиепископска църква, богата библиотека, училище, множество манастирски сгради и некропол. В този период от време градчето Чипровци е седалище на Софийската католическа архиепископия. От тук тръгва разпространението на християнската вяра при павликяните в северна и южна България. През 1624 г. чипровските католици откриват първото светско училище и първия семинариум в българските земи. В него са се изучавали освен религиозни науки, но и светски такива. Тук е написана и първата история на България през 1667 г. от архиепископ Петър Богдан Бакшев - „За древността на бащината земя и за българските дела”. По това време в Чипровци са творили и живели големи имена от българската история, католическите духовници и първенци – архиепископ Петър Богдан, епископ Петър Парчевич, епископ Илия Маринов, Филип и Иван Станиславови, епископ Франческо Соймирович, Георги Пеячевич и много други духовници, книжовници, дипломати, търговци и майстори златари. Те пръщат своя роден град в значим предренесансов културен център на Балканите и са живата връзка на България с християнска Европа. През 1688 г. е избухнало Чипровското въстание. Потушено, то носи разорение и унищожение на града. Местното население е принудено да се спасява и градът става необитаем до средата на XVIII в.

Към природните и културни забележителности, на първо място можем да отбележим така наречения Исторически хълм, към който принадлежат следните културно-исторически обекти: Исторически музей - Чипровци, представящ периодите на развитие на града в 5 зали – Рударство, Чипровска Златарска школа, Килимена зала, зала Чипровци през XVII в. и Възрожденско изкуство, руините на католическата катедрала „Успение на Блажената Дева Мария“, построена през 1371 г. и разрушена при потушаването на Чипровското въстание през 1688 г., Православна църква „Св. Възнесение Христово“, датираща от същия период и също пострадала през 1688 г., но възстановена по-късно, и католически параклис-костница „Дева Мария – Майка на Църквата“. Още една забележителност е етнографската експозиция „Катеринина къща“, разположена в близост до Историческия хълм и представя бита и културата на торлаците от XIX в. до средата на XX в. и т. нар. „Винганска стая“. Интерес предизвикват и нар. Шарена чешма, която датира от римско време и била богато украсена в миналото; руините на църква „Св. Никола“, строена през XVII в., както и руините на Гушовски манастир „Св. Архангел Михаил“, намиращ се в Балкана. Важни притегателни центрове са действащият Чипровски манастир „Св. Иван Рилски“ от X в., към който има кула-костница в памет на загиналите в чипровските борби за свобода, и параклисът „Св. Атанасий Велики“. Най-посещаваните природни атракции са Чипровски водопад и екопътека „Деяница“, която отвежда до него.

Горна Ковачица носи това име още от образуването си преди 300 години и не го е променило до днес. Първите хора, заселили се тук, са били по професия ковачи. По първоначални данни селището е било разположено при река Огоста в местността „Латината”,

където е намерена мраморна плоча с надпис от римско време. Селото е разположено по течението на река „Бара” по двата ѝ бряга на 2 км от главния път за Чипровци и Видин.

В селото е имало училище още от 1844 г., заради което с. Горна Ковачица е представлявало център, който е излъчвал по-учени хора – учители, свещеници. Селищната училищна сграда има добро месторазположение с около 2 дка овощна градина. До него е някогашното хороигрище на около 10 дка поляна. До училищната сграда е църковният храм „Вси светии”, построен през 1856 г. Църквата е обновена. Обявена е за паметник на културата от местно значение и е действащ.

Село Равна се намира на 7 км. след с. Горна Ковачица. От с. Горна Ковачица до с. Равна пътят криволичи из тясна живописна долина, която се врязва в южните склонове на обрасли с дъб, бор и габър възвишения. На запад от селото се издигат Здравешки връх и Червени камък. Голям интерес за туристите представлява тракийската крепост на възвишението южно от селото, която се нарича „Равненско градище”. По терена се намират разпилени фрагменти от тракийска и късноантична керамика, а може би и от средновековна. От крепостта се открива добра зрителна връзка с градищата наоколо във всички посоки.

Село Челюстница е разположено на 13 км. от Чипровския манастир в посока към гр. Монтана. Край селото има тракийска могила. Свидетелство за римско присъствие тук са двете латински стели, които обграждат входа на православната църква. Предполага се, че селото е преди ранното средновековие, познато като Челюшнице. Според преданията първото име на селото е било Чифлиница, защото е имало манастирска воденица, която е издържала Чипровския манастир. Селото е известно с производството на старинни етнографски облекла в миналото, обработката на коприна от буби и каменните си кариери за воденични камъни. Днес в него се намира една от най-големите каменни кариери в света със запаси за 3000 години. Името Челюстница е от 1688 година, когато на „Балтин чукар” са посечени 600 души при потушаване на Чипровското въстание.

В селото могат да се видят следните забележителности: Средновековна крепост в местността „Градище”- на 4 км. северно от селото и надгробна могила южно от него; средновековно селище на 2 км. южно от селото; антична и средновековна крепост „Калето” – на 2 км. в южна посока; църквата „Света Параскева”, строена през 1854 г. от едри каменни блокове. Известният в края на 19 век археолог Борис Дякович съобщава и за двата антични камъка с латински надписи, вградени от двете страни на църковната врата, издълбани върху гранит през 233г. след Хр. Привлекателни за туристите са и три пещери с прилепи. Едната от тях - „Подпрена плоча”, е обявена за природна забележителност.

Село Бели Мел е разположено на 23 км. западно от град Монтана, на левия бряг по течението на река Огоста, по скалистия сипей от двете страни на пътя, сред прекрасна панорама се е протегнало с. Бели мел. В околностите му има забележителни археологически останки: античен некропол с фрагменти от керамика, мраморни статуи, руини на крепост. Античните градежи се намират в околностите на селото, сред гъсти дъбови гори, вековни дървета, редки растителни и животински видове, пещери и карстови извори. Според сведения на архиепископ Петър Богдан и тук е имало храм на Св. Антонии, както и град на католици. По две туристически пътеки може да се стигне до феноменалните карстови образувания на север от селото – голямата карстова пещера /обитавана в праисторически времена /, карстовия извор „Върлото”, чешмата „Кировица” и др. В селото има запазени къщи с възрожденска архитектура. Тук Вазов се е отбивал, за да записва съхранените в паметта на населението предания, легенди, спомени и песни. Така се появява и една от най-известните му повести – „Белимелецът”.

Друга местна забележителност е черквата „Света Троица“, която е на около 300 м. северно от центъра на селото. Строена най-вероятно в периода XI – XIII в. върху останки от римски градеж, тя се запомня с изкусно резбован иконостас и ценни икони. Интерес представлява и лапидариумът от надгробни кръстове с различна форма и украса, датирани от периода 1800 – 1894 година. Сред десетките старопечатни книги, запазени в храма, е открит уникален екземпляр от първото издание на „Неделника“ на Софроний Врачански, отпечатан през 1806 г. в Римник, днес експонирано в Исторически музей – Чипровци.

Село Митровци се намира в предпланините на Стара планина, около горното течение на река Огоста, на около 2 км. на запад от разклона на шосето за Чипровци, в подножието на Бабишки връх и Нецина Чука. Река Огоста и селската река разделят селото на три части.

Забележителност представлява Скалният венец, който опасва от едната страна селото. Друга забележителност е черквата “Възнесение Христово”, строена през 1871 г. с вграден в нея олтар на старата черква. Висока е, с големи предверни сводове и отделна камбанария. Всички икони и рисунки са дело на майсторите-зографи Петър и Георги Кръстеви. Стенописите на западната фасада са датирани от 1876 г.

Село Горна Лука е скътано в полите на предпланинските възвишения. От запад са върховете Ганчина чука и Чунгул, а от юг – Врански камък, Буни връх и Нецина чука. На север се възвисява западната част на Широка планина. Селото е разположено край шосето от Монтана за Белоградчик. Теренът, на който се установяват първите заселници, е бил лъка. Географското разположение дава и името на селото. От преданията се твърди, че заселването на селото е в началото на XI век.

Забележителностите включват църквата „Свето Възнесение“ от началото на XIX в.; варовиците в местността „Широка глама“; „Живковата дупка“ и малката пещера в м. „Печ“, известна с езерцата си. Тази пещера е посещавана от хората всяка година на 22 март – Младенци. Пие се вода от езерцата за здраве и се измива лицето.

Село Превала е разположено в подножието на предпланините на Стара планина. На юг от селото се издига Язова планина, обрасли с вековни букови гори, прекрасни естествени ливади и тучни планински пасища, а от северната му страна е Широка планина, цялата покрита с варовик. На изток от селото скалата е прорязана от коритото на река Огоста и се е образувал голям пролом, наречен „Клисурата“, през който минава шосето от София за Видин. На границата между Превала и Горна Лука се намира рядко красивата пещера „Мишин камък“. В тази пещера са ткрити най-ранните и единствени засега свидетелства за духовния живот на обитателите на този край през палеолита.

Най-старият паметник в Превала е черквата “Възнесение Христово”, за която не се знае кога е строена, но се твърди, че това е станало преди заселването. Била е ремонтирана през 1856 година. На изток от селото е местността „Градишки венец“. Там се намират и сега глинени съдове и монети от римско време. Интересен обект е „Стоовци“ - червени пясъчници и конгломерати, които всъщност представляват продължение на Белоградчишките скали. При ясно време в посока север от тях се вижда р. Дунав.

Село Железна е разположено в подножието на Балкана от двете страни на река Огоста. Историята на селото е свързана с историята на Чипровци. Селото не се е местило. От римско време има укрепление и старинен кладенец. Тук саксонските рудари са разработвали железни, медни, сребърни и оловни рудници.

През XVI – XVII век около 600 души от населението са католици, които имат свой храм, посветен на Св. Антоний и манастирска обител с работилници,1 трапезария, килий, покрита външна галерия, атриум и градина.

След погрома на въстанието от 1688 г. селището е унищожено и по-късно заселено отново.

Днес единствената съществуваща църква е „Св. Никола”, изградена през 1938 г. като храм-паметник в чест на 250 годишнината от Чипровското въстание.

Село Мартиново се намира в северозападната част на Стара планина се гуши село Мартиново. До 1934 година се наричало Влашко село. Селото е на 680 метра над морското равнище между Язова и Чипровска планина. Сегашното си име получава заради подвизите на известния в региона хайдутин Мартин. В древността е било част от римски път. В началото на селото има останки на римски сводест мост, скрит от наносите на дерето, вливащо се в близкия микроязовир.

Регионът около селото е покрит с букови и борови гори, чисти рекички и поточета. Обявени за паметници на културата тук са: лобното място на септемврийци, църквата „Свети Георги Победоносец” и средновековната крепост в местността „Койчина чука”. В района на селото съществуват т.н. саксонски рупи в местностите „Голяма бука”, „Рупе”, „Кожлен дол”, „Карвач”. Тези рупи говорят за голямото майсторство на старите миньори, работили без каквато и да е техника.

1.3.2. Природни туристически ресурси

Природните и антропогенните ресурси, с които разполага община Чипровци, съществуващи черни пътища и пътеки, с потенциал да бъдат превърнати в туристически маршрути, съхранена природа и атрактивни полупланински и планински ландшафти, вековни дъбове и оброчни кръстове, предоставят потенциал за развитие на различни форми на алтернативен туризъм.

Природните туристически ресурси благоприятстват развитието на туризма в общината, но имат нужда от подобряване на достъпността, популяризиране и туристическа интерпретация. Те включват характерните особености на релефа (скални обзаувания, характерни ландшафти, причудливи скали, пещери, каньоновидни долини и др.), благоприятните характеристики на климата, водните ресурси реки, езера, микроязовири, водопади и др.) и биологичното разнообразие (редки и защитени растителни и животински видове и техните местообитания).

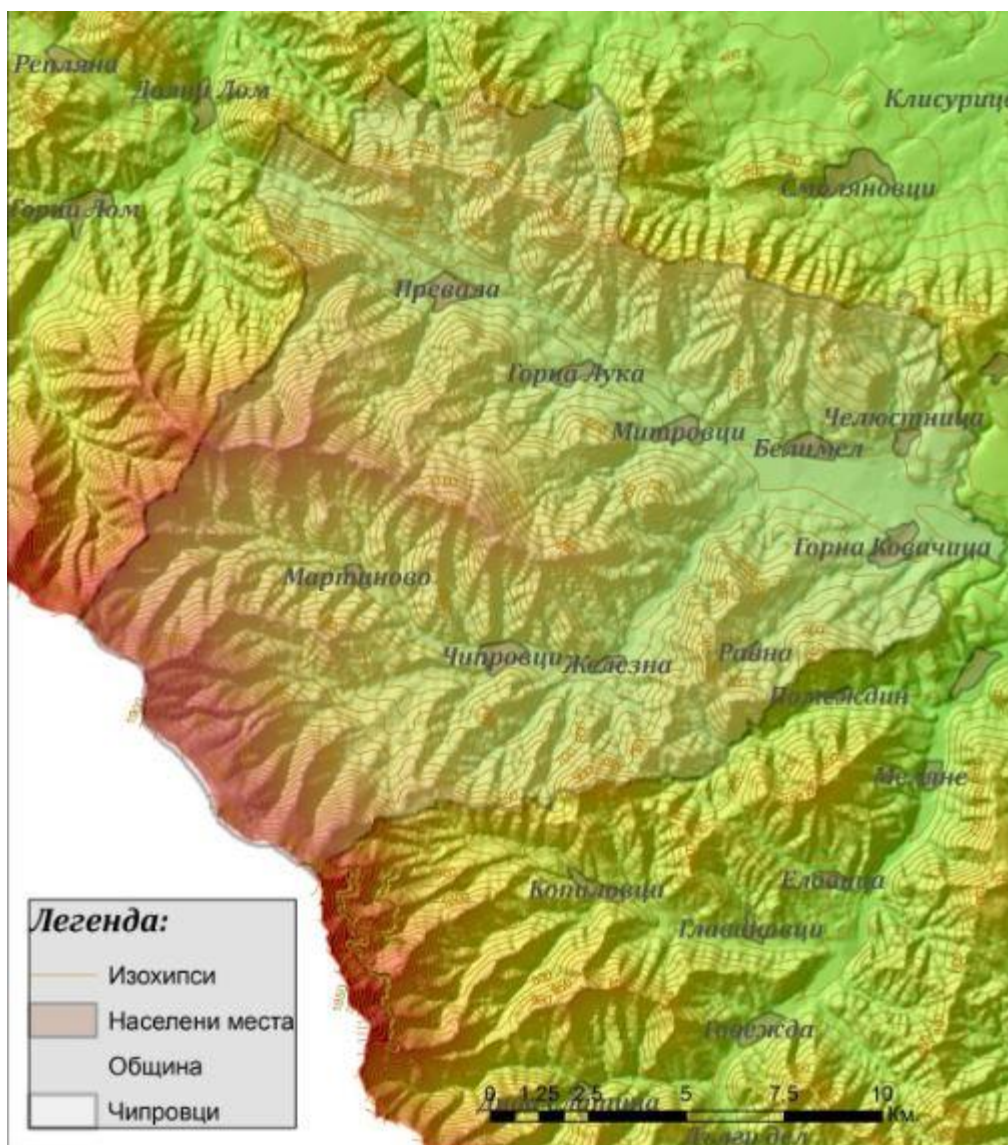
Релефът на община Чипровци е силно хълмист. Преобладават склонови форми с различен наклон, поради което се наблюдава и различна степен на ерозия на почвите. Близко 400 дка са ерозиралите площи в общината. В Чипровската планина се намират най-високите върхове на западна Стара планина: връх “Миджур” – 2168 метра, връх “Мартинова чука” – 2011 метра, връх “Голяма чука” – 1967 метра, връх “Копрен” – 1964 метра, връх “Три чуки” – 1938 метра и връх “Вража глава” – 1936 метра. Едно дълго и важно разклонение на Чипровската планина е Язова планина. Тя започва североизточно от връх “Миджур” и западно от връх “Мартинова чука” и завършва малко след връх “Кулата”, в чието подножие е разположен Чипровският манастир “Св. Иван Рилски”. Чипровската планина е изградена от палеозойски кристални скали и гранити, кредни варовици, мергели и конгломерати от антиклиорин. Стръмни са северните и североизточни склонове на планината, разчленени от притоците на река “Огоста”. Стъпаловидни са югоизточните и южните ѝ склонове, по които има естествени пасища, от които осем са благоприятстващи развитието на пасищното животновъдство (козарство, овчарство) и отглеждането на билки и диворастящи плодове (малини, къпини, ягоди, боровинки и др.) По южните склонове на Широка планина (Предбалкана) има удобни площи за развитието на овощарство и картофопроизводство. Предбалканът е прорязан от много на брой долове и дерета, в които текат бистри потоци. В

долинното разширение на река Превалска има добри възможности не само за развитието на овощарството (и по-точно в селата Превала, Горна Лука, Челюстница и Бели мел), но и на растениевъдството. От животновъдството, тук има възможност да се отглеждат крави, овце, кози, свине и птици. Природна даденост за релефа на региона е пещерата “Мишин камък”, намираща се до село Горна Лука. Интересни образувания в тази пещера са: “Камбаната”, “Арфата”, “Воденичката”, “Колонната зала”, “Балконът” и “Посетителите”. Всичко това природата през вековете е изваяла от сталактити и сталагмити по един неповторим начин. Пещерата “Мишин камък” е обявена за защитена територия. Има и още една малка пещера, в местността “Печ” на село Горна Лука, която е известна с езерцата си. В миналото всяка година на 22 март – Младенци, хората от селото са я посещавали, за да пият от езерцата вода за здраве и за да си измият лицето за плодородие и против уроки.

Релефът като природен туристически ресурс е предпоставка за развитие на различни алтернативни форми на туризъм: приключенски (велосипеден и конен); екстремни форми на туризъм (парапланеризъм, скално катерене, спелеотуризм); къмпингуване и други, което може да бъде стимулирано, чрез изграждане на дребно-машабна туристическа инфраструктура, GPS заснемане на маршрути водещи до тях, публикуване в уеб платформа за туризъм на общината и печатни рекламни материали. (Виж. Фиг. 2.)

Климатът в общината е умереноконтинентален с леко планинско влияние. Средната януарска температура е от -1° до 0°C , а средната юлска температура е 20°C . Средната годишна температура в общината е $9,7^{\circ}\text{C}$. Пролетта е сравнително кратка и наситена с обилни валежи. Лятото е горещо и на много места валежите са недостатъчни. Първите есенни мразове падат между 24 и 26 октомври. Разпределението на валежите през годината е неравномерно. Главният максимум на месечната валежна сума е през месеците май-юни, а главният минимум на месечната валежна сума е през месеците януари и февруари. Според един от големите изследователи на монтанския край - Стоян Марков: “Котловинният облик на общините по поречието на река Огоста е причина за поява през зимата на “температурна инверсия”, явление, което не се наблюдава на други места в Северозападна България”. Инверсията се разпространява от север, сковава водите в лед, земята се вледенява и пада ниска мъгла, която стои до обяд. Климатът в община Чипровци е здравословен и позволява да се развива туризъм и курортно дело през всеки сезон на годината, но най-благоприятни за туризъм и пътуване са пролетта, лятото и есента.

Главните водни артерии, които преминават през община Чипровци, са реките Огоста и Превалска, чиито води пълнят язовир Огоста – стратегически важен източник за областта. Съществуват още и къси, и малки рекички (общо 38 за община Чипровци), наричани дерета, които се пълнят с вода само през пролетта, когато се топят снеговете или ваят по-големи количества поройни дъждове. В непосредствена близост до тях, в овразите и долищата има множество извори, които населението отдавна познава и използва. На територията на общината няма минерални извори. Слабо изключение прави водата на Шарената чешма в Чипровци, която съществува от много години. В нея има съдържание на калциеви и флуорни съединения и с успех би могла да се използва за лекуване на заболявания на стомаха, черния дроб и жлъчката. Все още слабо се използват водите на язовир “Мартиново”, на Чипровска Огоста и на Мартиновска Огоста. Засега водите на реките се използват изключително за напояване, някъде и за риболов, а също така и за добив на електроенергия в местните ВЕЦ.



Фигура 2. Географско положение и релеф на Община Чипровци

Източник: Общински план за развитие на Община Чипровци 2014-2020г., Карта №1, Хипсометрична карта

В Предбалкана и в долинните разширения на река Чипровска и река Превалска преобладават светлосивите и тъмносивите горски почви, а в Старопланинската част - кафявите горски и планинсколивадните почви. Наличието на тези почви в съчетание на климатичните условия и релефа благоприятстват картофопроизводството, билкарството, овощарството, а на някои места и на лозарството. В долинните разширения може да се отглежда царевица, ръж и овес.

В района на община Чипровци се срещат приблизително 1250 вида растения. В този брой не се включват културните растения и плевелите, а само онези, които са се “заселили” тук по силата на природните закони. Естествената флора на района се е запазила почти навсякъде с изключение на някои местности в селата Мартиново, Чипровци и Белимел. Дивите растения в района включват 20 дървесни вида, 14 вида храсти и над 100 вида треви от общо 58 семейства. По склоновете на Балкана и Предбалкана растат голям брой билки: жълт

кантарион, здравец, кокиче, десетки багрилни растения като брош, сърпек, вратига, смрадлика, кисел трън и др. Горските ресурси на общината са представени предимно от широколистните гори: дъб, бук, габър, ясен и липа. Разпространени са също: черът, полският клен, мъждрянът и хвойната. Край реките Огоста и Превалска се срещат бяла върба и бяла топола. В резултат на залесяването, провеждано систематично през последните 50-60 години, в района има бял, черен бор, сребрист бор и ела. Сега в община Чипровци са маркирани и запазени 5 многовековни защитени дървета: цер на 300 години в с. Железна, зимен дъб на 300 години в с. Белимел, дървото Благуна на 250 години в с. Белимел, летен дъб на 150 години в с. Челюстница и цер на 150 години в с. Челюстница.

На територията на общината има разнообразен **животински свят**: дъждовник, гръцка дългокрака жаба, голяма крастава жаба, жълтоуха водна змия, усойница, медянка – от земноводните и влечугите. Регистрирани са 68 вида птици: глухар, черен лешояд, бухал, скален орел, кълвач, дрозд, ястреб, керкенец, чучулига, пъдпъдък, орехче и други. От бозайниците се срещат лисица, вълк, белка, златка, норка, дива котка, катерица.

Към момента територията на Западна Стара планина почти изцяло е обхваната от две припокриващи се **защитени зони от Натура 2000** – по Директивата за птиците (147 000 ха) и по Директивата за местообитанията (220 000 ха). По билото на планината минава границата със Сърбия, където е обявен природен парк „Стара планина“.

„Чипровският водопад“ е със статут на защитена местност. Той се крие сред разкошна букова гора в долината на Стара река. Висок е 18 м. До водопада се стига за 1-2 ч. по екопътека „Деяница“. Най-красив е при пролетното топене на снеговете по билото на планината.

„Деяница“ е защитена местност с площ около 30 ха. Тя е чудесна слънчева поляна под връх Три чуки (1938 m) и връх Вража глава (1936 m), живописно кътче в Чипровския дял на Стара планина, подканящо за високопланински семеен туризъм и отмора. **Три чуки** са високите върхове на запад от Чипровци, които са на границата със Сърбия. Достъпни в подножието си след 5 часов преход или с джип. предоставят невероятна гледка към целия регион.

„Равненско градище“ е защитена местност. Разположена край село Равна с площ 186 хектара. Поразява с недокоснатата от човека природа и възможността да видите защитени растителни видове и останките от тракийска крепост и римска монетарница.

Пещерата **„Мишин камък“** е със статут на природна забележителност и се намира между с. Превала и с. Горна Лука, в Чипровския дял на Стара планина, в едноименен лесопарк. Истински пир за човешкото око в тази пещера са изваяните от природата фигури от сталактити и сталагмити.

Биологичното разнообразие е богато, обаче не е добре проучено и това 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. Защитените територии са прекалено малки по площ и имат ограничено значение за туризма, а защитени зони, включени в европейската мрежа Натура 2000, все още не са пригодени за целите на туризма.

Природните ресурси на дестинацията са много и конкурентни. Носят спецификата на дестинацията и имат туристически потенциал, който е много по-голям от настоящото предлагане на продукти. Всички елементи на природното наследство могат да бъдат развити в продукти – наблюдение на птици, наблюдение на бозайници, търсене на билки или разпознаване на дървесни видове и т.н.

1.3.3. Антропогенни туристически ресурси

Антропогенни туристически ресурси са обекти и събития с неприроден характер, които представляват непосредствена цел за пътувания. 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 Чипровци 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 достъпността и функционирането им. (Виж Таблица 2) Общо на територията на Община Чипровци има 59 на брой **недвижими културни паметници**, както следва:

- **Археологически паметници** от местно значение: 1 антично селище, м. Янина ливада, с. Бели мел, 1 античен некропол, м. Янина ливада, с. Бели мел, 6 антични и средновековни крепости, Средновековна църква „Св. Никола“ в гр. Чипровци, 1 средновековно селище, 1 надгробна могила, 3 пещери в скалите, северно от с. Челюстница. Средновековна катедрала „Успение на Блажената Дева Мария“ на Историческия хълм в гр. Чипровци е археологически паметник от национално значение

- **Исторически паметници** от местно значение: гроб на руския войник Михаил Иванович в църквата в с. Бели мел, лобно място на Върбан Пенев, лобно място на въстаници, къщата на Паун Пенев (Пункова къща). Паметник на загиналите във войните 1912-1918 г., в двора на църквата „Св. Възнесение Христово“, гр. Чипровци, Паметник на загиналите във войните 1912-1918 г. в с. Челюстница.

- **Архитектурно-строителни паметници** с местно значение са: къщата на Петър Илиев Андреев, с. Горна Ковачица, местно значение, чешмата „Кладенец“, с. Железна, къщата на Петко Петков Божинов, с. Железна, къщата на Рангел Илиев Станков, с. Железна, 3 броя Караджейки в с. Мартиново, къщата на Александър Цветков Йорданов, с. Превала, къщата на Борис Симов, с. Равна, къщата на Петър Колов Стоянов, с. Равна, къщата на Мария И. Живкова (Етнографска експозиция „Катеринина къща“), къщата на Петко Цеков Минин, гр. Чипровци, Шарената чешма (римска), 10 действащи оброчни кръста в Чипровци. Архитектурно-исторически и художествен паметник е Чипровски манастир „Св. Иван Рилски“ и параклис „Св. Анастасий Велики“ от национално значение I група. Създаден през X век, манастирът изиграва важна роля в развитието на Чипровци и околността. Много пъти разрушаван и опожаряван поради това, че е средище на култура, вяра и огнище на въстания. Архитектурно-строителен и художествен паметник от местно значение II група е църквата „Св. Параскева“, с. Челюстница.

- **Архитектурно-етнографски паметник** от местно значение е комплексът „Табакхана“, кожарската работилница на Марко и Младен Петрови, воденица и вада, с. Митровци.

- **Художествени паметници** от местно значение са църквите: „Св. Троица“, с. Бели мел, „Св. Иван Рилски“, с. Горна Ковачица (местно значение II група), „Св. Възнесение“, с. Горна Лука (местно значение I група), „Св. Георги“, с. Мартиново (местно значение III група), „Св. Възнесение Господне“, с. Митровци (местно значение II група), „Възнесение Христово“, с. Превала, „Св. Възнесение Христово“, гр. Чипровци (местно значение I група).

- **Етнографски паметници:** 9 Оброчища в с. Челюстница.

Таблица 2. Регистър на недвижимите културни ценности в Община Чипровци

гр. Чипровци	1. Средновековна църква „Св. Никола“ 2. Чипровски манастир „Св. Иван Рилски“ и параклис „Св. Антанасий Велики“ 3. Средновековна църква „Свето Възнесение“ 4. Шарена чешма 5. Оброчните кръстове в града 6. Църква „Св. Възнесение Христово“ 7. Паметник на загиналите във войните 1912-1918г. в двора на църква „Св. Възнесение Христово“ 8. Катеринина къща 9. Пункова къща 10. Паметник на архиепископ Петър Богдан 11. Католически параклис-костница „Дева Мария – Майка на Църквата“
с. Мартиново	1. Средновековна църква Р. Койчина чука 2. Църква „Св. Георги“
с. Железна	1. Църква „Св. Николай“
с. Бели мел	1. Антично селище в местността Янина ливада 2. Антично селищесрещу местността Янина ливада 3. Лобното място на Върбан Панов 4. Църква „Св. Троица“ 5. Паметник на опълченеца Ангел Иванов Въцов
с. Митровци	1. Църква „Възнесение Господне“
с. Горна Лука	1. Църква „Свето Възнесение“
с. Превала	1. Църква „Възнесение Христово“ 2. Къща на Александър Цветков Йорданов 3. Войнишки паметник - чешма
с. Горна Ковачица	1. Църква „Св. Иван Рилски“
с. Равна	1. Средновековна крепост „Градище“
с. Челюстница	1. Средновековна крепост „Градище“ 2. Църква „Св. Параскева“ 3. Оброчни кръстове в селото

Движимото национално културно наследство в община Чипровци може да бъде разгледано в **градския Исторически музей и Етнографската експозиция** към него в града. Движимите паметници на културата в Исторически музей Чипровци са експонирани в 5 зали. В първата зала, показваща развитието на рударството в Чипровци, могат да се видят тракийски, римски и средновековни предмети, а най-ценният от всички е фигура на Богинята майка. По интерактивен начин са експонирани видове руди, до които всеки посетител може да се докосне. Втората зала представя Чипровска Златарска школа и е богата на образци от

металообработването през XVI-XVII в. Експонирани са основните предмети, които са изработвани тук през онова време, а именно църковна утвар (тасове, нимби, кандила, дарохранителници и мощехранителници) и женски накити (гривни, брошки, обеци, и др.). Някои от експонатите са представени с реплики, защото повечето оригинали от Чипровската златарска школа се съхраняват в зала „Златарство“ в НИМ – София. В третата зала посетителите на музея се докосват до магията на чипровските килими. Залата е богата на различни модели килими, тъкани през трите периода на развитие. Показан е пътът на развитие на килима от добива на вълната до самия завършен килим.

В залата посетителите могат да седнат на стана и да се учат да тъкат мотиви от чипровски килими. Килимената зала разполага с детски кът, където малките посетители на музея могат да редят пъзели с чипровски килими и да оцветяват книжки с килимени орнаменти. Представени са документални филми, свързани с чипровското тъкачество. Освен килимите, в залата има и други ценности като дипломи от световни изложения и панаири, на които чипровските килими биват представяни от местни търговци. Четвъртата зала представя Чипровци през XVII в., „Златният век“ на града. Залата е слабо представена откъм движими паметници на културата, но пък е богата на история. В нея ценностни предмети представляват артефактите, изкопани при катедралата „Успение на Блажената Дева Мария“, а именно кръстове, медальони, пръстени, керамика и др. Последната зала представя възрожденското изкуство. В нея са експонирани икони, стенописи и други църковни предмети. Иконите са от местни манастири и църкви. Експонираните копия на стенописи от XVII в. от вече несъществуваща църква в с. Железна се съхраняват в храм-паметника „Св. Ал. Невски“ в София.

В Етнографската експозиция към Исторически музей са представени предмети от бита и културата на торлаците, от градския бит в края на XIX в. и началото на XX в., както и винганска стая. Носии, килими, покъщнина, обзавеждане, пиано, винганска носия и чипровска сватба.

Историческият музей има фондохранилище с 6 отдела за съхранение на предмети. Това са Етнография – тъкани и килими, както и Етнография – керамика и дърво. Отдел Археология и отдел Редки и ценни предмети от XV – XIX в. Отдел Нова и най-нова история, както и отдел Художествен – живопис и графика допълват фонда на музея.

Килимарството е единственият представен тук занаят. Други занаяти като грънчарство и кожухарство са изгубени във времето. Според набраната първична информация от Община Чипровци, архаичната техника на тъкане на чипровските килими на вертикален стан датира много надалеч във времето. Доказателство за това са техниката на тъкане; старинната гладка, двулицева, гобленна тъкан; древните знаци и символи и композиционното изграждане на декорацията в най-ранните образци на този занаят. Откритите при археологически разкопки в чипровския регион глинени тежести за отвесен стан се отнасят към тракийската епоха. Според някои изследователи килимарството е тракийско наследство - в произведенията на чипровските златари, грънчари и тъкачки изпъква същият стил като тракийските образци отпреди 2000-3000 години. Католическият архиепископ Петър Богдан в релациите си до Свещената конгрегация за разпространение на вярата от началото и средата на XVII в. посочва наличието на килимчета в църквите в Чипровци и Железна. През 2014 г. умението за изработване на чипровските килими е признато за част от световното нематериално културно наследство на ЮНЕСКО. В съвременното чипровските килими са част от западнобългарската тъкаческа традиция. Старинната техника на тъкане на отвесен стан, гладката двулицева тъкан, цветовете съчетания и основните мотиви са идентични в големите центрове на килимено

производство в западните краища на българското етническо землище – Чипровци, Самоков, Цариброд, Пирот и Прилеп.

Сравнителният анализ на чипровските килими с килими от Босна, Анатолия, Армения, Кавказ и Средна Азия открива поразителна близост в техниката на тъкане и орнаментиката.

Характерно за чипровските килими е, че преждата се багри с природни бои, които се правят от корени, листа, грудки на растения от природата. В началото на XX в. килимите започват да се боядисват с химически вносни бои (анилинови), но през последните 30 години в Чипровци се възстановява природното багрене на преждата за килими. Богатата символика, митове и истории са преплетени във всеки килим. Смята се, че Чипровските килими притежават магическа сила, могат да предават положителна енергия. Дори и днес чрез вътъкането на древните символи и чрез дизайна си те носят защита на техните собственици от злото и пожелания за късмет и сполука.

Фолклорът и традициите са свързани с религиозните празници. Сирни заговезни, Коледа и Йордановден са най-тачените. Също и оброчните кръстове, на които се прави курбан. Рано сутринта на Йордановден, когато бие камбаната, всички отиват на черква, а след това се събират при оброчния кръст за този празник. Там се извършва молебен и обичай за здраве. Целият ден е изпълнен с празненства, готвене на „курбан“ и извършване на различни обреди. Старите хора разказват, че през нощта на този ден небето се отваря, показва се Господ и сбъдва всички желания на помолилите се през това време.

Покладе (Сирни Заговезни), февруари - Чества се в зависимост от разположението на Великден. С този празник се свързват няколко обичая: „Въртене на олелии“ – прави се дълго и тънко дърво, в чийто край се слага слама. След като се запали „Покладето“ (огъня), всички палят олелиите си и ги въртят бързо около главите си за здраве. „Клоцкане“ – прави се чипровска баница с печени кори и се варят яйца. Едно яйце и едно парче баница се връзват на конец, който се спуска от тавана и се разклаща. Децата се състезават кой пръв ще успее да „лапне“ яйцето.

Младенци (март) - Народен обичай, свързан с настъпването на пролетта. Провежда се последната зимна седянка и младите се подготвят за работния сезон. Месят се „младенци“ – малки питчици, приличащи на човешки фигури, пълнят се чушки с боб и се варят „кулени“ – царевица.

Връбница (Цветница) и Лазарица (Лазаровден). Една седмица преди Лазарица момите се събират, за да репетираат лазарските песни – това се случва обикновено на ливада извън селото. Тогава се избира и „кумачата“, т.е. кое ще е момчето, което ще носи кошницата с яйцата. Рано сутринта на Връбница жените кършат върба и я занасят в църквата. След това се увиват с нея, за да не ги боли кръста. В миналото Лазарица се е провеждала рано сутринта на Връбница.

Джурджев ден (Гергьовден), 7 май – От най-почитаните празници. Уважават се всички именици и се пекат агнета.

Еньовден (юни). Рано сутринта на този ден, още преди изгрев слънце, младите моми излизат на открита поляна и се овалват в росната трева. Започват да берат лековити билки, като първата от тях задължително трябва да е еньовче. Момите правят еньовски китки и венци, които завързват с червен конец. Събраните билки се сушат и се използват за лечение.

Коледуване (декември). Подготовката за празника включва предварително изработване на „рогалки“ – момчетата търсят разклонена здрава черничева пръчка, обелват кората ѝ и я оставят да съхне. Във всяка къща домакинята меси „кравайчета“ – питчици от усукано тесто. Коледарите започват обиколката си рано сутринта и използват конкретни думи: „Добро утро,

славите ли младого Бога?”, при което домакинята отговаря и слага на рогалките им по едно кравайче.

Десет оброчни кръстове из целия град също се почитат и се правят курбани на техните светци (празници). **Празникът на Гушовски манастир** „Св. Архангел Михаил“ се отбелязва на 6 септември с традиционен курбан. **Празникът на града** се чества на 1 май (Международен ден на труда) всяка година. Идват гости от цялата страна и чужбина. Изнасят се концерти с танцови състави и певци. Има спортни събития и занаятчийи на площада. **Празник на Балкана** (средата на август) се празнува в местността около хижа Явор с концерти и спортни състезания.

Фестивалът на Чипровския килим (края на април и началото на май) се организира от Община Чипровци и Исторически музей - Чипровци. Из целия град могат да се видят килими. В центъра и Историческия хълм се експонират килими от фонда на музея. На площада е изпълнено със занаятчийи с различни продукти, килимарки, народни певчески хорове и танцови състави. Това е най-голямото събитие за града.

Спортните събития са единствено футболната лига в официалния сезон. Други събития няма, въпреки че общината разполага с отлична спортна база.

Кулинарните специалитети в Чипровския регион се свързват с торлашката кухня. Типични ястия за българската етнографска група на торлаците от чипровско са супа от листа на цвекло и киселец, наложена баница с традиционни ръчно-точени чипровски кори, гнъетени чушки (пълнени сушени чушки с боб) и пръжено (бъркани местни сезонни зеленчуци на тиган).

1.3.4. Материално-техническа база и условия за развитие на туризма

Материално-техническата база на туризма представлява основно звено в процеса на създаване, реализация и потребление на туристическия продукт. Тя е важно условие за усвояване и комерсиализация на туристическите ресурси и същевременно генератор на 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. Туристическата инфраструктура включва достъп и комуникации до туристическото място, водоснабдяване, канализация, градоустройство и архитектурен облик. Туристическата суперструктура включва сградите на заведенията за пребиваване, хранене и развлечения, туроператорските и посредническите предприятия, здравните и спортните центрове.

В община Чипровци настанителната база се състои предимно от къщи за гости, към които има механи и ресторанти. Към момента общината разполага с 8 категоризирани места за настаняване. (Виж Таблица 3) На територията ѝ се намира и хижа „Явор“.

Таблица 3. Категоризирани места за настаняване на територията на Община Чипровци

	Фирма	Населено място	Имена на обекта	Категория	Брой стаи	Брой легла	Вид	№ Удост. за категория	Валидност на удостоверение
1	„Торлак“ ЕООД	с.Мартиново	Къща за гости „ТОРЛАК“	Две звезди	4	9	Къща за гости	43	01.11.2021г.
2	„Лиля 2010“ ЕООД	с. Горна Ковачица	Къща за гости „ЛИЛЯ“	Две звезди	6	12	Къща за гости	46	27.01.2022г.
3	ЕТ „Торлаците-Илия Димитров“	гр. Чипровци	Къща за гости	Две звезди	8	17	Къща за гости	49	02.11.2022г.
4	„Лионова-М“ ЕООД	гр. Чипровци	Стаи за гости „ГОСТОПРИЕМНИЦА“	Две звезди	8	19	Стаи за гости	51	20.12.2023г.
5	Анна Иванова Ангелова	с. Горна Ковачица	Къща за гости	Една звезда	4	10	Къща за гости	53	29.06.2025г.
6	ЕТ „Ил Цвет 93-Юли Цветков-Силва Цветкова“	гр. Чипровци	Семеен хотел „КИПРОВЕЦ“	Две звезди	13	26	Семеен хотел	54	21.07.2025г.
7	„ФОБУС“ ЕООД	с. Бели мел	Семеен хотел „СУХИН ДОЛ“	Две звезди	6	12	Семеен хотел	55	23.10.2025г.
8	„Еко смарт Инвест“ ЕООД	с. Челюстница	Къща за гости „ЧЕЛЮСТНИЦА“	Една звезда	8	18	Къща за гости	57	23.12.2025г.

Заведенията за хранене и развлечения (ЗХР) са предимно към местата за настаняване. Отделно на територията на община Чипровци са категоризирани общо пет ЗХР. (Виж Таблица 4)

Таблица 4. Категоризирани заведения за хранене и развлечения на територията на Община Чипровци

Фирма	Населено място	Наименование на обекта	Категория	Капацитет	Капац. закрито	Капац. открито	Вид	№ Удост.	Валидност на удостоверение
ЕТ „Тазор-Иван Тодоров“	с.Горна Лука	Пивница „Тазор-Иван Тодоров“	Една звезда	20	20	6	пивница	39	29.03.2021г.
„Болищен“ ООД	с.Превала	Пивница „БОЛИЩЕН“	Една звезда	37	25	12	пивница	41	30.03.2021г.
„Йоан-Виолета Колова“	гр.Чипровци	Кафе-аперитив „Йоан-Виолета Колова“	Две звезди	20	20	-	Кафе-аперитив	48	31.07.2022г.
ЕТ „БАРС-Цветелина Димитрова“	гр.Чипровци	Кафе-аперитив	Две звезди	50	20	30	Кафе-аперитив	47	14.07.2022г.
„Лионова-М“ ЕООД	гр.Чипровци	Кафе-аперитив „Гостоприемница“	Две звезди	50	32	18	Кафе-аперитив	52	20.12.2023г.
„ФОБУС“ ЕООД	с.Бели мел	Ресторант „СУХИН ДОЛ“	Две звезди	50	30	20	Ресторант	56	23.10.2025г.

Сред местата за настаняване, категоризирани и подходящи за индивидуални и организирани туристически посещения са:

- Хотел „Гостоприемница Кипро“ в Чипровци разполага с бар, градина и тераса. На разположение на гостите са ресторант, денонощна рецепция, румсървиз и безплатен WiFi във всички части.

- **Хотел „Сухин дол“** е разположен в центъра на с. Бели мел и предлага безплатна Wi-Fi връзка, съоръжения за барбекю и детска площадка. На място има също ресторант и безплатен частен паркинг.
- **Вила „Челюстница“** се намира в с. Челюстница и предлага безплатни велосипеди, общ салон и тераса.
- **Къща за гости „Торлаците“** в близост до центъра на гр. Чипровци предлага четири двойни стаи и четири семейни (с възможност за допълнителни легла), механа с вътрешен двор, където може да се опита колоритната местна кухня. Домакините предлагат за своите гости организиран преход по първи етап от екопътека „Деяница“ с планински водач и организиран транспорт.
- **Хотел „Кипровец“** се намира в центъра на града под Историческия хълм. Хотелът предлага дванадесет двойни стаи и един апартамент, обзаведени в модерен стил, с прекрасна гледка към планината и града, ресторант с отворена лятна тераса и механа в традиционен стил, както и безплатен достъп до безжичен интернет в целия хотел.

На разположение на гостите на града са и няколко къщи за гости, които все още не са категоризирани, както и няколко самостоятелни заведения за хранене и развлечение.

Атракционен парк „Приключенци“ (Бунгалата) е предназначен за деца. Намира се над Гушовски манастир и е оборудван с различни атракции за малки и големи деца. От катерушки и люлки до тенис корт, баскетболно игрище, стена за катерене.

Стадион „Миньор“, Чипровци се намира в началото на град Чипровци и е реновиран преди няколко години. Разполага с басейн, малко игрище, два сектора за публика, бани, съблекални, конферентни и компютърни зали.

На територията на общината има няколко занаятчийски работилници и местни производители:

- **Кооперация „КИПРА“** – за производство на чипровски килими. Фирмата е най-старият производител на известните чипровски килими, поддържайки неизменно високо качество на продукцията вече 89 години.
- **ЕТ „Чушкарчето“** са производители на килими, с представителни магазини в гр. София и центъра на гр. Чипровци.
- **Елиса Арт ЕООД** са производители на килими.
- **Пивоварна „Чипровско пиво“** е специализирана за производство на крафт бира.

Местни планински водачи предлагат **над 20 маршрута за пешеходен туризъм**, за събиране на билки и горски плодове, за риболов, най-популярните, от които са:

- Чипровци – Гушовски манастир – Хижа „Явор“ – Чипровски водопад – Вишката – м. „Деяница“ - Чипровската екопътека - „Деяница“. Продължителност – 1 ден, /през всички сезони с възможност до вр. Трите чуки/ (Виж. Фиг. 4.)
- Чипровци – Чипровска застава - м. Алдинци – м. „Деяница“ – Вишката - м. „Три кладенци – м. „Мартинова чука“ - с.Мартиново – Чипровци. Продължителност – 2 дни, /Летен/
- Чипровци – м. «Велин Дел» - «Буни връх» - «Врански камък» - М. «Чуката» - «Яворов дол» - Квартал «Бързан» - Чипровци. Продължителност - 1 ден, /Летен/
- Чипровци – Велин Дел – м. «Буни връх» - «Цървени кладенци» - с. Горна Лука - пещера «Мишин Камък». Продължителност – 1 ден, /Летен/
- Превала – Стовци. Продължителност 1 ден - целогодишно.

The map shows the village of Chiprovci and its surroundings. Key landmarks include the Church of the Ascension of Christ (Св. Възнесение Христово), the Historical Museum (Исторически музей), the Ethnographic Museum (Етнографски музей), and the Katerina House Museum (Катеринина къща музей). The map also shows the village of Preobrazhenie Gospodne (Преображение Господне) and the village of St. Peter and Paul (Св. Св. Петър и Павел). The map includes a legend, a scale bar, and a north arrow.

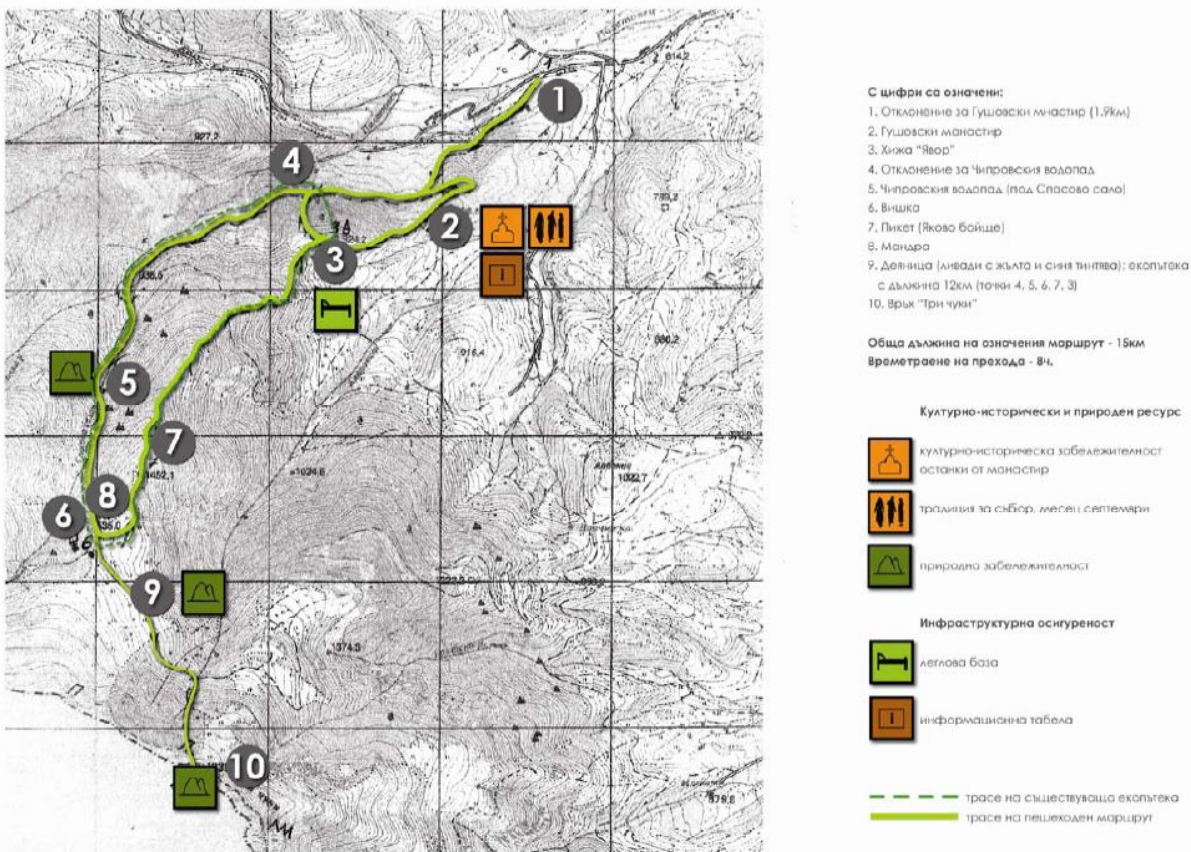
Легенда

	Община Чипровци		Оброчен кръст
	Катеринина къща музей		Къща за гости
	Исторически музей		Улица
	Църква		Третокласен път

Източник: Община Чипровци и Сдружение ЧАР

Под връх Мартинова чука (2026 m), на 1500 m разстояние от върха и на 1500 м.н.в. през лятото на 2011г. е построен туристически заслон за ползване свободно от всички туристи. Целта на заслона е да улесни изкачването на в Миджур 2168 m, първенец на Западана Стара планина. От него за един ден спокойно се отива и връща до Миджур. Също от него може за ден да се стигне до х. „Копрен» и до всичките населени места в района: с. Мартиново, гр. Чипровци, с. Горни Лом, с. Копиловци, с. Горна Лука, с. Превала, с Долни Лом и с. Железна, а също така и до Чипровския манастир. Построен е с доброволни дарения и труд. Заслон «Мартиница» улеснява значително изкачването на в. Миджур откъм Чипровци.

ПЕШЕХОДЕН МАРШРУТ ДО “ГУШОВСКИ МАНАСТИР” И “ТРИТЕ ЧУКИ”



Фигура 4. Кръгов туристически маршрут от гр. Чипровци до Гушовски манастир и вр. „Трите чуки“

Източник: Община Чипровци и Сдружение ЧАР

Анализът на материално-техническата база показва, че местата за настаняване не са достатъчно. Това се явява сериозен ограничителен фактор за развитието на туризма. Освен това те не са разпределени равномерно в общината, част от тях не са категоризирани или не отговарят на съвременните изисквания на туризма, което затруднява работата с туроператори. Заведенията за хранене и развлечение също така са сравнително малко и неравномерно разпределени, като част от тях, особено в по-малките населени места, не функционират оптимално.

Инвестирането в развитие на цялостна мрежа от пешеходни, велосипедни и конни маршрути на територията на общината е по възможностите на Община Чипровци, като заинтересована страна да демонстрира интегриран подход при насърчаването на алтернативни форми за придвижване за местната общност и привличане на български и чуждестранни туристи. По този начин ще се създадат условия за съвременни форми на пешеходен и велотуризм и насърчаване на нови услуги (наем на шосейни и велосипеди за планински преходи, конни преходи). Необходимо е да се положат усилия за сътрудничество със

съседните общини, най-вече Монтана, Чупрене и Георги Дамяново, с цел предлагане на общи пешеходни и велосипедни маршрути и създаване на регионален туристически продукт. Необходимо е също така да се извърши обследване, за да се установи доколко част от изброените пешеходни маршрути са подходящи за планинско колело, както и GPS заснемане, създаване на профил на маршрутите и предписания за тяхната туристическа интерпретация: указания за извършване на маркировка, изработване и монтиране на информационни табла, изграждане на лека туристическа инфраструктура (стълбички, парапети, кътове за отдих и др.), където е подходящо и има необходимост.

Липсата на целенасочена национална политика за устойчиво развитие на туризма във вътрешността на страната оказва негативно влияние върху местното туристическо развитие. Министерството на туризма все още не е изготвило регламент и стратегия за управлението на туристическите атракции, включени в Националния туристически регистър. Не е ясно все още от кои туристически обекти може да се събира туристическа такса, от кои 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 собственици на туристически обекти все още не оползотворяват наличния потенциал за диверсификация на туристическия продукт, 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 развитие на устойчив туризъм. Те привличат туристи, като добавят висока потребителска стойност към съществуващи наблизко природни или културно-исторически обекти, или развиват нова туристическа зона. В голяма степен подобни проекти трябва да отговарят на определени критерии в зависимост от целите и ефектите, които ще бъдат заложени в перспектива, тъй като те освен чисто икономически аспект имат общностен, имиджов и други. Всичко това налага въвеждане на система за примерни критерии за развитие на туристически атракции, подредени по степен на значимост:

A: Задължителни:

- Общинска/държавна собственост подходяща за реализиране на инвестиция
- Достъпна пътна инфраструктура
- Близост на спирки на градски/ междуградски или ЖП 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 в близост 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 предвидената инвестиция в атракция
- 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 археология/ маршрути / природни феномени/ инфраструктура за финансиране с европейски средства в различни направления: за бизнеса/ общината/ НПО и местната общност.

1.4. Състояние на туризма в община Чипровци

Направеният анализ на външните и вътрешните фактори на пазарната среда, туристическия потенциал и условията за развитие на туризма, показва, че община Чипровци има потенциал да развива някои от алтернативните видове туризъм, които обаче ще се предлагат най-често като комплексни пакети, с преобладаващи елементи от една или друга форма на селски, религиозен, фестивален, езотеричен, екотуризм, планински, пешеходен, конен, велосипеден, 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. Формите на алтернативното туристическо пътуване са две: организирана и неорганизирана. 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 на 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.

Проучването на туристическия потенциал на дестинацията извежда значителни възможности за изграждане на **конкурентен туристически продукт** за алтернативно туристическо предлагане:

- възможности за планински и маршрутно-познавателен туризъм;
- възможности за екотуризм – наблюдение на дивата флора и фауна в естествената им среда, природнопознавателен туризъм в защитени територии, bird-watching, ботанически туризъм;
- възможности за приключенски и екстремн туризъм: шосейно и планинско колоездене, езда, рафтинг, скално катерене, спелеотуризм и др.
- възможности за културно-исторически, религиозен и кулинарен туризъм;
- възможности за образователен и доброволчески туризъм.

На практика най-силният актив – килимарските традиции, все още не е предложен в продукт, недостатъчно експонирани са и всички възможности за планински и приключенски туризъм. Ролята на местните власти за подпомагане на развитието в туризма е изключително важна, но на този етап тя не е достатъчна.

За създаване на устойчив туризъм дестинацията има най-важните предпоставки – ценен туристически ресурс и все още живи килимарски традиции, но без подкрепата и съвместната работа между община (маркетингова подкрепа, изграждане на атракции, поддържане на обща инфраструктура, контрол върху качеството на предлагането), бизнес (създаване на продукти, места за настаняване, заведения за хранене и развлечение) и силен неправителствен сектор, туризмът не може да извърви своя път към устойчиво развитие.

1.4.1. Кадрова обезпеченост

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. 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 Чипровци не е голям. Ако ще се полагат усилия за развитие туризма, би трябвало да се насърчат жителите на общината, 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 развиват нещо подобно (принципът “мотивация чрез пример”).

Това, от което днес ще се нуждаят те, е обединението им за общата кауза – туризъм в община Чипровци - специализирано обучение и достъп до финансови ресурси. Съществуващите доставчици на услуги и предприемачи, които работят директно или индиректно за туризма в общината би трябвало да създадат неформална партньорска мрежа и координират своите действия за постигане на общоприетите стратегически цели на общинското развитие. Те би било добре 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, 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.

Необходимите действия за подкрепа на развитието на човешките ресурси включват:

- 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 на общинското развитие;
- 5) Обучение по свързани с развитието на алтернативния туризъм теми;
- 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 на добри практики за алтернативен туризъм.

Подпомагането на предлагането на устойчив туризъм изисква 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 поне на един специалист в общинската администрация, който да се занимава с въпросите на туристическото развитие.

Положителният ефект от повишаването на компетентностите посредством имплементацията на управлението на проекти в 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.

Паралелно с обогатяването на туристическото предлагане в общината укрепването на административния капацитет в общинска администрация, е наложително да заработи ефективно Туристическият информационен център (ТИЦ), който да предлага не само информация на място за наличните туристически атракции, но и да започне да промотира туристическите възможности на общината чрез електронен маркетинг, да събира и поддържа база данни за туристическите обекти на територията на общината, да контактува активно с останалите заинтересовани страни и да поддържа партньорска мрежа. Допълнително към длъжностната характеристика на експерта по обществени поръчки, проекти и програми в общинска администрация е необходимо да се добави и „маркетинг в туризма”.

Създаването на Консултативен съвет по въпросите свързани с туризма е изискване по Закона за туризма и представлява практически доказан работещ инструмент за управление на туризма на местно ниво и допълване на капацитета на общинска администрация. Негов председател следва да бъде кметът на общината или упълномощено от него лице, а съставът му да бъде от равен брой общински служители и външни експерти, включително местни предприемачи. С цел ефективното му функциониране, 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.

За успешното прилагане на туристическите политики на община Чипровци и подобряване на качеството са необходими:

- създаване на Консултативен съвет по въпросите свързани с туризма;
- повишаване квалификацията на служителите от ТИЦ-а или сключване на договорни правоотношения с външен експерт, който да извършва координационна роля;
- добавяне на орговорности и задължения в направление „маркетинг в туризма” на експерт в общинска администрация, който работи в направление обществени поръчки, програми и проекти;
- ефективен организационен процес, мониторинг и контрол по изпълнение на текущата работна дейност в сферата на туризма;
- дефиниране на ясни краткосрочни и средносрочни цели и приоритети;
- утвърждаване от кмета на годишен график, обвързан с отговорници и срокове за изпълнение на заложените дейности в ресор туризъм;
- изготвяне на междинни отчети, задълбочени анализи и оценки на участието на община Чипровци 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 Чипровци 2021-2027 г., които след обсъждане на Консултативен съвет и утвърждаване от кмета да бъдат придвижени за гласуване към Общински съвет;
- извършване на текущ контрол по изпълнение на взетите решения от страна на ресорния заместник-кмет, като 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.

1.4.2. Профил на туристите и сегментиране на пазара

Съвременният турист търси разнообразен туристически продукт, съчетаващ няколко вида туризъм, дори и да бъде с една основна цел. Например културно-исторически, да може да бъде съчетан с кулинарен, фестивален и/или религиозен туризъм. Информира се предимно от интернет посредством стационарно или мобилно устройство. Има множество интереси и е любопитен към откриването на нова информация и изживявания. Притежава туристически опит, което го прави изискващ и критично оценяващ, създава своите очаквания на база рекламни материали, онлайн публикации, удобство и достъпност до информацията. Това налага създаването на реалистични очаквания, не трябва да се допуска разминаване между представянето на обектите и реалната ситуация. Дори тя да не изглежда от най-привлекателните, туристът може да направи своя информиран избор.

Съвременният турист изисква повече, поради това, че разполага с повече информация, критичен е и знае, че може да бъде създател на съдържание, което да разпространява в социалните мрежи, като оказва влияние върху общата визия на региона, дестинацията, туристическият обект, продукт/услуга. Лесният достъп до туристически продукти, особено ценово конкурентни, прави съвременния турист непостоянен по критерии и при вземането на туристически решения. Увелича се по модното и търси атрактивно туристическо изживяване. Активен е и желае да се асоциира с туристическите предложения, които получава и/или избира, като цени възможността да избира елементите на туристическото си изживяване. Воден от желанието да задоволи повече от своите духовни, интелектуални, образователни интереси, съвременния турист се интересува и от допълнителни предложения. Използва повече на брой и по-разнообразни информационни източници за вземане на решение за туристически пътувания. Доминиращият източник за чужденците е туристическата агенция, онлайн платформи, социални мрежи, това води до извода, че най-подходящият комуникационен канал е интернет и определя ключовата роля на туристическия уеб сайт и активното ползване на социални мрежи.

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 пренощуващите в община Чипровци лица следват националната тенденция: преобладаващите нощувки са реализирани от жители на столицата. Туристите, биха били привлечени в община Чипровци можем да групираме по следния начин:

1) *Пътувания за почивка* в селска среда най-вече през уикендите на топлото полугодие, националните празнични дни и краткотраен летен отдих в ограничени на брой места за настаняване, като 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, планински преходи, каране на велосипеди. Ограничаваш фактор е липсата на достатъчно места за настаняване.

2) *Посещения на събитийни прояви*: Фестивал на килима и Празник на Балкана.

3) *Посещения в Исторически музей – Чипровци, църкви и манастири*: това са част от по-малка пътувания на индивидуални туристи и групи, както и на едnodневни ученически посещения и организирани поклоннически пътувания за туристи от третата възраст.

Тези потенциални целеви групи имат висока покупателна способност и подчертан интерес към пътувания извън столицата в уикендите и националните празници. Целите им на пътуване са свързани с досег със съхранения природа, чист въздух, възможност за краткотраен отдих и преживявания в чиста среда, съчетание на природа и култура, с посещения на културни забележителности.

Профил на чуждестранните туристи:

- младежи и семейства (25-45 год.), които пътуват за почивни дни и искат да научат повече за България, съчетаващи престоя си в страната с допълнителни изживявания;
- транзитно преминаващи;
- емоционално свързани с България туристи (емигранти живеещи в чужбина), ценящи предлагането на културно-исторически забележителности, природни дадености и допълнителни изживявания и автентични събития;

- туристически групи с образователна насоченост;
- индивидуални туристи, които създават собствен персонализиран туристически продукт, който подготвят старателно във времето. Това включва и малки приятелски групи, които комбинират туристическото си изживяване;

- уикенд-туристи, които биха съчетали няколко форми на туризъм.

Профил на вътрешните туристи:

- туристи с интерес към региона и близостта на съответната община и възможностите за туризъм, които се предлагат в района ѝ;

- местни хора, които търсят отдых през уикенда и имат любопитство за опознаване на региона;

- съставлящи самостоятелни пътувания, в които комбинират различни видове туризъм;

- с друга цел пътуващи в региона, но с време за посещения на културно-исторически и природни обекти;

- пътуващи извън активните сезони – уикенди и празнични дни;

- пътуващи с кратък престой, но по-често и целогодишно;

- активно търсещи туристи, гъвкави в избора си и със собствено мнение, организиращи пътуването си сами и склонни да комбинират няколко вида туризъм;

- туристи, търсещи задоволяване на допълнителни потребности с по-висок образователен ценз и интелектуално ниво с необходимост от допълнителни продукти в различните видове туризъм;

- активни в глобалната мрежа и ползващи електронни услуги, нови технологии (мобилни).

Туроператори и туристически агенции:

- туроператори, предлагащи разнообразни туристически пакети;

- специализирани европейски туроператори, предлагащи изходящ туризъм в малко познати дестинации;

- туроператори, организиращи ученически пътувания и маршрути;

- туроператори, организиращи културно-познавателни и поклоннически пътувания за туристи от третата възраст;

- български туристически агенти, предлагащи отделни туристически услуги, включително в рамките на страната: хотелски резервации, конферетни и спортни прояви, екскурзоводски услуги, тийм билдинги, туристическа анимация и др.

Други заинтересовани страни:

- Кметове на съседни общини с интерес към предлагане на регионален туристически продукт;

- Научни и културни институции (исторически, етнографски и археологически музеи; читалища, културни центрове)

- Институции за управление на културно-историческото наследство (музеи, общини, културни институти);

- Учебни заведения (училища, колежи и университети) с профил, насочен към културното наследство и туризма;

- Малки и средни предприятия в хотелиерство и ресторантьорство, предлагане на допълнителни услуги (спортно-приключенски: конна езда, рафтинг, каякинг, колоездене и др.; екскурзоводски услуги, туристическа анимация и др.);

- Туристически информационни центрове;

- Организации за маркетинг на туристическите дестинации, национални туристически организации;
- Консултантски фирми и НПО;
- Локални сдружения и асоциации (фолклорни, занаятчийски, спортни, туристически дружества, клубове по интереси и др.);
- Артисти, занаятчии, изтъкнати учени, учители, предприемачи.

Работата в сферата на ПР комуникациите и привличането на основните и вторичните таргет групи, следва да бъде насочена основно към генериране на по-голяма публичност в регионалните и национални медии и активно използване на собствените комуникационни канали:

- Създаване на партньорства с медии;
- Създаване на партньорства с водещи блогъри, влогъри и инфлуенсъри в онлайн пространството;
- Позициониране на туристическите обекти, маршрути и продукти в медиите в местните средства за масова информация;
- Генериране на значими информационни поводи като Фестивалът на килима и др.
- Активно използване на собствените онлайн платформи на общината и музея за промотиране на туристическия портал и съдържанието в него: официални сайтове и фейсбук страници, други фейсбук страници, промотиращи двата района и др., чрез поставяне на банери, бързи връзки и споделяне на новини и събития.

В практичен план първата стъпка е да се изработи актуален медиалист, и създаване на персонални взаимоотношения с представителите на подбраните медии:

- Актуално, навременно и акуратно да бъдат информирани медиите преди и след ключови събития в двете общини;
- Изпращане на прессъобщения само и единствено при значими информационни поводи.
- Едно от основните действия в дългосрочен план е представителите на заинтересованите страни, да включат темата за туризма в Чипровци повечето свои публични изяви, а в прессъобщенията задължително да се добавя линк към туристическия портал на Чипровци.

Промоцията на ключовите събития, рекламирани чрез различните комуникационни канали, включва микс от ПР и рекламни дейности преди, по време на и след провеждане на събитията.

1.4.3. Туристическо предлагане и специализирани видове туризъм

Специализираните или алтернативни 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 Чипровци има условия за устойчиво развитие на няколко специализирани видове туризъм, които са дефинирани най-вече въз основа на природните туристически ресурси, връзката на Чипровци с Балкана, съхранената природна среда и съществуващата спортна база. Това са: 1) селски и аграрен, 2) планински пешеходен и екотуризъм, 3) приключенски и екстремн, 4) спортен и делови туризъм.

Селски и аграрен туризъм

Селският туризъм се характеризира с престой в селска среда (къща или устроен в близост къмпинг, друга настанителна база), контакт с домакините, достъп до стопанството или престой във ферма. Той може да се яви като преминаващ, т.е. престой в рамките на обиколен тур или като уикенд или дори една седмица престой. И в двата случая 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 и 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) и 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. По данни на Българска асоциация за алтернативен туризъм преобладаващите чуждестранни посетители в българските планини и села са германци, французи, испанци, англичани и амеиканци, с тенденции на засилен интерес през последните няколко години. Въпреки това опитът на българския селски туризъм е все още ограничен. Наблюдава се отсъствие на координирана политика и промоция. Повечето дейности и продукти остават относително непознати и получават слаба подкрепа от местната и централната власт. При промоцията се разчита предимно на международни проекти. 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.

Аграрният туризъм се отнася до разнообразни дейности, които са свързани пряко със селскостопанския труд – зеленчукопроизводство, овощарство, животновъдство, производство на традиционни кулинарни изделия (сирене, кашкавал, баници, сладка и др.) и др., както и със сградния фонд, необходим за съответната дейност. Пребиваването включва използване на всички възможности на средата с нейните особености (*култура, бит, природа*), т.е. целия потенциал на региона. Важен елемент, присъщ на аграрния туризъм е акцента върху производствения елемент (*активната селскостопанска дейност на приемащия стопанин*), която е източник и на основна част от доходите му. Поради това той се предлага в много страни от селски стопани, за които туризмът е втори източник на доход след основната селскостопанска дейност, извършвана от тях. Тази форма на селски туризъм се използва предимно в Холандия, Германия, Франция, Чехия и др.

Планински пешеходен и екотуризм

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, за сега

липсва целенасочена стратегия, която поетапно да създава условия и да изгражда популярни туристически маршрути тук. съхранената природа и добрата транспортна достъпност са предпоставка за интерес към планините в региона, но информация се намира трудно, а 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, като за част от тях дори липсва информация.

Община Чипровци 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 интернет, чрез общинската уеб платформа за туризъм, както и в специализирани интернет страници и канали за туризъм.

Екотуризмът в 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 настоящето или в миналото), 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 Чипровци, съчетание на полупланински, планински и равнинно-хълмист релеф, ѝ дава редица предимства в сравнение с конкурентни туристически райони. Защитените зони от Натура 2000, които попадат на територията на община Чипровци предоставят възможности за наблюдения на птици и други животински видове, както и ботанически турове.

Приключенски и екстремн туризъм

Приключенският туризъм набира все по-висока популярност, като съчетание от няколко вида туризъм: планинско коолездене, конен туризъм, скално катерене, проникване в неблагоустроени пещери, преходи със снегоходки през зимата, конни преходи, летене, практикуване на водни спортове и др. При практикуването на този вид туризъм доминира общуването на природата и активното участие с определен физически ангажимент за туристите. Тази група от различни по сезонност и среда турове има 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 необходимост 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 екстремн туризъм на територията на община Чипровци са значителни и не изискват големи инвестиции. Нивото на развитие на местните предприемачи в предоставянето на различните видове туристически продукти и услуги (видове туризъм), както и интеграцията между тях при предоставянето на съвместни продукти за търсещите нови изживявания, до голяма степен ще е решаващо относно реализирането на различни инициативи и събитийни прояви. Предлагане на 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, делтапланеризъм, велотуризъм, оф-роуд възможности и др.

Спортен и делови туризъм

Спортният туризъм е вид специализиран туризъм, задоволяващ потребностите на туристите от спортуване, рекреация и активен отдых 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. Обикновено разходите реализирани при спортния туризъм са значително по-високи от средните. Спортните туристи могат да бъдат разделени в две основни групи:

- Активни участници – вземат участие в различни спортни активности;
- Пасивни участници – туристи присъстващи, само като зрители на спортно събитие;

В зависимост от крайния резултат, могат да се обособят:

1. Спортно-рекреативен. Тук се отнасят видовете спорт не изискващи големи физически усилия. При тях основната цел е релаксация чрез физическа активност.

2. Спортно-развлекателен. Практикуват се разнообразни видове спорт с основна цел развлечение и получаване на силни усещания. Поради това тези спортове могат да се разглеждат и като елемент на развлекателния туризъм.

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

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

Наличната спортна инфраструктура е подходяща за по-големи спортни прояви, както и за спортуващи традиционни видове спорт и може да привлече посетители от Северозападна България. Съществуват също така възможности за алтернативни и разнообразни форми на спортуване, които в по-малка степен са зависими от локална спортна инфраструктура:

- Стрелба с лък по стационарна мишена;
- Детски лагери и планинско ориентиране;
- Здравословни практики на открито – йога, ци гун и други.

Необходимо е да се разработи концепция за спортна анимация, която ясно да дефинира ролите на общината и местните доставчици на продукти и услуги в сферата на спортния туризъм. Съвместното реализиране на подобен продукт ще направи Чипровци 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.

Деловият туризъм е свързан тясно с бизнес пътуванията. Пътуващите са представители на малкия, средния и големия бизнес. Основният мотив на туристите е свързан с бизнеса, а туристическите услуги имат съпътстващ характер. Деловият туризъм се съчетава с традиционния туризъм, като за кратко време предлага условия за делова работа и развлечение. Възможности за провеждане на бизнес мероприятия и делови туризъм предоставя спортния комплекс в гр. Чипровци с оборудваните конферентни зали, както и

останалата материална база – голямата заседателна зала в общинска администрация, Пунковата къща и др. Възможностите за провеждане на този вид туризъм са ограничени по отношение на капацитет на мероприятията, но за сметка на това могат да бъдат организирани бутикови бизнес прояви в съчетание със селски или спортен туризъм.

Специализираните видове туризъм, насочени към антропогенните туристически ресурси са 1) културният, 2) фестивалният и 3) религиозният туризъм, като в общината има предпоставки за развитие на 4) образователен и 5) доброволческият туризъм.

Културен и религиозен 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, с 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 за отдых на по-уединени места, съхранили специфичните за туристическата дестинация характерни особености. Пътуванията с цел опознаване на различни култури води до нарастване социалната интеграция и намаляване на противопоставянето между отделните общности и народи. По този начин се увеличават шансовете за трансгранични инициативи и проекти, водещи до по-добро опазване на общото европейско културно и природно наследство. Според мотивацията на пътуването културният туризъм може да бъде религиозен, образователен, фестивален (събитие) или мотивиран от недвижимото историческо наследство.

Религиозният туризъм е вид специализирано туристическо пътуване, развиващ се на базата на верско-поклоннически и културни мотиви. За участниците в тези пътувания водещи са традиционно религиозни потребности и културно-познавателните им интереси и предпочитания. В основата им стои по принцип стремежа за служба на бога и съответната религия в рамките на пътувания с цел лични участия в ритуали, празници и обреди в храмове и свети места в различни срани и територии.

Религиозният туризъм за много изследователи е част или форма на проявление на културния туризъм в по-духовната, строго верска и личната му представителност. Пътуващите с цел посещение на свети обители и знакови за вярата им места. Тази констатация се потвърждава от регистрирания от туроператори и експерти интерес на гостите към конкретни религиозни храмове и свети места. Интерес за този вид туристи представлява организирането на вътрешни маршрути и посещения в рамките на празници и храмови богослужения по повод на чествания на католически и православни светци и събития.

Интересът към културното наследство на община Чипровци като туристическа дестинация не е използван оптимално като част от цялостна стратегия за създаване, развитие и полуризиране на туристически продукт на територията на общината.

Фестивален (събитие) туризъм

Фестивалният туризъм в България през последните години доби голяма популярност, създавайки огромни форми от жанрово разнообразие. Той е все по-използван инструмент за насърчаване на туристическото търсене и предлагане. Свързаните с определени събития пътувания са изключително популярни и са резултат от повишената необходимост от преживявания.

Фестивалният туризъм 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 чрез предлагане на микс от запомнящи се преживявания. Целта на създаването и развитието на един събитиеен продукт е популяризиране на различните възможности за потребяване на туристически продукти и услуги на територията на Общината. 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 – за проектиране на отличителен от конкурентни събития формат;
- Уникалност на предложението към потенциалните участници и зрители;
- Целева група – локален ефект на ниво местна общност, регионално и национално;
- Цели на събитието – промотиране на нова дестинация; сплотяване на местната общност; изграждане на нов имидж на популярна дестинация; представяне на уникален събитиеен формат; популяризиране на събитието, като част от други национални: мрежа от събития (Нощ на музеите в България); екологични инициативи, доброволчески инициативи; кръг от национален шампионат по определен вид спорт и т.н.);
- Място на провеждане – подходяща среда за създаване на уникална спрямо събитието атмосфера;
- Достъпна пътна, обща и специализирана и туристическа инфраструктура за потенциалните посетители/участници;
- Дата за провеждане в зависимост от утвърдени регионални или национални събития;
- Продължителност на събитието;
- 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 общината 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 Чипровци.

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 4-5 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 към днешна дата отговарят Фестивалът на Килима и Празникът на Балкана.

Образователен и доброволчески туризъм

Тенденциите и перспективите за развитие на образователен и доброволчески туризъм имат своята специфика и основните им конкурентни предимства, но все още не са развити традиционно. Налице е формиране на екологично съзнание, грижа за околната среда, подпомагане на регионалното развитие и местната общност, както и условията за създаване на алумни мрежи. Интердисциплинарният подход за обучение в реална среда, основан върху доктрината на Томас Кун за принципа на парадигмата чрез конкретни примери доказва, че устойчивото мислене може да се превърне в устойчиво действие и по този начин да се установи трайна връзка между академичния свят, гражданските инициативи и неправителствения сектор, както и обменът на международен опит при образователни и доброволчески пътувания. Добра практика, която може да се поднови в Чипровци е опита на интердисциплинарна образователна мрежа "Място за бъдеще" и провеждането на Международни пътуващи университети. Развитието на двата вида туризъм има възможност да допринесе съвременното образование да бъде интердисциплинарно, интегрирано с опита ни, практическо и екологично.

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 природната среда или изследване на аспекти от обществото или околната среда. Най-общо дефиницията за посетител при доброволческият туризъм обхваща всеки човек пътуващ извън постоянната си среда и 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. Те 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 месеци, но по-малко от година. В момента се наблюдава ръст на доброволческите пътувания, но все още е трудно да се уточни колко разпространен е доброволческият туризъм. Пътуванията официално се причисляват 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 активно разглеждането на околната среда, екологичните, културните и социалните проблеми на дадена дестинация.

Успех би имало реализиране на инициативата „Чипропедия – вторият уикиград в България” в сътрудничеството между Община Чипровци, Исторически музей - Чипровци и инициативна група „Уикимедия”. Насърчаване на доброволчеството 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 Чипровци и региона. Обявяването на Ден на Чипропедия и провеждане на ежегодни събитийни прояви, свързани с честването му ще поддържа „жива” инициативата и ще допринесе за нейното развитие във времето.

1.4.4. SWOT анализ на туристическата среда

Целта на всеки SWOT анализ е като съвременен маркетингов инструмент да спомогне за определяне на текущата стратегическа позиция и избора на нова пазарна стратегия за популяризиране на килимарските традиции и устойчивото развитие на килима. Настоящият SWOT анализ обединява и синтезира информацията и резултатите от извършените проучвания на килимарските традиции и туристическия потенциал на дестинация Чипровци. В него се прави оценка на вътрешните за района силни и слаби страни, както и външните възможности и заплахи, от гледна точка на устойчивото туристическо развитие.

Използването на SWOT анализа като инструмент и в процеса на планиране на туристическото развитие на община Чипровци има за цел да представи синтезирано важни акценти от актуалното състояние на дестинацията от гледна точка на нейния потенциал за развитие на туризма. Чрез SWOT анализа се цели да се изберат приоритетни сфери за постигане на устойчиво развитие на туризма, както и да се определят съществените проблеми и ограничения пред устойчивото туристическо развитие в региона.

Върху средата за развитие на туризъм в Община Чипровци, както и на предоставяните от нея условия, влияят и външни фактори, върху които е трудно да се въздейства. Затова усилията трябва да бъдат насочени не към стремежа за тяхното управление, а най-вече към ограничаването, а по възможност и ликвидирането на тяхното негативно влияние, както и към извличането на максимални ползи от тяхното благоприятно въздействие. Сред най-значимите външни фактори, които оказват влияние върху управлението на туризма на местно равнище, са държавата с провежданата от нея политика в областта на туризма; нормативно-правната уредба, регулираща отношенията в туристическия отрасъл, както и нормативно-правните актове, регулиращи други сфери на икономическата дейност, но оказващи пряко или косвено влияние върху туризма. Тук трябва да се споменат и действащите на международно равнище правила и нормативни актове в сферата на туризма.

Таблица 5. SWOT анализ на туристическата среда в Община Чипровци

СИЛНИ СТРАНИ	СЛАБИ СТРАНИ
Туристически ресурси	
• Разнообразни природни условия и ресурси, благоприятни за различни видове туризъм: - планински, полупанински и котловинни райони с карстови образувания, причудливи форми на релефа; - благоприятен климат през четирите сезона;	• Негативни промени в природния ресурс – замърсяване, изсичане на част от горския пояс, намаляване на рекреационните зелени площи; • Негативни климатични промени-засушаване и недостиг на водни ресурси; микроклиматични промени

- реки и язовири; - преобладаващи горски масиви в планинските райони и рекреационни ландшафти за отдих и туризъм през четирите сезона; - Редки и ендемитни растителни видове, билки, диворастящи плодове, етерични и багрилни растения, дивеч; - Защитени територии и зони Натура 2000 с богато биологично разнообразие • Продуктово предлагане с потенциал: съчетание на разнообразни рекреационни ресурси в туристически маршрути от различни форми на планински и приключенски туризъм, културен и събитиеен туризъм • Многообразие на антропогенни фактори: богато културно-историческо наследство от различни епохи; материални паметници на културата: археологически, исторически, архитектурни, художествени, религиозни; занаятчийски традиции, съхранен автентичен фолклор и традиционна кухня; • Исторически музей и етнографска сбирка. • Съхранени автентични древни традиции – килимарство и багрене на вълната с естествени багрила; • Умението да се тъкат чипровските килими е част от нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО; • Устойчивост на занаята (предава се като родова памет от майка на дъщеря) • Грижа за опазване на килимарството: музей, Фестивал на килима в Чипровци; обучение на ученици по тъкане и багрене с билки в Основното училище в Чипровци • Продуктово предлагане - “обучение по тъкане и багрене с билки” за всеки желаещ гост на дестинацията; • Известен килимарски център със столетни традиции • Килимарството е лесно съчетаемо с кулинарен и културен туризъм, какъвто регионът има потенциал да развие.	• Липса на цялостна маркетингова стратегия за устойчиво развитие на туризма, липса на маркетингови проучвания, на усилия за създаване на туристически бранд и продуктово позициониране в Чипровци • Липса на компетентност в маркетинговите усилия: недостатъчно развит културен туризъм в региона за сметка на приключенски, планински; неоползотворени докрай възможности за приключенски и спортен туризъм; ниска посещаемост от туристи; недостатъчно продуктово предлагане; липса на популярност и недостатъчна реклама; липса на цялостна рекламна политика за промотиране на възможностите за туризъм в трансграничния район; • Демографски проблеми - намаляващ брой на населението, ниска раждаемост и отрицателни миграционни процеси; • Намаляващ интерес към килимарството: сред младото поколение; като основен поминък; като атракция за туристите • Липса на цялостна стратегия за популяризиране на килимарството, включително чрез туризма: повече тематични атракции и продукти, специализирани туристически пакети на туроператорите; представяне на килимарските традиции по време на занаятчийски и туристически изложения; външна реклама – информационни табла, билбордове и др. • Липса на национална политика за популяризиране и съхранение на занаятите и в частност килимарството; • Неблагоприятни фактори за продуктово формиране на дестинацията: - Липса на достатъчно предлагане на туристически атракции, занаятчийски ателиета, развлекателни и нощни заведения. • Липса на браншови туристически организации.
---	---

Материална база (обща и специализирана инфраструктура) и условия за развитие на туризма	
• Сравнително добра транспортна достъпност и състояние на пътната мрежа; • Добро състояние на електропреносната мрежа; • Липса на замърсяващи индустрии на територията на община Чипровци. • Наличие на основна туристическа инфраструктура: - семейни хотели и къщи за гости; - спортен комплекс със стадиони и оборудвани конферентни зали; - парк „Приключенци” в района на х. Явор - спортни и развлекателни съоръжения - Туристически информационен център, разположен на комуникативно място. - Създаване и маркиране на маршрути с подходящи атракции и оборудване	• Неблагоприятни географски фактори: - Общината е периферна територия по отношение на останалите общини от областта и страната и на големите икономически центрове; - Отдалеченост от традиционни туристически маршрути; - Отдалеченост от летища; • Неблагоприятни фактори от общата инфраструктура: - лошо състояние на водопроводната мрежа; - липса на пречиствателна станция и проблеми с отвеждането на отпадните води; • Неблагоприятни фактори за елементи на туристическата инфраструктура: - недостатъчна настанителна база; - липса на достатъчно разнообразни ЗХР и търговски обекти; - необходимост от реновиране на част от настанителната база в района.
ВЪЗМОЖНОСТИ	ЗАПЛАХИ
Политически и правни	
• Облекчаване на граничните, митническите, визовите и другите бариери, стоящи пред движението на туристи от ключови пазари; • Развитие на евроинтеграцията, създаване на условия за по-ефективно усвояване на средствата за регионално развитие на туризма по отделни програми; • Приемане и прилагане на европейски и международни нормативи и стандарти във връзка с преориентацията на страната в международните отношения; • Разработване на работещи стратегии, прогнози, планове и проекти за устойчиво туристическо развитие на национално, регионално и местно ниво; • Развитие на трансграничното сътрудничество в туризма	• Заплахи за международния туризъм от пандемия и затваряне на граници; • Липса на контрол върху регулирането на туристическите дейности и изпълняване на законовите нормативи при ново строителство и спазване на санитарно-охранителни норми; • Невъзможност за гарантиране на вътрешна политическа стабилност и сигурност; • Изостряне на военно-политическите конфликти в Близкия Изток и нови бежански вълни; • Задълбочаваща се финансова и икономическа нестабилност; • Изостряне на конкуренцията на пазара на труда, което се отразява неблагоприятно върху кадровото осигуряване на туристическите дейности в двата района;

• Насърчаване развитието на вътрешния туризъм като част от националната туристическа политика; • Догонване степента на социално-икономическо развитие между отделни региони, страни и социални общности. • Усъвършенстване на нормативната база на туризма; • Институционална и законодателна подкрепа за развитието на публично-частното партньорство в туризма и засилване ролята на НПО в него; • Правни промени за облекчаване на предприемачеството в туризма; • Стимулиране развитието на малкия и средния бизнес в туризма.	• Национална туристическа политика, насочвана към масов туризъм и недооценяване на крайграничните райони; • Липса на целенасочена местна туристическа политика; • Динамичност в нормативната уредба на туризма.
Икономически	
• Богат избор от възможности за инвестиране в туристическия сектор и развиването на алтернативни форми на туризма в Община Чипровци; • Стабилност на финансово-икономическата система на България; • Стимулиране на икономически растеж чрез развитие на туризма като национален приоритет; • Мерки за подобряване на бизнес климата и условията за привличане на чужди и местни инвеститори за усвояване на нови туристически територии и места; • Усилия на институциите за привличане и увеличаване на преките чуждестранни инвестиции в туризма; • Разрастване на споделената икономика в туризма; • Повишаване на производителността на труда, ефективността на стопанските и социалните дейности; • Разширяване на производството на стоки и услуги, стимулирано от туристическото потребление; • Внедряване на съвременни технологии и иновации в унисон с изискванията на туристическото търсене;	• Лоша бизнес среда за малките и средни фирми на територията на общината; • Слаба конкурентоспособност на фирмите на вътрешния и международен пазар. • Липса на лицензирани стоки, произведени в общината за износ в страни членки на Европейския съюз. • Недостатъчна атрактивност на общината за привличане на инвеститори. • Недостатъчна реклама и неразвит маркетинг за стоките, произведени на територията на общината. • Неблагоприятно влияние на бъдещи икономически и финансови рецесии; • Намаляване на мултипликационния ефект на туризма в свързаните с него стопански сектори – търговия, транспорт, финанси, индустрия, строителство в условия на настъпваща икономическа криза; • Намаляване на интереса и доверието от страна на чуждестранни инвеститори в областта на туризма и невъзможност за привличане на външни капитали; • Опасност от масови фалити на туристически фирми в следствие на пандемичната обстановка;

• Разширяването на диапазона от допълнителни услуги и комплексността на туристическия продукт; • Оптимизиране на секторната структура в туристическите райони; • Финансиране на образователни проекти от чуждестранни донори чрез НПО и местна власт за обучение на кадри за туризма.	• Оттегляне на ключови играчи от българския пазар и свиване на туристическото предлагане, което ще доведе до вълна от фалити; • Недостиг на икономически потенциал и стопанска активност; • Недостатъчно бюджетни средства за развитието на инфраструктурата: за ремонт на водоснабдителната мрежа, за ремонт на пътища и съоръжения; • Разрастване на сивия сектор; • Липса на надеждни статистически данни; • Липса на контрол върху качеството на туристическото предлагане.
Социално-културни и демографски	
• Положителна нагласа у хората за подобряване на качеството на живот в региона по отношение на икономическата, социалната и културната дейност; • Увеличаване на сегмента на хората в третата възраст с доходи за туризъм; • Повишаване на образователното равнище на населението в Европа и засилен интерес към културно-познавателни пътувания; • Засилване на грижата за здравето и на интереса към здравния и рекреационен туризъм; • Нарастване на дела на самостоятелно организираните ваканционни пътувания чрез използване на електронните канали за дистрибуция; • Развитие на социален туризъм и подобряване на извънсезонната заетост на легловата база; • Нарастващ интерес към традициите, автентичната култура и връщането към корените; • Създаване на туристически продукт, интегрирал в себе си благоприятно географско положение, уникални туристически ресурси, бит в духа на старите традиции, богата история и атрактивен фолклор;	• Влошаване на демографските фактори: естествен прираст, застаряване на населението, бягство на младите от общината, изтичане на квалифицираната работна ръка, повишена смъртност и обезлюдяване на селищата; • Недостиг на бюджетни средства за капитални вложения и за социална дейност; • Миграция на квалифицираните туристически кадри към конкурентни страни и дестинации; • Недостиг на кадрови потенциал за туризма с относително високо образователно равнище и добра професионална квалификация; • Намаляване на доходите на участниците в туристическия процес и данъчните постъпления от него; • Намаляване на работните места и локалната заетост, пряко в туризма, и косвено в съпътстващите дейности; • Слаба координация и интеграция между операторите на различните видове туристически услуги, дейности и атракции в курортния комплекс, района и страната като цяло; • Невъзможност за създаване на комплексно положително психологично

• Възстановяване на старите занаяти: златарството, ковачеството и др. и създаване на Възрожденски комплекс в центъра на гр. Чипровци; • Стимулиране на заетост и насърчаване на предприемачеството; • Реализиране на социални програми и приобщаване към потребление на туристически продукти, насочени към хора от третата възраст, учащи се, деца и младежи, хора с ограничения или в социално неравенство, и т.н.	въздействие върху туриста и формиране на чувство за удовлетвореност. • Застаряващо население и отрицателна миграция. • Липса на средно учебно заведение.
Екологични	
• Сравнително добри качества на въздуха и питейната вода; • Отсъствие на източници за промишлено замърсяване. • Значителни екологично чисти територии. • Отлични климатични условия в Чипровския район; • Заложени добри мерки за грижа за природата в бъдеще: • Въвеждане на принципите на кръговата икономика в туристическата индустрия; • Внедряване на добри европейски практики за енергийна ефективност и опазване на околната среда; • Въвеждане на утвърдени критерии и иновации в хотелиерството и ресторантьорството, гарантиращи спазване на екологични норми и изисквания в туристическата индустрия; • Укрепване на хвостохранилища, технологично и биологично рекултивиране; • Териториално-функционално зониране, позволяващо опазване на природните ресурси в комплексите и околностите им; • Постигането на високи европейски стандарти по санитарна хигиена, екология, здравеопазване, контрол на качеството • Адекватна национална и общинска нормативна уредба за опазване на околната среда и културното наследство.	• Негативни екологични въздействия върху биоразнообразието, елементите на климата, водите и защитените територии; • Запрашеност на въздуха в селищните територии (от строителни дейности и запрашеност на улиците); • Опасност от замърсяване на речната мрежа от производствени дейности и отходни води; • Неспазване на емисионните норми, заложени в издадените разрешителни, в следствие на неефективна работа на пречиствателните съоръжения на водите; • Опасност от водоплочна и ветрова ерозия; • Липса на екологичен и санитарен мониторинг и контрол; • Опасност от природни катаклизми (свлачищни и ерозионни процеси) при прекомерна експлоатация на горските масиви.
Технологични	

• Обновяване и развитие на транспортната мрежа в Чипровския регион; • Подобряване и развитие на общата транспортна инфраструктура в неусвоените за туризъм места; • Дигитализация на създаването, дистрибуцията и комуникацията на туристическия продукт; • Внедряване на автоматизирани информационни системи, иновации и роботизация.	• Нарастване на разходите за хардуер, софтуер и професионални кадри за работа в дигитална и онлайн среда; • Опасност от нарушаване на правата на потребителите с подвеждаща информация и неизпълнение на договореното онлайн количество и качество на предлагания туристически продукт; • Риск от хакерски атаки и нарушаване на сигурността на обмена на конфиденциална информация.
--	--

Направеният SWOT анализ отчита синтезирано важни акценти от актуалното състояние на дестинацията от гледна точка на нейния потенциал за развитие на туризма. На този етап все още силните страни доминират над слабите и са отчетливи възможностите да бъде планирано килимарството като двигател на туристическото развитие на община Чипровци и създаване на устойчив туристически продукт от типа на алтернативния туризъм. Чипровци разполага и с огромно богатство от туристически ресурс, който има потенциала да предложи богата гама от допълнителни туристически продукти, свързани в общо послание – бранд.

Разнообразните природни условия и ресурси позволяват развитието на конкурентен и самобитен целогодишен туристически продукт, но на този етап основно две са причините за неразвит пълноценен продукт – няма маркетингови усилия за стимулиране на развитието на туризма и липсват достатъчно атракции и тематични продукти, свързани с идентичността на дестинацията. За устойчивото развитие на туризма в региона на Чипровци е важна високата конкурентност на продукта (постига се чрез брандово изграждане и управление на развитието на бранда, високо качество на услугите и връзка между бранда и продукта), опазване на зелената система на района, инвестиране и подобряване на настанителната база, още тематични атракции. В този смъсъл създаване на Стратегия за развитие на туризма в Чипровци не е достатъчна, за да осигури път към устойчиво развитие на дестинацията, тъй като тя дава насоки за формиране на продукти и видове туризъм, но не ги разработва докрай – тя е фактор за постигане на целенасочено развитие, но не е достатъчен фактор, за да го изведе докрай в битката за конкурентно преимущество между дестинациите.

Изграждането на туристически бранд като основен стратегически приоритет завършва посоката на стратегическото планиране в реални практически действия и послания, както и предлага план за развитието на бранда и продукта, което преминава тематично през всички маркетингови стъпки на дестинацията. Димитрова (2016) създава *иновативен подход за изграждане и управление на бранд на туристическа дестинация*, който успешно може да бъде приложен в създаване и на бранд на Чипровци.

1.5. Фактори и предпоставки за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци

Устойчивото развитие на туризма в община Чипровци 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 Чипровци, като се търсят креативни и иновативни решения за позиционирането ѝ като атрактивна туристическа дестинация, с конкурентни предимства спрямо останалите общини от област Монтана.

1.5.1. Създаване на туристически бранд Чипровци

Създаването на бранд (търговска марка) на дестинацията е един от ключовите елементи на програмата за развитие на туризма и маркетинговия план. Изграждането на търговска марка е метод за създаване на уникална идентичност с имена на продукти, дизайн, знаци, символи или комбинации от тях, въз основа на диференциация в сравнение с други конкурентни продукти.

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 на място 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 Чипровци. В тази връзка ще обърнем внимание на основните характеристики и на архитектурата на бранда, които трябва да залегнат при неговото изграждане, а именно:

- да бъдат отличими и разпознаваеми;
- да бъдат свързвани с определени символи;
- да са носители на характеристики, пряко свързани с община Чипровци;
- да спомагат за по-успешно популяризиране на възможностите за туризъм в община Чипровци;
- да съобщават всичко необходимо за едно туристическо пътуване на своите публики.

Културно-историческото и природното наследство на дестинация Чипровци дават възможност да се проследи пълният производствен цикъл на килима, който представлява най-силното послание на дестинацията и е елемент, конкурентен в световен мащаб, тъй като умението за тъкане на чипровските килими е признато като част от нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО, т.е. то е уникално. В този смисъл е изключително лесно по методологията на Димитрова (2016, 2020) да бъде създаден бранд на Чипровци по две причини. Първата е, че брандът според Димитрова е идентичност и репутация, а е ясна идентичността на дестинацията – тя е място на наследници на прочути килимарски традиции. Втората причина е, че когато гради своя репутация, брандът преминава като червена нишка през всички продукти и послания на дестинацията, а Чипровци е сред редките примери, в които маркетингът е подпомогнат дори продуктово – тук са опазени древни традиции и е достатъчно само да бъдат подкрепени и популяризирани, тук тази червена нишка е доловима, т.е. връзката между продуктите е ясна и тя води към създаване на прочутите килими. Брандът вече е вграден в тези продукти и е лесно да бъде заявен. Със създаването на килимите е свързана всяка втора дейност на чипровчани – от отглеждането на реплианска овца, през откриването на билки за багри в Чипровския Балкан, стригане, пране и дарак на вълната,

боядисване и предене, до създаване на стана от букови дървета от тишляр-дърводелец и тъкане.

Сред природните атракции с най-голяма атракторна сила (уникални) в Чипровци са: Чипровският водопад, резерватът «Чупрене», ендемитните растителни видове и най-вече *Ramonda serbica*.

Сред културните атракции с най-голяма атракторна сила е чипровската килимарска традиция на тъкане, част от световното културно наследство на ЮНЕСКО, представена в *Исторически музей – Чипровци*, в Катеринината къща и на Фолклорния фестивал.

Сред изследваните елементи на дестинацията най-силно изявени в дестинация Чипровци са *етосът* и културата.

Ранжиране на елементите по конкурентност за извеждане на бранд:

Чрез бранда ще бъдат представени предимствата на Чипровци като най-силни брандови елементи, изведени от Димитрова в рамките на проекта „Приказката на килима“:

- най-важен актив е умението да се тъкат чипровски килими, опазило хилядолетни традиции и характерни занаяти (овцевъдство, тъкачество, багрене с билки и тъкачество), получило голямото признание от ЮНЕСКО като част от нематериалното културно наследство на света (живите традиции на западнобългарското килимарство в Чипровци)

- втори по важност актив е спецификата на християнското наследство на Чипровци – две деноминации на една религия – християнската. Те са католицизъм и източно православие. Този важен брандов елемент присъства в манастирите, храмовете; в живите семейни традиции и обреди на всички празници от християнския календар, в символиката на герба на Чипровци.

- трети актив е културно-историческото наследство на целия регион - Исторически музей Чипровци, Калето, занаятчийството, легендите, обичаи и обреди. Този елемент допълва образа на Чипровци с интересната възрожденска история на българите от района – от Чипровското въстание до хайдушкото движение тук.

Така брандът на Чипровци залага на най-важния брандов елемент и другите два, които в съчетание определят неговата идентичност. Най-кокурентният актив за Чипровци безспорно е килимарската традиция, която обхваща етоса (духа, атмосферата) на целия район, културното наследство, обединява в себе си към първите два елемента и природните дарове – багрила, билки, цветни мотиви, *отглеждането на специалната порода реплянска овца за добив на вълна, традицията на всяко семейство да тъче килими, да предава занаята на багрене и тъкане на поколенията, а заедно с това и хилядолетните символи и декорации на килимите.*

Патриархът на българската литература Иван Вазов сам е създал слоган на дестинацията: „Чипровци – цветето на България“. Това послание носи колорита на дестинацията и нейните основни брандови елементи: пъстротата на килимите в цветове и форми; това е цветето на България, свързано с технологията на природно багрени, с послания и знания за древни символи и пази местните традиции така, както момата пази цветето си. След създаването на бранд следва написване на брандова история и филмирането ѝ - така се реализира позициониране на бранда на дестинацията чрез най-силните ѝ активи.

Приоритетна цел на брандовата история и филма, дефинирана от Димитрова, е позициониране на бранда, чрез който се постига конкурентност и развитие на устойчив туризъм в дестинацията. **Специфична цел** на популяризиране на най-силните активи на дестинацията чрез филм е издигане на значимостта на културното наследство на Чипровци и неговото валоризиране чрез извличане на икономически ползи чрез туризма от развитието в продукт на природното и културно наследство в Чипровския район. Готовият филм ще достигне до максимален брой публики, ще има функцията на катализатор на интереса към

дестинацията, който може да бъде измерен чрез вторични показатели като брой гости и брой реализирани нощувки в местата за настаняване в Чипровци и района, както и с увеличаване на интереса към чипровските килими и продукти (реализирани повече продажби, потребление на място на повече продукти, свързани с тях).

Културно-историческото и природното наследство на дестинация Чипровци дават възможност да се проследи пълният производствен цикъл на килима, който представлява най-силното послание на дестинацията и е елемент, конкурентен в световен мащаб, тъй като умението за тъкане на чипровските килими е признато като част от нематериалното културно наследство на ЮНЕСКО, т.е. то е уникално. В този смисъл е изключително лесно по методологията на Димитрова (2016, 2020) да бъде създаден бранд на Чипровци по две причини. Първата е, че брандът според Димитрова е идентичност и репутация, а е ясна идентичността на дестинацията – тя е място на наследници на прочути килимарски традиции. Втората причина е, че когато гради своя репутация, брандът преминава като червена нишка през всички продукти и послания на дестинацията, а Чипровци е сред редките примери, в които маркетингът е подпомогнат дори продуктово – тук са опазени древни традиции и е достатъчно само да бъдат подкрепени и популяризирани, тук тази червена нишка е доловима, т.е. връзката между продуктите е ясна и тя води към създаване на прочутите килими. Брандът вече е вграден в тези продукти и е лесно да бъде заявен. Със създаването на килимите е свързана всяка втора дейност на чипровчани – от отглеждането на реплянска овца, през откриването на билки за багри в Чипровския Балкан, стригане, пране и дарак на вълната, боядисване и предене, до създаване на стана от букови дървета от тишляр-дърводелец и тъкане.

Сред природните атракции с най-голяма атракторна сила (уникални) в Чипровци са: Чипровският водопад, ендемитните растителни видове и най-вече *Ramonda serbica*.

Сред културните атракции с най-голяма атракторна сила е чипровската килимарска традиция на тъкане, част от световното културно наследство на ЮНЕСКО, представена в *Исторически музей – Чипровци*, в Катеринината къща и на Фолклорния фестивал.

Сред изследваните елементи на дестинацията най-силно изяви в дестинация Чипровци са *етосът* и културата.

Ранжиране на елементите по конкурентност за извеждане на бранд:

Чрез бранда ще бъдат представени предимствата на Чипровци като най-силни брандови елементи:

- най-важен актив е умението да се тъкат чипровски килими, опазило хилядолетни традиции и характерни занаяти (овцевъдство, тъкачество, багрене с билки и тъкачество), получило голямото признание от ЮНЕСКО като част от нематериалното културно наследство на света (живите традиции на западнобългарското килимарство в Чипровци).

- втори по важност актив е спецификата на християнското наследство на Чипровци – две деноминации на една религия – християнската. Те са католицизъм и източно православие. Този важен брандов елемент присъства в манастирите, храмовете; в живите семейни традиции и обреди на всички празници от християнския календар, в символиката на герба на Чипровци.

- трети актив е културно-историческото наследство на целия регион - Исторически музей Чипровци, Калето, занаятчийството, легендите, обичаи и обреди. Този елемент допълва образа на Чипровци с интересната възрожденска история на българите от района – от Чипровското въстание до хайдушкото движение тук.

Така брандът на Чипровци залага на най-важния брандов елемент и другите два, които в съчетание определят неговата идентичност. Най-кокурентният актив за Чипровци безспорно

е килимарската традиция, която обхваща етоса (духа, атмосферата) на целия район, културното наследство, обединява в себе си към първите два елемента и природните дарове – багрила, билки, цветни мотиви, *отглеждането на специалната порода реплянска овца за добив на вълна, традицията на всяко семейство да тъче килими, да предава занаята на багрене и тъкане на поколенията, а заедно с това и хилядолетните символи и декорации на килимите.*

Приоритетна цел на брандовата история и филма е позициониране на бранда, чрез който се постига конкурентност и развитие на устойчив туризъм в дестинацията. **Специфична цел** на популяризиране на най-силните активи на дестинацията чрез филм е издигане на значимостта на културното наследство на Чипровци и неговото валоризиране чрез извличане на икономически ползи чрез туризма от развитието в продукт на природното и културно наследство в Чипровския район. Готовият филм ще достигне до максимален брой публики, ще има функцията на катализатор на интереса към дестинацията, който може да бъде измерен чрез вторични показатели като брой гости и брой реализирани нощувки в местата за настаняване в Чипровци и района, както и с увеличаване на интереса към чипровските килими и продукти (реализирани повече продажби, потребление на място на повече продукти, свързани с тях).

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. Приема се, че същността на комуникационно-рекламната идентичност е това как общината и региона е възприеман, какъв е образа на позициониране в съзнанието на хората. За постигането на разпознаваемост на Чипровци като туристическа дестинация съществена, съществена роля имат графичните символи: лого, логотип и слоган. Целта на бранда е да допринесе за разпознаваемост, да отличи продукта от този на конкурентите, да засили възприятието за стойност и удовлетворението от преживяването.

Разработването и въвеждането на **доброволна сертификация за качество** „запазена марка “Чипровци” е друг инструмент за изграждане на имидж на туристическа дестинация, която ще бъде част от туристическия бранд Чипровци. Концепцията на сертификацията е разработена от д-р Десислава Алексова, като част от модела за устойчиво местно туристическо развитие по примера на община Ботевград. Имплементирането ѝ се основава на необходимостта от създаване и налагане на по-ефективен маркетингов инструмент, чрез който продуктите от Чипровци и региона да бъдат по-конкурентноспособни 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. **Сертификат „запазена марка Чипровци”** ще могат да получат:

- **туристически обекти:** места за настаняване, заведения за хранене и развлечение, туристически атракции (занаятчийски ателиета, атракции от събитиеен 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 Чипровци, като по този начин графичното изображение допълнително ще асоциира сертифицираните обекти или стоки с туризма в Чипровци и устойчивото му развитие.

Основни критерии, по които ще се присъжда сертификата „**Запазена марка Чипровци**”:

- 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, 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, обзавеждане предимно с български стоки, 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 Чипровци” са разработени по модела на сертификационната система на фондация Pan Parks, тази на Регионална туристическа асоциация „Стара планина”, Природен парк „Странджа” и Община Ботевград. Главната цел на Стандартите е да подпомагат налагането на устойчив модел на туризъм и местно икономическо развитие в община Чипровци, както и да 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 Чипровци” е необходимо да бъде поет от всички заинтересовани страни, за да се получи максимален ефект, а именно:

- налагане на високи стандарти за качеството, повишаване конкурентноспособността 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 обслужване, устойчивост и екологосъобразност.

Създаването и утвърждаването на туристически бранд Чипровци и доброволната сертификация са пряко свързани с маркетинговата политика на община Чипровци.

1.5.2. Туристическо микрорайониране на община Чипровци

Необходимостта от туристическо райониране на местно ниво се мотивира от необходимостта за развитие на устойчив и конкурентноспособен 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 Организацията за управление на туристическите райони (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) – функцията по 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. Туристическото микрорайониране на ниво област или община следва да бъде в синхрон с обособените по 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 ниво община, схема на туристическото микрорайониране, включваща следните таксономични единици: туристически микрорайон, туристическа зона, туристическо ядро, туристическо място и туристическа точка.

Схемата за туристическо микрорайониране на община Чипровци представлява авторска разработка на д-р Алексова в съответствие с основните теоретични принципи и постановки, чиято цел е насочена към комплексно планиране и управление на туризма. В основата ѝ е използван ресурсен подход и има покритие на цялата територия на общината. 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. За формиране на микрорайон, са отчетени транспортните връзки и ресурсната обезпеченост със съседните общини, а за обособяване на туристическите зони и туристическите ядра са отчетени границите на землищата на отделните селища в

общината, както и общинската граница. Четирите таксономични единици на територията на община Чипровци обхващат:

Туристическата зона (tourist zone) е територия, на която има граница и определени правила. Тя 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 зоната 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 **туристическите ядра** (tourist core area). На територията на община Чипровци могат да се обособят 3 туристически зони, които да обхваната землищата на следните населени места: 1) Мартиново - Чипровци – Железна, 2) Превала – Горна Лука – Митровци и 3) Бели мел – Челющница – Горна Ковачица – Равна.

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.)

Туристическата точка (vista point) обхваща гледката. При нея се поставя на охранителен режим именно гледката, а не конкретен обект. Съответно има възбрана за поставяне на съоръжения, които да скриват гледката, да намаляват нейния обхват или да развалят загадката на мястото, когато става въпрос за светилище.

Община Чипровци, заедно със съседните ѝ общини: Берковица, Чупрене, Георги Дамяново, Монтана и Бойчиновци могат да обособят самостоятелен **микрорайон**, с цел предаване на регионален туристически продукт.

Целта на туристическото микрорайониране чрез използване на ресурсния подход (Маринов, 1988) е, да се открие спецификата на отделните туристически зони на територията на общината и да се очертаят насоки за устойчиво развитие на туризма, съобразно наличните ресурси и условия на местно ниво.

1.5.3. Прилагане на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация (ETIS)

Същност и особености на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация – ETIS:

- ЕК, ръководство в помощ на местното самоуправление в усилията за мониторинг, управление и повишаване на устойчивостта на дадена туристическа дестинация
- Полезен инструмент проследяване на ефективността на дестинацията и вземане на подобри управленски решения, както и за въздействие върху съответните 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.

При разработване на методика за система за мониторинг и оценка, съобразно условията и спецификата на туристическата дестинация, се извършва подбор на подходящите индикатори, които се описват във формуляр по образец.

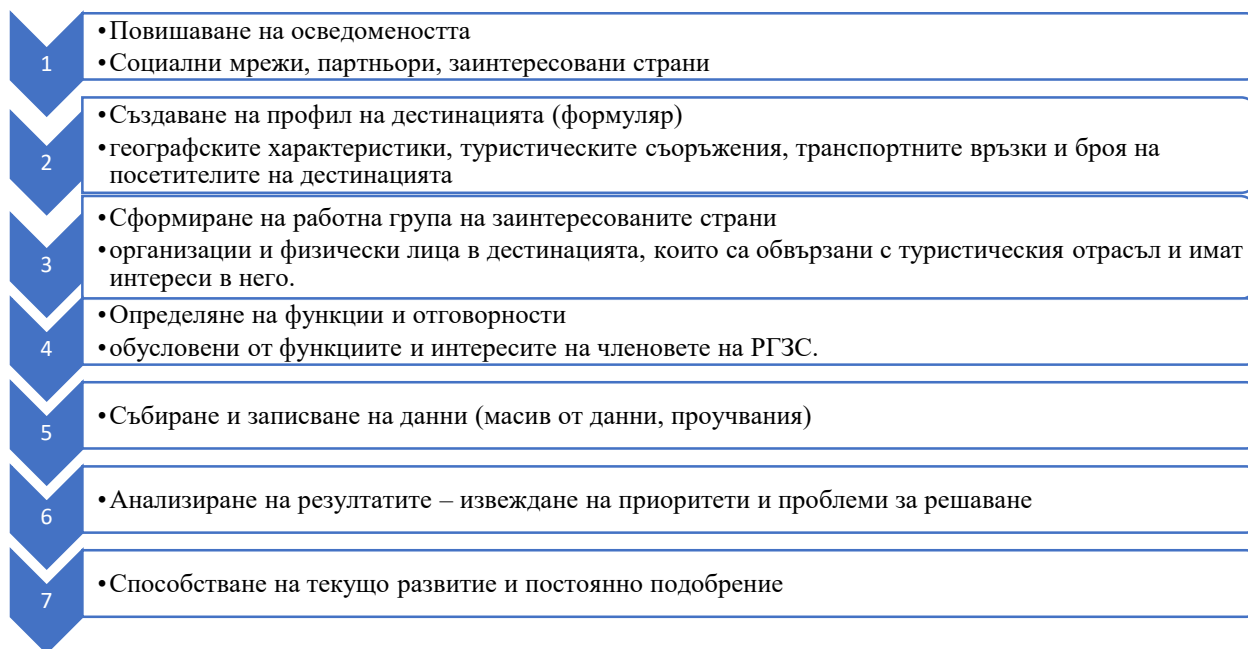
Ползите от прилагането на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация – ETIS могат да се систематизират по следния начин:

- Насърчава се от Европейската комисия (мерки, проекти)
- Пряко свързано с конкурентоспособността на дестинацията
- База данни за вземане на ефективни управленски решения (приоритети)
- Управление на рисковете
- Положителен имидж (общност, посетители, заинтересовани страни)
- Допълват разписаните от Закона за туризма функции на Организациите за управление на туристическите райони (ОУТР) по отношение на планиране, управление, мониторинг, рекламиране и предлагане на пазара.

Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация е приложена пилотно в България като инструментариум от Бургаска област, община София, община Белоградчик, община Каварна, община Русе, община Силистра, община Свищов, община Тутракан, община Видин, община Ботевград и др.

Процесът на прилагане на Европейската система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация е описан във *Фигура 5*:

Фиг. 5. Процес на прилагане на ETIS



Източник: Милева, С. Европейска система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация, 2016

Наблюдението (мониторингът) и оценката на програми, планове и стратегии са 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 Програмата за развитие на туризма в община Чипровци 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 достъпа 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 Програмата 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).

2. Стратегически цели и приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци

Програмата за развитие на туризма в Община Чипровци 2021-2027 г. е разработена 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. Стратегическите насоки също така подчертават ролята на туризма в развитието на 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.

При определянето на най-важните компоненти на Програмата за развитие на туризма в Община Чипровци за периода 2021-2027 г. е поставянето им на базата на задълбочено и реалистично проучване на туристическия потенциал, материалната база, както и на активите и пасивите на Общината за развитието не само на туризма изцяло, но и на приоритетни специализирани видове туризъм. Направеният анализ на ресурсите, актуалното състояние на туризма в община Чипровци, туристическото търсене и предлагане, определят насоките за развитие на устойчивото развитие на сектора и превръщането ѝ в атрактивна и конкурентоспособна туристическа дестинация.

В следствие на направени научноизследователски проучвания са констатирани следните обстоятелства, които възпрепятстват основополагащи дейности свързани с развитието на туризма в общината: инфраструктурни проблеми и трудно проходими туристически маршрути; липса на указателни табели; зле 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 и ясна общинска политика в туризма и оптимизиране на административния капацитет в общината. Всичко това възпрепятства предлагане на качествен туристически продукт в съответствие със световните тенденции. ***Всички тези неблагоприятни фактори налагат целенасочена общинска политика, свързана с поставяне на ясни цели, приоритети и работещи механизми за тяхното реализиране.***

4.1. Основни принципи

Стратегическият план за действие се разработва на базата на приетите стратегически цели, като основните стратегически принципи включват:

1. Реалистичност на програмата
2. Гъвкавост на програмата
3. Съвместна и равнопоставена ангажираност на заинтересованите страни

Освен основните стратегически принципи, Програмата за развитие на туризма в община Чипровци следва да отговаря 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, шадящи 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 Чипровци, 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

2.2. Стратегически цели

Основна цел: Устойчиво развитие на туризма в община Чипровци.

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.

Специфична цел 1: Подобряване на съществуващата техническа инфраструктура, създаване на съвременна екологосъобразна туристическа и поддържаща я инфраструктура.

Специфична цел 2: Съвместна и равнопоставена ангажираност на заинтересованите страни в създаване на условия за пълноценно и качествено развитие на устойчив туризъм.

Специфична цел 3: Икономически и социално устойчиво управление на туризма в община Чипровци.

Стратегическа цел 2: Създаване и утвърждаване на специализиран регионален продукт.

Специфична цел 1: Създаване, маркетизиране и утвърждаване на специализиран туристически продуктов-микс с акцент върху килимарските традиции, проявяващ специфичния потенциал на дестинация Чипровци.

Специфична цел 2: Развитие на дефинираните специализирани видове туризъм за община Чипровци.

Специфична цел 3: Създаване и управление на туристически бранд Чипровци.

Стратегическа цел 3: Балансирано развитие на туристическите зони в община Чипровци и равностойното им интегриране в европейското природно и културно-информационно пространство.

Специфична цел 1: Туристическо микрорайониране с развитие на регионален туристически продукт

Специфична цел 2: Включване в трансгранични мрежи за взаимодействие и сътрудничество, определящи стандарти за качество в различни тематични направления.

2.3. Стратегически приоритети

Основните стратегически приоритети за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци включват:

- Създаване на туристически бранд Чипровци.
- Развитие на туристическите зони в община Чипровци и създаване на регионален туристическия продукт
- Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата
- Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни

- Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Чипровци

Тези приоритети са обвързани със стратегическите цели, както следва (*Виж Таблица 6*):

Таблица 6. Стратегически цели и приоритети

Стратегически приоритети	Стратегически цели		
	1	2	3
1. Създаване и промотиране на туристически бранд Чипровци.	x	x	
2. Развитие на туристическите зони в община Чипровци и създаване на регионален туристическия продукт	x	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 Чипровци	x	x	x

2.3.1. Стратегически приоритет 1: Създаване и промотиране на туристически бранд Чипровци

Марката или 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. Марковите туристически дестинации имат разграничими възприятия за конкурентоспособност на дестинациите и дават усещане за допълнителна сигурност при вземане на решения за пътуване. В процеса на изграждане на туристически бранд Чипровци, 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 интернет 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 Чипровци и стимулиране на туристическото потребление, основните приоритетни дейности следва да бъдат:

1) Подобряване и поддържане на туристическия уеб портал на община Чипровци, страниците и профилите в социалните мрежи като абсолютен приоритет.

2) 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 Чипровци; издаване и разпространение на културен календар.

3) Дейности с по-ограничено значение - 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 и някои от мерките.

Мярка 1.1. Поддържане, обновяване и *модернизиране на туристическия уеб портал* – <https://sites.google.com/site/visitchiprovtsi/dobre-dosli-v-ciprovtci>, в съответствие със съвременните технологични изисквания и изискванията на туристите или **създаване на нов** с по-лесен и разпознаваем домейн и повече функционалности.

Туристическият сайт на община Чипровци трябва да действа като инструмент за постигането на целите на общината в туризма. Трябва 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, като например – visit-chiprovtsi.bg; 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 на сайта, която да спомага за по-лесното визуално възприемане на информацията и спомага за по-добрата информация; съдържание, което ще задържа потребителя по-дълго на сайта и ще го провокира да я сподели в социалните мрежи, възможност за качване на видео съдържание, както и на файлове – туристическа брошура, например; свързаност със социалните мрежи; версия на английски език. Настоящият сайт не отговаря на тези изисквания и съвременните тенденции и ще бъде целесъобразно да се изготви нов.

Мярка 1.2. *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 и 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.

Мярка 1.3. *Създаване на туристическо лого и използването му за налагане на бранд на община Чипровци като туристическа дестинация със слоган „Чипровци – цветето на България“.*

Логото следва да бъде изчистено с до три разпознаваеми символи, използваните цветове също да са до три и като задължителен елемент от логото е имплиментирането на името на града в него. Възможните символи са канатицата, маказа, Балкана с Трите чуки, като за по-голяма видимост, разпознаваемост и налагане на положително настроение предлагаме да се използват ярки и наситени цветове в червената и синята гама, използвани на бял фон, допълвани от земни нюанси в зелено-кафявата гама, както и да се използват разпознаваеми и тематични мотиви, свързани със символиката втъкана в чипровдските килими. Името на града трябва да бъде изписано на български и латински, за да бъде разпознаваемо и от вътрешни и външни публики. Шрифтът е препоръчително да бъде серифен, кореспондиращ с

патриархалните ценности и традициите, но същевременно лесно четим, като се избягват формати, които да водят до объркване на букви.

Мярка 1.4. *Мониторинг на поведението на посетителите на община Чипровци и на потребителите на туристическия сайт.*

Мярката включва мониторинг на поведението на посетителите на община Чипровци и на потребителите на туристическия уеб портал. Анкетни проучвания сред посетителите трябва да се провеждат регулярно 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 и 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. 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 от каналите. За посочената цел може да се използват и платени форми, като Google AdWords и интеграцията 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.

Чрез свързване на сайта с Google Analytics разполагаме с инструмент за отчитане и проследяване на интереса към:

- предлагани продукти на сайта чрез отчитане на брой кликания;
- обратна връзка за броя посещения на сайта, за националността на посетителите, за избора им на продукти, които предлагаме (чрез отчитане на кликанията на определен продукт), за възрастта им (през профилите им в социалните мрежи, с които те влизат в сайта);
- възможност за анализ на динамиката в посещенията на сайта;
- възможност да знаем туристи от кои дестинации проявяват интерес към нашия продукт и по този начин можем да засилим рекламното присъствие на този пазар, за да насърчим интереса на потребителите там и да ги стимулираме за покупка на продукт – посещение на дестинацията например, посещение на музей или фестивал и т.н.;
- събраната статистическа информация ще позволи да контролираме сайта – рубрики, на които да акцентираме, къде да добавяме повече информация, снимков материал и т.н.

Добра възможност е да заложим в сайта и определяне на ключови думи, по които търсачките свързват хиляди потребители с определени сайтове. Така осигуряваме по-лесен и бърз достъп на хиляди потребители към това, от което се интересуват.

Мярка 1.5. *Разработване на специфични туристически продукти според нагласите на потребителите в интернет и въвеждане на доброволната сертификация „Запазена марка Чипровци“.*

На базата на събраната и анализирана информация за потребителите следва да се разработят специфични туристически продукти, според техните нагласи, като нови видове продукти, които не се предлагат и следва задължително да се създадат, или като основни и допълнителни елементи на продукта с възможност за пакетизиране. Акцент в разработването на специализирани туристически продукти насочени към иновации, които ще окажат най-силно влияние и ще създадат приятна емоция след посещението на дадено събитие. Създаването на

културни продукти и услуги следва да се реализира основно в интернет среда, като се осигури и достъпа 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 1.6. *Издаване на качествени рекламno-информационни печатни и електронни материали на български и английски език*

Мярката включва изготвяне и отпечатване на качествени печатни рекламни материали – имиджова брошура, тематични брошури, диплянки за туристическите обекти, карти, календари и др., както и изготвяне на офлайн електронни материали – мултимедийни презентации, рекламни филми и други информационни материали. Към тази мярка се отнася и изработването на художествено издържани рекламни сувенири за Чипровци. 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.

Мярка 1.7. *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 Чипровци 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 Чипровци като туристическа дестинация на национално ниво. Препоръчваме при възможност участие в туристическите борси в Букурещ и Пирот.

Мярка 1.8. *Организиране на опознавателни пътувания за журналисти и автори на пътеводители, експедиентски посещения на туроператори и информационни събития*

Дейностите от мярката 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.

Мярка 1.9. *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 1.10. *Повишаване административния капацитет на ТИЦ и неговото сертифициране.*

Туристическия информационен център в гр. Чипровци е ключово звено за развитие, популяризиране, поддържане на комуникации със заинтересованите страни и най-важното с крайните посетители. В тази връзка са от основно значение – подбора на служител, неговото обучение и създаване на план за развитие съвместно с общината. За популяризирането на това звено зависи изцяло от инициативността на работещите в него и отелените ресурси на общината и колаборацията с останалите свързани с възможностите за туризъм заинтересовани организации: 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 предприемачи и институциите за развитие на туризма. Всички тези дейности ще позиционират ТИЦ Чипровци, като една нужна и активна структура, която подпомага развитието на общината.

Мярка 1.11. *Инвестиране в онлайн реклама*

Инвестицията в Интернет реклама е добър начин да се достигне до много хора за кратко време и може да я направи община Чипровци със собствен ресурс.

Дисплей рекламата дава добри възможности за повишаване на информираността за бранда (brand awareness), както и за промотиране на съдържанието на туристическия сайт. Важно е сайтът да е напълно готов и да отговаря на създадените от банерите очаквания. Местните онлайн медии дават добра възможност за дисплей реклама.

Реклама по ключови думи (Google AdWords) - позиционира дестинацията сред подходящи предложения за потребители, които вече са взели решение, че искат да пътуват, изследват, почиват.

Реклама в социалните мрежи - основните предимства на рекламните кампании във фейсбук е, че позволяват специфично таргетиране и възможност за задълбочен анализ на резултатите независимо от големината на бюджета. Като вид, рекламата в социалните мрежи е дисплей реклама - позиционира визуално (в повечето случаи) съобщение в средата, в която потребителите се намират и ги провокира да обмислят идея. Такъв тип реклама трябва да провокира емоция.

Мярка 1.12. *Оптимално използване на възможностите, които предоставят социалните мрежи*

Социалните мрежи са един от основните референти към информация и източник на препоръки между потребители относно откриването и изследването на туристически атракции и преживявания. Социалните мрежи дават възможност по категоричен начин да се демонстрира доколко “жив” и активен е даден обект/услуга. Благодарение на социалните мрежи, можем да разчитаме на референции и прехвърляне на авторитет от личностите, които

посещават туристическите обекти или събития на общината. Социалните мрежи са и инструмент, канал за насърчаване на трендове и достигане на потребители “от уста на уста”.

Важно е да се има предвид че те са и бърз канал за разпространение на негативна обратна връзка. Управлението на каналите за комуникация в социалните мрежи, както и цялостното управление на онлайн репутацията на бранда изисква високо ниво на разбиране на потребностите и мотивацията на потребителя, емпатия и способност да се минимизира негативния ефект от неприятно преживяване с компенсиращо добро отношение или дори възможност за реална компенсация.

Кои и защо?

Facebook е универсален канал за комуникация, който дава изобилие от възможности за комуникиране на продукти услуги с микс от видове съдържание, който дава възможност на потребителя да си създаде многопластово и реалистично очакване за това, което ще получи. В допълнение, Facebook предлага възможности за създаване на общности за обмяна на опит и информация, както и бързо и лесно споделяне с по-широки кръгове. Универсална платформа е, ползва се от огромен процент от потребителите (повече от 3 милиона българи). Препоръчваме активна употреба.

TripAdvisor е специализирана социална платформа за обмяна на опит и съвети за туристически преживявания. Ползва се основно от чуждестранни туристи. Има изключително висока степен на доверие. Не изисква много ежедневен ресурс, а по-скоро еднократен тласък за създаване на информация за обекти и услуги и поддръжка при възникнали промени в обстоятелствата или получена обратна връзка от туристи. Препоръчваме активна употреба - създаване на страници за обекти, които се посещават от чуждестранни туристи, обекти и услуги за транзитно преминаващи туристи и др. Насърчаване на местните предприемачи да създадат профили в TripAdvisor. При създаване на профил, те могат да поискат и безплатен стикер, който да залепят на входа на своя обект и така да демонстрират, че са активни и се ползват с доверието на световно признатия бранд.

Instagram е подходяща платформа за споделяне на атрактивно визуално съдържание, но изисква ресурс от висококачествен материал и не предлага много възможности за директно насочване и обмяна на информация, който да подтикне потребителя към действие (покупка или посещение). Препоръчваме насърчаване на потребителска активност в мрежата, чрез популяризиране на хаштагове във фейсбук, например.

Youtube е удобна платформа, която предоставя на потребителите си услуги за съхранение, доставка и показване на видео. YouTube се превърна в най-популярната хостинг услуга за видео и вторият най-посещаван сайт в света, който привлича аудиторията най-вече от потребители между 14–38 години, които качват, преглеждат, споделят, добавят към любими, коментират видеоклипове и да се абонират за видеата на други потребители и канали.

Foursquare набира все по-голяма популярност като възможност за добавяне на гео локации. Това става лесно, не изисква сериозен времеви ресурс и може да бъде направено от всеки потребител.

2.3.2. Стратегически приоритет 2: Развитие на туристическите зони в община Чипровци и създаване на регионален туристическия продукт

Развитието на туристическите зони в община Чипровци, част от Стратегически приоритет 2, обхваща разработеното микрорайониране, представено по-горе в настоящата Стратегия, в това число:

- създаване на **туристически микрорайон**, съвместно с общините Георги Дамяново, Чупрене, Берковица, Монтана и Бойчиновци, с цел предлагане на общи туристически продукти и маршрути;

- обособяване на трите **туристически зони** /1) *Мартиново - Чипровци – Железна*, 2) *Превала – Горна Лука – Митровци* и 3) *Бели мел – Челющница – Горна Ковачица – Равна*/ и маркетинговото им позициониране;

- акцентиране върху специфичните характеристики на трите **туристическите ядра** в туристическите зони;

- 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.

Реализирането на Стратегически приоритет 2 включва изпълнението на следните мерки:

***Мярка 2.1.** Разработване на детайлна концепция за туристическо микрорайониране на база на основната рамка, заложена в настоящата Програма*

В концепцията за туристическото микрорайониране на община Чипровци следва да бъдат картографирани отделните туристически зони, туристически ядра и туристически места, както и да бъдат включени препоръки за маркетинговото позициониране и развитието на туристическия продукт в трите туристически зони, като част от туристически бранд чипровци, практически насоки за формиране на специфичен характер и своеобразно туристическо предлагане в туристическите им ядра, 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.

***Мярка 2.2.** Реализиране на предложения за регионален туристически продукт между общините Чипровци, Чупрене, Георги Дамяново, Берковица, Монтана и Бойчиновци*

Предлагане на **общи туристически маршрути** с тематична насоченост: исторически, поклоннически, ботанически, орнитоложки и др.

Също така: съвместно туристическо предлагане с посещение на туристически обекти, възможности за културен и религиозен туризъм, включващ посещение на историческите музеи, манастирите и по-интересни черкви на територията на чипровци и съседните общини и възрожденското наследство, както и създаване на **съвместна интернет платформа** или **отделна секция** в собствените им интернет платформи, представяща туризма в региона, като може да бъде представено чрез „**виртуална разходка**”, презентираща разстоянието между общините, историческите музеи и обектите между и в тях.

***Мярка 2.3.** Реализиране на предложение за създаване на трансграничен парк Западна Стара планина*

Създаване на трансграничен природен парк Западна Стара планина на територията на общините Бековица, Чипровци, Чупрене, Георги Дамяново и Белоградчик, който да се свързва с природния парк на територията на Република Сърбия.

Районът на Западна Стара планина е разнообразен, красив и богат на биоразнообразие. От средата на 90-те години на миналия век съществува идеята за създаване на трансграничен „Парк на мира”, но от българска страна природен парк все още не е обявен и идеята за

трансграничен парк още не е осъществена. Към момента територията на Западна Стара планина почти изцяло е обхваната от две припокриващи се защитени зони от Натура 2000 – по Директивата за птиците (147 000 ха) и по Директивата за местообитанията (220 000 ха). По билото на планината минава границата със Сърбия, където е обявен природен парк „Стара планина”. При възможности за външно финансиране и политическа воля, има възможност да продължи работата в тази насока.

2.5.3. Стратегически приоритет 3: Подобряване на общата инфраструктура и достъпността на средата

Настоящият приоритет е ориентиран главно към развитието на общата инфраструктура и физическата среда свързана с туризма, с акцент върху ролята на община Чипровци 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 целогодишно, устойчиво развитие на туризма. Лошият достъп, недостатъчната информационна обезпеченост и неблагоустроената среда са пречка за развитието на конкурентоспособен туристически продукт и трябва да бъдат преодолени чрез целенасочени мерки. Този приоритет е свързан с постигането на седем основни цели:

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. Изграждане на туристически атракции и маршрути, свързани с рудодобива;
5. Диверсификация на туристопотока и удължаване на престоя им на територията на общината;
6. Създаване на благоприятни условия за развитие на иновативни и интегрирани туристически продукти и услуги;
7. Цифровизация на предлаганите туристически продукти и услуги
8. Стимулиране на инвестиции в сферата на туризма.

Приоритетът е пряко свързан с нормалното функциониране на урбанизираната среда като цяло и обслужване на местните жители, но тук акцентът е върху специфичните нужди на туристите.

Необходимите мерки за реализиране на Приоритета:

Мярка 3.1. *Подобряване достъпността до и между обектите от туристически интерес в околградския район във всички сезони.*

Мярката е свързана с осигуряване на подходи и маршрути за автомобилен, велосипеден и пешеходен достъп с настилка и маркировка, информационни табели, места за отдих, сметосъбиране, осветление и благоустройство.

Мярка 3.2. *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. Подкрепя за създаване, демонстрация и внедряване на атрактивни експериментални модели и електронни иновации за благоустрояване на реалната градска среда.

Мярка 3.3. Подобряване достъпността до туристическите обекти и маршрути, функционирането и повишаване на атрактивността им.

Достъпността до туристическите обекти е свързана най-вече с поддържане и подобряване на общата инфраструктура, прилежащи зелени площи, както и изграждане на лека специализирана туристическа инфраструктура, поставяне на указателни табели и информационни табла, предоставящи подходяща туристическа интерпретация. 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, черкви, параклиси), с ясни указания на кои телефони и към кои лица/институции могат да се обърнат посетителите при интерес от тяхна страна.

2.5.4. Стратегически приоритет 4: Институционално развитие, координация и партньорство със заинтересованите страни

Дефинирането на институционалното развитие, координацията и партньорството със заинтересованите страни като стратегически приоритет отразява разбирането за устойчиво развитие на туризма като съвместна отговорност на всички заинтересовани страни и подчертава неговата важност за реализацията на Програмата.

Този приоритет оформя институционалната и партньорска рамка, в която следва да се реализира програмата. 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.

Партньорство между община Чипровци и туристическия бизнес в рамките на делегираните функции по ЗТ (основно свързани с категоризация на туристическите обекти, маркетинг и реклама) се осъществява към настоящия момент от общинска администрация и туристическия бизнес. По-оперативна и широкодостъпна форма за информиране, съгласуване, дискутиране с туристическия бизнес може да допълва Консултативния съвет по въпросите на туризма, като се засили неговата по-концептуалната роля.

Вътрешни партньорства и междусекторна интеграция. Необходимо е да се извърши интегриране на туризма в ключовите общински политики (градско планиране, култура, образование, спортно-приключенски мероприятия и т.н.). 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, които имат отношение към туризма, е и предварително условие както за провеждането на съгласувана и целенасочена туристическа политика, така и за координирано практическото изпълнение на общинските функции в сектора.

Необходимите мерки за успешното прилагане на туристическите политики на Община Чипровци и подобряване на качеството са необходими:

Мярка 4.1. *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 настоящата Програма за развитие на туризма; съставяне на Годишния график в ресор туризъм на общинска администрация, обвързани със срокове за изпълнение и отговорници. Ефективен мониторинг и контрол може да бъде осъществен чрез провеждане на тримесечни работни срещи и извършване на контролни функции от страна на кмета за изпълнението на решенията взети от Консултативния съвет по въпросите свързани с туризма в община Чипровци, запознаване с отчети за извършената работа в сектора по тримесечия и изпълнението на заложеното в Годишния график.

Мярка 4.2. *Създаване на Консултативен съвет по въпросите, свързани с туризма в община Чипровци*

Тази мярка включва създаване на работещ Консултативен съвет: утвърждаване от кмета на годишен график на дейностите в сферата на туризма; 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; 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 Чипровци, които да интегрират на оперативен ниво по-широк кръг заинтересовани лица, ще предостави механизъм за непрекъснато съгласуване и партньорство с бранша по реализацията на програмата, като едновременно с това ще допълни стратегическата роля на Консултативния съвет по туризъм.

Мярка 4.3. *Организация и управление на ТИЦ Чипровци*

Тази мярка включва изготвяне на задълбочени анализи и оценки на участието на Община Чипровци и Исторически музей – Чипровци 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 настоящата Програма, които след обсъждане на Консултативен съвет и утвърждаване от кмета да бъдат придвижени към Общински съвет. Препоръчва се активна работа с туроператори, корпоративни клиенти и индивидуални туристи, организиране на събитийни прояви, туристически пакети, маркетинг и реклама.

Мярка 4.4. *Информационно осигуряване и мониторинг на туристическото развитие*

Информационното осигуряване е необходима предпоставка за адекватно туристическо планиране и последващия мониторинг на туристическото развитие. За целта е необходимо синтезиране на наличната информация в единна информационна база-данни за туризма в

община Чипровци по изискванията на Закона за туризма и параметрите на Единната система за туристическа информация. Паралелно с това следва да бъдат възприети индикатори и разработени и внедрени механизми за мониторинг 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 4.5.** Обединяване на усилията и възможностите на публичния и частния сектор чрез систематично прилагане на различни форми на ПЧП, стимулиране и подкрепа за изнеса, 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 Програмата. Тази мярка обединява дейности с различен характер, насочени към облекчаване на административната среда за функциониране на бизнеса и неправителствения сектор, насърчаване на устойчиви модели и практики и др. Изграждането на партньорства е подчинено на общата кауза за развитие на община Чипровци 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.

2.5.5. Стратегически приоритет 5: Устойчиво развитие на специализирани видове туризъм на територията на община Чипровци

Стратегически приоритет 5. е насочен към устойчиво развитие на специализираните видове туризъм на територията на община Чипровци, като отделните мерки следва да включват разработване и реализиране на предложения, постъпили от представителни на туристическия бизнес, местни културни дейци и инициативни граждани, които могат да бъдат реализирани с институционалната подкрепа на община Чипровци, посредством партньорства, насърчаване на предприемачество и съвместни дейности. За реализирането му са заложили следните мерки:

***Мярка 5.1:** Теренно проучване за възможностите за устойчиво развитие на специализираните видове туризъм на територията на община Чипровци и работа с фокус групи*

Целта е идентифициране на възможности за предлагане на специализирани услуги и продукти, свързани с дефинираните специализирани видове туризъм; маркиране на маршрути, създаване на нови събитийни прояви, изграждане на нови туристически атракции и верификация на туристическия продукт.

***Мярка 5.2:** Обособяване на тематични маршрути за велосипеден, конен и пешеходен туризъм*

Маршрутите могат да бъдат, както само за велосипеден и 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.

Мярка 5.3. Обособяване на приключенски паркове в районите на Чипровци и селата в общината и провеждане на приключенски събитийни прояви

Изпълнението на мярката включва изграждане на тематични приключенски паркове, възжени градини, *via ferrata* и др., които да бъдат съобразени с местните условия и традиции: специализирани съоръжения за екстремн туризъм; Екстремно-приключенски туристически продукти и услуги, които могат да се развиват се на територията на община Чипровци са: полети с топловъздушен балон, скокове с бърнджи от топловъздушен балон, полети с паратрайк (моторен парапланер), офроуд сафари. Част от тях могат да бъдат включени в туристическото предлагане на тематичните приключенски паркове.

Основни приключенски събития могат да бъдат: Събитие за алтернативни спортове с обособени зони за стари и добре забравени игри от миналото, съвременни и нови форми за деца и възрастни – кръг от шампионата за дроне, както и провеждане на „Оф-роуд Екстрийм фест“, който да включва: 1) провеждане на офроуд състезание в рамките на един ден с участието на офроуд автомобили, АТВ и мотоциклети в отделни гонки по черни пътища или изградено трасе; 2) съпътстващи събития по време на офроуд състезанието; 3) полети с моторен парапланер (паратрайк); 4) участие на топловъздушен балон с бърнджи скокове; 5) демонстрации по майсторско оф-роуд управление – шоу за закриване на феста.

Мярка 5.4. Изграждане на тематични атракции и провеждане на прояви свързани с килимартството и традиционни занаяти

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 бъдат привлечени автори и изложители от цялата страна за извършване на демонстрации, провеждане на пленерна част, малко изложение, ателиета с участието на публиката, състезания, анивационни програми с игрови елементи, работилници и др.

Мярка 5.5. Изграждане на тематични туристически маршрути с културна, историческа, археологическа и религиозна насоченост

Туристическа интерпретация на част от съществуващите маршрути и изграждане на нови тематични туристически маршрути: *Пътят на килима, Приказката на килима, Пътят на златото, Исторически маршрути По стъпките на войводите, В търсене на възрожденски паметници, По пътя на вярата* и др.

Мярка 5.6. Насърчаване на доброволчеството и развитие на образователен и доброволчески туризъм

Целта на тази мярка е да бъдат привлечени туристи и представители на местната общност в извършване на разнообразни образователни и доброволчески дейности свързани със сътрудничеството на община Чипровци с неравителствени организации и инициативни граждани. По този начин ще се работи в посока 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 района на х. „Явор” за различни периоди от време (уикенд инициативи, седмични лагери, по-продължителни доброволчески инициативи по международни проекти и др.), участници, в които 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.

Основните направления, по-които има възможност да се работи включват: реализиране на проект „Чипропедия – вторият уики-град в България”; провеждане на скаутски лагери и реализиране на скаутски дейности, реализиране на дейности насочени към опазване на горите: масови залесявания, празнуване на Седмицата на гората, разпознаване на незаконни сечи, създаване на „Гора на туриста” (целта е да се подбере подходящ терен, удобен за отдих и рекреация, всеки турист да може да засади дърво, за което да му се предостави сертификат и да бъде мотивиран да посещава периодично дестинацията); организиране на почиствания на горски територии и защитени зони и др.; грижа за животните, включваща дейности свързани с отговорни стопани, насърчаване на хармоничното съжителство между хората и животните, организиране на тематични събитийни прояви и др.; 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” и необходимостта от човешки ресурс, свързан с маркирането и облагородяването на туристическите маршрути на територията на общината.

3. Финансиране

Финансирането на заложените в Програмата мерки ще се извърши от:

- Средства, събрани от туристическия данък, чрез бюджета на община Чипровци;
- Други средства, заложи в бюджета на община Чипровци;
- Средства, предоставени за изпълнение на целеви програми и проекти, финансирани от ЕС и други донори;
- Приходи от стопанска дейност и предоставяне на платени услуги;
- Спонсорство и дарения от физически и юридически лица;
- Публично-частни партньорства;
- Други източници.

От ключово значение за постигане на целите, заложи в Програмата, е ефективното използване на всички възможни източници на финансов ресурс. В условията на икономическа нестабилност, много важно е постигането на по-високи резултати при използването на по-малко средства. Бюджетът на община Чипровци се формира на базата на собствени приходи и приходи от субсидия, получена от Републиканския бюджет на България. Основна част от средствата са пари от спечелени проекти по европейските фондове и програми.

Основна част от дейностите и целите, заложи в Програмата за развитие на туризма в община Чипровци, ще се осъществят със средства, предоставени от външни източници: оперативни програми, финансирани от ЕС (Оперативна програма „Региони в растеж“ към Министерство на регионалното развитие и благоустройство, ОПОС към Министерство на околната среда и водите, Програма за развитие на селските райони) и програми към различни министерства (Министерство на туризма, Министерство на културата). Други източници на финансиране могат да бъдат средства от общинския бюджет, туристически такси, събирани

по реда на Закона за местните данъци и такси, глоби и други имуществени санкции, наложени по реда на Закона за туризма, инвестиции от местни представители на бизнеса и други бизнес организации.

Към 2020 г. в България няма отворени европейски програми, които да са тематично насочени към подпомагане на туристическото развитие на местните общности. Единствената потенциална възможност за кандидатстване е чрез МИГ Западна Стара планина – Копрен – Миджур за проекти по Програмата за развитие на селските райони. Може да се използва тази възможност за реализация на малки демонстрационни проекти за подпомагане на туризма извън общинския център: от обучения за желаещи да се ангажират с предлагане на някакви алтернативни форми на туризъм, през познания за пакетизирането на продукти, до реклама и продажбата на тези продукти: алтернативният туризъм като цяло, 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 т.н. Да се подберат такива места за реализация на демонстрационните проекти, че да бъдат представителни за различните условия, съществуващи в общината, а така също и да се демонстрира работещ продукт, който да може да се види на място – това е един ефективен начин за мотивация на местните хора.

4. Система за мониторинг и оценка

Системата за мониторинг, включва индикатори за наблюдение и оценка Европейската система от индикатори за устойчиво развитие на дестинациите 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. 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.

4.1. Извеждане на индикатори за наблюдение и оценка

Количествените параметри на наблюдаваните индикаторите позволяват използването им като отправна точка за сравнение при проследяване на развитието. Индикаторите за наблюдение и оценка са представени в Таблица 7.

Таблица 7: Индикатори за наблюдение и оценка на прилагането на Програмата за развитие на туризма в Община Чипровци

№	Влияния	Референтен № на индикатора	Индикатор	Мерна единица	Информационен източник
1	Управление на дестинацията	A.2.1	Дял на посетителите, удовлетворени от цялостното си пребиваване в дестинацията	%	Въпросник за посетителите
2					
3		A.2.2	Дял на повторните посетители (за последните 5 години)	%	Въпросник за посетителите

№	Влия- ния	Референте н № на индикатор а	Индикатор	Мерна единиц а	Информационе н източник
4	Икономически влияния	В.1.1	Средномесечен брой на нощувките от туристи	брой нощувк и	Местна администрация
5		В.1.2	Дял на еднокдневните посетители	%	Въпросник за посетителите
6		В.1.4	Дневен разход на турист (настаняване, храна и напитки, други услуги)	BGN	Въпросник за посетителите
9		В.2.2	Заетост на търговските обекти за настаняване на месец/ средно за годината	%	Местна администрация
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 категоризира- ните МН и ЗХР
15		С.4.1	Дял на стаите в търговските обекти за настаняване, пригодени за хора с увреждания	%	Въпросник за туристическите предприятия
17		С.4.3	Дял на общественя транспорт, пригоден за хора с увреждания или със специални изисквания 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
21	Екологични влияния	D.1.1	Дял на туристите и на еднокдневните посетители, които пристигат с личен автомобил	%	Въпросник за посетителите
22		D.1.2	Дял на туристите и на еднокдневните посетители, които използват местен/щадящ/обществен транспорт за придвижване в дестинацията	%	Въпросник за посетителите
26		D.5.2	Дял на туристическите предприятия с мерки за намаляване на консумацията на вода	%	Въпросник за туристическите предприятия

№	Влия-ния	Референте н № на индикатор а	Индикатор	Мерна единица	Информационен източник
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

Източник: авторска разработка на д-р Десислава Алексова, след съгласуване с ръководството на Общинска администрация Чипровци

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

- Дял на едnodневните посетители
- Заетост на търговските обекти за настаняване на месец/ средно за годината

Социо-културни влияния

- 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

4.2. Форма на представяне на резултатите

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 Програмата за развитие на община Чипровци 2021-2027 г. 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 5 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 Чипровци и други заинтересовани страни, мнения и оценки по прилагането на програмата, 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).

4.3. Отговорности

Основната отговорност за наблюдението и оценката на прилагането на Програмата ще се възложи със заповед на кмета на специализирана работна група или комисия, включваща ресорния служител в общинска администрация.

Отговорностите по набирането на информация се споделят между отговорният служебел в общинска администрация, ТИЦ Чипровци (респективно съответната комисия) и съответното звено на общинската администрация, чиято дейност е свързана с развитието на туристическия продукт на дестинацията.

Основната отговорност за предприемането на коригиращи действия при наличието на съществени проблеми при прилагане на Програмата е на Общинския съвет на Община Чипровци, по инициатива на кмета или комисията.

4.4. Публичност

Предлага се достатъчно широка публичност на резултатите чрез вътрешните информационни канали на община Чипровци и регионалните медии. Периодичните доклади за напредъка следва да бъдат публикувани на сайта на община Чипровци, 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.

4.5. Необходими разходи

Предложената система за наблюдение и оценка е максимално опростена и не предполага съществени разходи за прилагането ѝ, които са 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 да регулярни анкетни проучвания (на 3 години) по групи заинтересовани за набиране на информация за наблюдаваните индикатори и изготвяне на доклад за напредъка.

5. План за действие

От първостепенно значение при осъществяването на стратегическите цели на Програмата за развитие на туризма в община Чипровци 2021-2027 е да се реализират дейности, свързани с подобряване на туристическата инфраструктура, а именно: осигуряване на достъпна среда до природни забележителности и културно-исторически дадености, подобряване на общата и специализирана туристическа инфраструктура и изграждане на нови атракции и тематични маршрути, подобряване на информационното осигуряване, включително поставяне на информационни табла и указателни табели, изграждане на туристически информационен център и др. Освен инфраструктурни подобрения е необходимо да се акцентира върху комуникационните дейности и реклама, изграждане и утвърждаване на административен капацитет, диверсификация на туристическия продукт, подобряване на атрактивността и качеството. Стимул за развитието на туризма ще окаже насърчаването на публично-частните партньорства и стимулирането на предприемачеството и инвестициите в туризма.

За постигане на целите и приоритетите, заложи в Програмата за развитие на туризма в община Чипровци е необходимо да се реализират дейностите посочени в Таблица 8.

Таблица 8. План-график на дейностите свързани с изпълнение на Програмата за развитие на туризма в Община Чипровци

Дейности	Източник на финансиране	Отговорник	Срок
1. Проучване на туристическия потенциал на Община Чипровци			
Идентифициране, картиране, маркиране и подобряване на маршрутите за пешеходен, конен и велотуризм. Проучване на форми за тематично коопериране с научни, образователни и корпоративни структури.	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2024
Проучване нагласите на местното население за възможностите за развитие на туризма в Община Чипровци и участие в туристическото предлагане	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2024
Проучване нагласите на посетителите в община Чипровци във връзка с туристическия потенциал на района, туристическото търсене и туристическото предлагане	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2024
Изготвяне на практически препоръки за разработване и изпълнение на Маркетингова и комуникационна Стратегия и създаване на туристически бранд Чипровци	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2025
Проучване на биоразнообразието и възможностите за развитие на екотуризма в община Чипровци	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Учени и външни експерти	2022-2025

Проучване на археологически обекти и възможности за развитие на културен туризъм в община Чипровци	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация	2022-2027
Проучване на възможности за създаване на нови туристически атракции	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Учени и външни експерти	2021-2027
2. Развитие на туристическата инфраструктура и създаване на нови туристически атракции			
Подобряване на общата инфраструктурата, обслужваща туристическия сектор: ремонт и рехабилитация на пътища и ВиК; подобряване на сметосъбирането и сметоизвозването; почистване на нерегламентирани сметища и др.	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация	2020-2027
Подобряване на градската среда, парковата инфраструктура, обособяване и благоустрояване на зони за отдих	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация	2020-2027
Извършване на обследване и поставяне на указателни табели и информационни табла за селищата и туристическите обекти в общината	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2022
Осигуряване на достъпност за посещения на църквите по селата; извършване на инфраструктурни подобрения	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация БПЦ	2023-2025
Доброволчески дейности свързани с планински туризъм, залесявания, масови почиствания и др.	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2027
Подобряване на достъпността и атрактивността на туристически маршрути за пешеходен, конен и велотуризм, както и изграждане на нови тематични маршрути	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2027
Изграждане на атракции и маршрути свързани с минното дело, рудодобива и чипровската златарска школа	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2023-2027
Изграждане и развитие на инфраструктура за офф роуд	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2023-2026
Изграждане на атракции за спелео и екотуризм	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2023-2027

Създаване на зона за отдих и възможности за риболов при яз. „Мартиново”	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Публично-частно партньорство	2024-2026
3. Подобряване на административния капацитет на Община Чипровци и насърчаване на предприемачеството			
Обучение на администрацията, ангажирана с категоризация и контрол по туризма	Общински бюджет	Общинска администрация	2021-2022
Обучение на администрацията, ангажирана с промотиране, реклама и PR в областта на туризма	Общински бюджет	Общинска администрация	2021-2024
Актуализиране на Консолидирания общински туристически регистър и подобряване на база данни	Общински бюджет	Общинска администрация	2021
Организиране и провеждане на мотивационни семинари с цел провокиране на бизнес интерес за създаване на места за настаняване, ЗХР и предлагане на допълнителни туристически услуги	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2022-2025
Осигуряване на специализирано обучение за ангажирани в предлагане и адаптиране на туристически продукти и атракции	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2024
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	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2023-2027
Обучение по теми, свързани с развитието на алтернативния туризъм	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2025
Запознаване с добри практики за алтернативен туризъм. Обмяна на опит	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2023-2026
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	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2027

Консултантска и методическа подкрепа на предприемачите в туризма при разработване на проекти в областта на туризма и стартиране на туристически бизнес	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2025
Насърчаване на дейностите на читалищата и кметствата в общината за развиване на местни културни прояви	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация	2021-2027
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	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2022-2026
Включване на община Чипровци при разработването на регионални планове и разработване на общи проекти със съседните общини с цел създаване на регионален туристически продукт	Общински бюджет Проекти по програми	Общинска администрация Външни експерти	2021-2027
4. Комуникационни дейности, маркетинг и реклама			
Създаване на съвременен туристически портал	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2023-202
Изработка на рекламни и информационни материали; изработка на сувенири	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2022-2025
Участие в туристически борси, изложения и имиджови събития	Общински бюджет	Общинска администрация Исторически музей Чипровци	2022-2027
Организиране и провеждане на инфотур за туроператори, журналисти и травел блогъри	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2023, 2025
Създаване на общ синхронизиран календар на събитията в общината: културни и спортни	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2022
Подобряване на информационната среда и достъпа до туристическа информация	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2023-2026
Поставяне на външна реклама на ключови места в общината	Общински бюджет	Общинска администрация	2022-2026
Създаване на единна онлайн реклама на община Чипровци, организация и управление на онлайн каналите за комуникация	Общински бюджет	Общинска администрация Външни експерти	2023-2027
5. Нови събития и публични прояви			

Спортивно-приключенско събитие	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Външни експерти	2024
Организиране и провеждане на вело състезания и прояви	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Външни експерти	2025, 2027
Детски празник-карнавал на биоразнообразието	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Външни експерти	2022
Празник за насърчаване на отговорни стопани	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Външни експерти	2026
Изложение за производители на фермерски и биопродукти	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Местни биопроизводители	2022, 2024
Художествено-творчески дейности в направление „Култура”: организиране и провеждане на лятно кино, арт ателиета, художествени пленери, базари и др.	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Читалища	2023, 2025
Състезание за алтернативни спортове – кръг от шампионата за дронове	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Външни експерти	2023-2025
Доброволчески дейности и тематични инициативи в рамките на Седмицата на гората	Общински бюджет	Общинска администрация ДГС Чипровци Външни експерти	2022-2027
Художествени, фотографски и занаятчийски пленери и школи, които да се провеждат самостоятелно или като част от културни и развлекателни събития	Общински бюджет Спонсорство	Общинска администрация Читалища Външни експерти	2024-2026

6. Мониторинг по изпълнение на дейностите, организация и контрол

Процесът на организация на изпълнението, осъществяване на наблюдение, контрол и последваща оценка на Плана за действие към Програмата за развитие туризма се организира от кмета на община Чипровци или от упълномощено от него друго длъжностно лице.

Програмата за развитие на туризма се обсъжда и приема от Общинския съвет по предложение на кмета на общината. Годишните доклади за наблюдение на напредъка в изпълнението на Програмата също се одобряват от Общинския съвет по предложение на кмета.

Основната цел на мониторинга е да осигури синхрона и взаимното подпомагане при реализирането на набелязаните дейности и приоритети.

Правилата за мониторинг, контрол и оценка на изпълнението на Програмата за устойчиво развитие на туризма в община Чипровци през периода 2021–2027 г. са:

- Наблюдение на процеса на изпълнение на Програмата;
- Изготвяне на ежегодни доклади за хода на изпълнение на Програмата.

Докладите се обсъждат на Консултативен съвет и се внасят за обсъждане в Общинския съвет, като въз основа на тях се вземат решения за оценка на извършеното, актуализация на Програмата и конкретизация на плана за действие през следващите години.

Предвижда се следната последователност на мониторинга:

- Публично обсъждане на Програмата с общинска администрация и с обществеността, утвърждаване от кмета и приемането ѝ от Общински съвет Чипровци;
- Контрол по реализацията на дейностите и изразходваните финансови средства от страна на Консултативния съвет по въпросите свързани с туризма и кмета на Община Чипровци;
- В края на всяка година Общински съвет Чипровци 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.

Мониторингът и оценката отчитат резултатите от изпълнението на всички дейности, залегнали в програмата, които допринасят за развитието на туризма в Община Чипровци и превръщането ѝ в атрактивна туристическа дестинация. 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 стратегията.

Наблюдението на изпълнението на Програмата се извършват въз основа на данни на Министерството на туризма, Националния статистически институт, местния туристически бизнес и на данни от Общинска администрация Чипровци.

Органи за наблюдение на изпълнението на Програмата за развитие на туризма са Консултативния съвет по туризъм и Общинския съвет.

В процеса на мониторинг, въз основа на нормативните изисквания на Закона за туризма, Консултативния 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.

Съгласно нормативните изисквания на Закона за туризма и в частност чл. 12, чл. 13, ал.1 и чл. 14, ал. 5 и ал. 6 кметът на общината има следните задължения:

- 1) разработва програмата и отчета за нейното изпълнение и след одобрението им от консултативния съвет ги внася за приемане от Общинския съвет;
- 2) създава и ръководи Консултативния съвет по въпросите на туризма;
- 3) създава Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО), чиято основна задача е да определи категорията на местата за настаняване съгласно разпоредбите на чл. 128, т. 1, 2 и 3 от Закона за туризма;
- 4) определя категорията на туристически обекти по предложение на ОЕККТО в предвидените в този закон случаи;
- 5) създава и поддържа общински регистър на категоризираните по т.4 туристически обекти на територията на общината - част от Националния туристически регистър;
- 6) предлага на Общинския съвет да определи размера на туристическия данък след писмено становище на консултативния съвет;

- 7) ежемесечно изпраща информацията от регистъра по т. 5 на електронен носител или по електронен път на министъра на туризма;
- 8) събира статистическа информация и създава и поддържа информационна база данни за туризма на територията на общината съгласно Наредбата за организацията на Единната система за туристическа информация (ЕСТИ) по предложение на министъра на туризма и председателя на Националния статистически институт;
- 9) разработва и изпълнява програми и проекти в областта на туризма, финансирани от Европейския съюз и от международни организации;
- 10) сътрудничи и подпомага инициативи на държавните органи, организацията за управление на туристическия район и на туристическите сдружения за развитие на туризма на територията на общината в изпълнение на националната политика в областта на туризма;
- 11) изготвя годишен отчет за разходването на събрания на територията на общината туристически данък и го публикува на интернет страницата на съответната община;
- 12) осъществява контролни функции в предвидените в този закон случаи;
- 13) при наличие на изградени и функциониращи места за настаняване на територията на общината, кметът създава Консултативен съвет по въпросите на туризма;
- 14) Кметът на общината със заповед определя броя и поименния състав на членовете на Консултативния съвет по въпросите на туризма при спазване на изискването в състава на тази комисия да участват с равен брой представители на местната администрация и на национални, регионални или общински музеи, от една страна, и на туристическите сдружения, вписани в Националния туристически регистър, и други физически и юридически лица, които имат отношение към развитието на туризма, от друга страна;
- 15) утвърждава със заповед Правилник за организацията и дейността на Консултативния съвет по въпросите на туризма;
- 16) Кметът на общината със заповед определя числеността и поименния състав на Общинска експертна комисия по категоризация на туристически обекти (ОЕККТО) по предложение на съответните ръководители на сдруженията;
- 17) утвърждава със заповед Правилник за организацията и дейността на ОЕККТО.

Съгласно разпоредбите на чл. 13, ал.6 от Закона за туризма Консултативният съвет по въпросите на туризма има следните задължения:

- обсъжда и одобрява Програма за развитие на туризма и отчета за нейното изпълнение;
- прави предложения до кмета на общината и дава становища по въпроси, свързани с развитието на туризма на територията на общината, включително за размера на туристическия данък и неговото разходване и за членството на общината в съответната организация за управление на туристическия район.

Реализирането на Програмата за развитие на туризма в община Чипровци 2021-2027 г. е свързано с организирането на цялостния процес по изпълнение на дейностите, наблюдение, контрол и актуализация. Отчитат се трудностите, постигнатите резултати и очакваните резултати, извършват се изменения при промени на съществуващите насоки за развитие в посока към адаптиране на новите обстоятелства и промени във вътрешната и външна инвестиционна среда.

Главните рискове за постигането на стратегическите цели са свързани с комплекс от фактори, които до голяма степен са трудно предвидими в бъдещето. Реализацията на настоящата програма трябва да бъде съпътствана от действия по наблюдение, контрол и

актуализация към новите обстоятелства и променящите се пазарни условия в туристическия сектор.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Община Чипровци има потенциал и капацитет да се развие като привлекателна дестинация за туризъм през всички сезони на годината. Настоящата Програма ще допринесе за устойчиво, интегрирано туристическо развитие на общината, привличане на инвеститори в сектора, подобряване и разширяване на базовата инфраструктура, повишаване качеството на туристическото предлагане. Заложените цели ще се постигнат, чрез използване на наличните ресурси за устойчиво развитие на специализираните видове туризъм, за които има потенциал Община Чипровци.

Устойчивото развитие на туризма изисква целенасочени и постоянни усилия от страна на местните власти, в партньорство с останалите заинтересовани страни за позиционирането на съответната община като уникална и конкурентоспособна туристическа дестинация. Акцентирането върху местните традиции и природни дадености, както и различен тип събития, е ключово за устойчивото развитие на туризма. За целта е необходимо да се извършват задълбочени научноизследователски проучвания, постоянни наблюдения и периодична актуализация, в съответствие с динамично променящите се реалности.

Успешното устойчиво туристическо развитие е свързано с оценка на туристическите ресурси и провеждане на системни маркетингови проучвания; изграждане на тематични маршрути и специализирана туристическа инфраструктура; въвеждане на единни стандарти за обслужване на туристите; категоризация и доброволна сертификация на туристическите обекти, въвеждане на регионална запазена марка; 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. От съществено значение е развитието на продуктовата политика във връзка с възможностите за предлагане на специализирани видове туризъм, съобразно характерните особености и туристическия потенциал на гр. Чипровци и района.

Прогнозата е, че община Чипровци ще поеме по пътя на своето динамично и устойчиво туристическо развитие като използва всички възможности, но за това ще е необходимо да се осигури поетапното и стриктно изпълнение на набелязаните цели, приоритети и дейности в настоящата Програма за развитие на туризма 2021-2027 г.

Програмата за развитие на туризма в община Чипровци за периода 2021-2027 г. е стратегически документ от отворен тип и подлежи на продуктова и тематична актуализация и допълнения в бъдещия планов период.

Списък на съкращенията:

БПЦ – Българска православна църква
ГИС – Географски информационни системи
ДГ – Детска градина
ДГС – Държавно горско стопанство
ЕООД – Еднолично дружество с ограничена отговорност
ЕС – Европейски съюз
ЕСТИ - Единната система за туристическа информация
ЗХР – Заведения за хранене и развлечение
ИКТ - Информационни и комуникационни технологии
МИГ – Местна инициативна група
МТБ – Материално-техническа база
НИМ – Национален исторически музей
НПО – Неправителствена организация
НСИ- Национален статистически институт
НСРР - Национална стратегия за регионално развитие
НЧ – Народно читалище
ОЕККТО - Общинската експертна комисия по категоризация на туристически обекти
ОПР – Общински план за развитие
ОПОС – Оперативна програма „Околна среда”
ОУ – Основно училище
ОУТР - Организация за управление на туристически район
ПР – Public Relations, Връзки с обществеността
ПРСР - План за развитие на Северозападен район
ПЧП – Публично-частни партньорства
РПР - Регионалният план за развитие
СЗР – Северозападен район
ТИЦ - Туристически информационен център
ТСОТ - Териториална система за отдиха и туризма
ETIS - Европейска система от показатели за устойчиво управление на туристическа дестинация
GPS - Global Positioning System
UNWTO – United Nation World Tourist Organization