

## **ОБЩИНСКИ ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ**

Формулирането Общинския план за действие за развитие на устойчив алтернативен туризъм се основава на редица допускания, координация и ресурси наличности.

### **I. Основните допускания включват :**

#### *1. Официално приемане.*

Общинската стратегия и План за действие за развитие на устойчив алтернативен туризъм ще бъдат одобрени като официална политика на Община Враца за насочване на развитието на туризма в общината на местно управленско равнище.

#### *2. Политическа воля.*

Местната икономическа общност и Община Враца, споменати в Стратегията, ще участват в процеса по своя воля като партньори. За да има успех, развитието на туризма се нуждае от ангажираност и ясно разпределение на ролите между местните и областните управленски нива.

#### *3. Ресурси.*

Налице е достатъчно предлагане, достатъчна местна инициатива и добре дефинирано конкурентно предимство на туризма в община Враца, които да гарантират заделянето на средства за развитието му. Местните власти, донорите, неправителствените организации и частния сектор ще трябва да работят в сътрудничество за идентифицирането и разпределянето на ресурсите, които могат да осигурят успеха на този план за действие.

#### *4. Степен на развитие.*

От направените до момента проучвания и анализи е ясно, че инфраструктурата, достъпът, капацитета и възможностите на туристическите дестинации варират значително. В някои сегменти от алтернативния туризъм съществуват добре развити мрежи във или в близост до места със сравнително висока концентрация на туристи. В други туристическият пазарен сегмент и развитието са слабо застъпени или липсват. Затова е необходимо стиковане на планове за развитие на всеки сегмент, тяхното обединяване и определяне на приоритети за работа в контекста на Плана за действие.

### **II. Координация и ресурсни наличности.**

1. В развитието на туризма в България са пряко включени няколко министерства и някои от тях имат конкретни роли и отговорности в този процес. Един от механизмите за координация са например подписани Протоколи за сътрудничество между МОСВ, МИ и МЗГ. Тези споразумения обаче не представляват механизъм за практическо изпълнение на тази координация. Чрез тези три министерства държавния бюджет покрива оперативните разходи на всички институции на национално, регионално и местно ниво, които се занимават с развитие на туризъм. Не съществува инвестиционен фонд за туризъм, а наличните средства за проекти за капиталови инвестиции за подобряване на инфраструктурата и общинските услуги са ограничени.

Друг източник на финансиране са международните донори, които работят в България – Структурните фондове на ЕС от 2007 година, ПРООН, GTZ, швейцарското правителство, СИФ и др. Много от програмите на тези международни донори не са пряко насочени към туризма, но предоставят финансова и експертна помощ за развитие на МСП, за природозащита, за институционално укрепване или за децентрализация на местното самоуправление. Много от тези области могат да бъдат обхванати с Плана за действие на общинско равнище.

Инвестициите в туризма от частни банки все още са ограничени. Финансирането на туризма в общината е изправено пред няколко затруднения. Като цяло средния туристически проект в общината е твърде малък, за да предизвика значителен интерес от страна на банките. Приходите, генерирани от такива проекти, са често нестабилни и сезонни, което поражда загриженост от навременното посягане на заемите. Все пак нараства броя на банките с положителна нагласа към отпускането на заеми за туризъм на ниво община. От гледна точка на тези банки туристическите проекти представляват заеми за МСП и трябва да покриват стандартните критерии за одобрение на заеми. С разрастването на туризма в общината ще се увеличава и интересът на банковия сектор, а усилията на местната икономическа общност по създаване на благоприятна среда за устойчив туризъм ще правят търговските заеми все по-достъпни.

### **III. Общинския план за действие за развитие на устойчив алтернативен туризъм е създаден като оперативен документ.**

Съдържанието му се основава на Общинската стратегия за развитие на устойчив алтернативен туризъм.

Общинския план за действие определя групите препоръчителни действия в рамките на четирите стратегически цели. Почевото действия ще зависят и от други дейности. С други думи, те представляват компонент от «верига на действията».

Идентифицирането на тези взаимозависимости между действията позволява те да бъдат подредени в подходяща последователност и връзка. Специфичните групи действия бяха организирани в 9 вериги :

- Финанси/ Финансиране
- Показатели / Мониторинг
- Институционално развитие
- Инфраструктура
- Маркетинг
- Развитие на продукта
- Качество /Сертифициране
- Обучение

Критерии за избор на приоритетите :

- Действието съответства на визията и стратегическите цели на Общинската стратегия за развитие на туризма;

- ▶ Идентифицирани са съществуващи институции, местни икономически партньори и общности, които биха могли да поемат отговорност за изпълнението на плана с основна и подкрепяща роля;
  - ▶ Идентифицирани са потенциални източници на финансиране и други ресурси за изпълнение Плана за действие;
  - ▶ Планът за действие може да предизвика някаква форма на икономическо развитие в общината през следващите пет години;
  - ▶ Действията са реалистични и могат да бъдат потенциално финансирани от донори, ориентирани към инициативи със значително въздействие, възможности за повторение и икономически растеж.
- Посочените девет вериги на действията бяха допълнително консолидирани чрез използването на тези критерии за приоритет. Действията, включени в плана, отговарят на първия критерии и поне на още един от останалите.

#### **IV. Приоритетни теми и действия**

Следващите теми обобщават и организират приоритетните действия на Общинския план за действие за развитие на устойчив алтернативен туризъм :

- Управление на информацията
- Развитие на туристическото предприемачество
- Развитие на дестинацията/продукта и гарантиране на качеството
- Маркетинг и реклама
- Развитие на човешките ресурси и обучение

Всяка от тези теми за действие в областта на туризма представлява подпрограма на Общинския план за действие за развитие на устойчив алтернативен туризъм. Всяка тема се състои от набор от конкретни приоритетни действия. Всяко действие по същество е проект с цели, дейности и т.н. За описанието на проектите се използва общ модел.

Забележка : В настоящата стратегия сме разработили проекти по различните дейности, според нашето виждане за значимост и нямаме претенции за изчерпателност. Оставаме системата отворена за нови предложения, както от членовете на Консултативния съвет по туризъм, така и на бъдещите участници в клъстер „Врачански туризъм”.

##### **1. УПРАВЛЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА.**

Събирането и управлението на информацията за туристическите продукти, на статистическите данни, на рекламни материали и други е основен комплекс от задачи, необходими при всички дейности за развитието му. Създаването на продукти и планирането на пазарната дейност в национален и регионален мащаб изискват обстойна информация за пазара и пазарните тенденции в туризма. Понастоящем община Враца разполага със значително количество информация, но тя е разпиляна и в несъвместими формати. Създаването и поддържането на общинска информационна база данни, която да е достъпна по места, е от основополагащо значение за настоящия план за действие.

Достъпът до информация и нейното разпространение е необходимо условие за издигането на Враца като регионален лидер в развитието на туризма. С цел интегриране на информацията с евентуална национална информационна система за туризма, се предлагат следните действия :

- ◆ Интернет портал „Най-добрите практики в туризма“;
- ◆ Електронна библиотека в областта на туризма;
- ◆ Събиране на данни за туризма;
- ◆ Система за управление на информацията за туризма;

### **ИНТЕРНЕТ ПОРТАЛ „НАЙ-ДОБРИТЕ ПРАКТИКИ В ТУРИЗМА”**

Описание	Създаване на актуална и достъпна Интернет библиотека с примери от най-добрите общински практики в областите, свързани с устойчивия туризъм. Като минимум тя трябва да включва : <ul style="list-style-type: none"> <li>- системи за издаване на сертификати;</li> <li>- най-добрите международни и национални практики за развитие на туристическия продукт, както и модели за действие;</li> <li>- интерпретация на обекта;</li> <li>- полезни линкове към национални и международни организации и финансиращи институции.</li> </ul>
Обосновка	По света съществуват много добре документирани и лесно достъпни примери за успешни програми и инициативи в устойчивия туризъм. Този богат опит, адаптиран към нуждите на общината, ще намали в значителна степен времето и ресурсите, необходими за разработване на нови продукти. Той ще помогне за бързото приважване на практиката в общината в съответствие с най-добрите международни стандарти и ще засили осведомеността за значението на туристическия сектор за социалното и икономическото развитие.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигане на следните цели от стратегията : Подобряване на капацитета на предприемачите за извършване на бизнес и обучение на местните общности, предоставящи туристически услуги, Създаване на система за повишаване на обществената осведоменост; Прилагане на информационните технологии.
Очаквани резултати	Спазен срок за изпълнение на Стратегията за развитие на туризма; намаление на финансовите средства и ресурсите, необходими за изпълнението му; прилагане на съвременни висококачествени продукти и системи; подобрен достъп до международна експертна помощ; генериране на идеи за успешна реализация на общинския план .
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- създаване на структура на базата данни;</li> <li>- събиране на материали за най-добрите практики в туризма;</li> <li>- осигуряване на съответното оборудване;</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- публикуване на ключови раздели от базата данни в правителствени интернет страници;</li> <li>- осигуряване и предоставяне на достъп до многоезични източници на информация;</li> <li>- поддържане и редовно актуализиране на базата данни и, доколкото е възможно, ангажиране на частния сектор в този процес.</li> </ul>
Индикатори	Възприемане на най-добрите практики; адаптиране и прилагане на най-добрите практики в българския туристически сектор; приблизителна оценка на спестените време и ресурси.
Водеща институции/партньори	Клъстер „Врачански туризъм”, ПП Врачански Балкан, Община Враца.
Продължителност	Създаване на база данни и въвеждане на модели към края на първата година. Непрекъсната актуализация след това. Периодични прегледи за валидност на съдържанието през втората до петата година.
Източници на финансиране	Проекти по международни програми.

### ЕЛЕКТРОННА БИБЛИОТЕКА В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА

Описание	Създаване на електронен каталог/библиотека/ с цифрови карти, снимки, видеоклипове, както и друга важна визуална информация за туристическите обекти и маршрути.
Обосновка	Това е необходимо за разработването и промоцията на туристически продукти на националния и международния пазар. Електронната библиотека ще е в подкрепа и на усилията за засилване на обществената осведоменост от страна на националните и регионални асоциации за туризъм.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от Стратегията : Разгръщане на клъстери; създаване на система за повишаване на обществената осведоменост; Създаване на имидж на Враца като дестинация.
Очаквани резултати	Продуктите на туризма от община Враца са достъпни за националните компании за промоция и реклама. Информацията от електронната библиотека се използва в помощ на международните, националните и регионални програми за осигуряване на осведоменост на обществеността.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- създаване на необходимата структура на базата данни; определяне на правила и изисквания относно съдържанието и формата на различните видове данни, включително снимки, описание на продукт;</li> <li>- набиране на материали;</li> <li>- анализ на обхвата на базата данни и използването на нови материали, когато е необходимо;</li> <li>- публикуване в публичните интернет страници;</li> <li>- редовна актуализация.</li> </ul>

Индикатори	Брой на записите в библиотеката; подобрени общински рекламни материали; редовно поддържана и актуализирана електронна библиотека; лицата, заинтересовани от туризма в национален и регионален мащаб, оценяват библиотеката като достъпна и лесна за ползване.
Водеща институции/партньори	Клъстер „Врачански туризъм”, ПП Врачански Балкан, Община Враца.
Продължителност	Една година.
Източници на финансиране	Публични и общински структури, неправителствени организации чрез набрани материали от реализирани проекти, проекти по международни програми.

### СЪБИРАНЕ НА ДАННИ ЗА ТУРИЗМА

Описание	Включване на набирането на данни за туризма в общинските системи и проучвания за събиране на данни за туризма с цел анализ на профила на туристите, демографската им характеристика, техните дейности и характеризиране на разходите им. Данните за туристическия поток включват : обем, страна/район на произход, демографски данни, продължителност на престоя, местонахождение, брутни и средни разходи, сезонност, специални интереси, ниво на удовлетвореност, програми за обучение, възможности за инвестиции.
Обосновка	Статистическите данни са важен инструмент за разработването на пазара на туризма на общинско ниво. Те са и важен източник на информация, когато туризмът стане част от икономическото развитие и планиране на общината. Информацията, набирана като част от тази дейност, ще помогне за определяне на относителните въздействия от разработването на продуктите, пазарни кампании, както и за развитието на клъстера.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от стратегията : Разгръщане на клъстер и мрежи, Насърчаване координирането на политиката, Приемане на система за мониторинг на въздействието, Приемане на стратегически подход за развитие на мрежи.
Очаквани резултати	По-добро опознаване на пазарните сегменти и на потребностите и очакванията на потенциалните потребители и туристически продукти и услуги, ефективен мониторинг и насока на приоритетите за развитие, непрекъснато следене на пазара, идентифициране на възможности за разработване на нови продукти.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- идентифициране на съществуващи общински, регионални и национални проучвания;</li> <li>- разработване на нови средства за набиране на данни на съответните нива;</li> <li>- формулиране на въпроси от значение за туризма;</li> <li>- уточняване на формата на необходимите анализи;</li> <li>- интегриране на тези дейности в методологиите за провеждане на проучвания и в системите за анализ;</li> <li>- публикуване на анализите на интернет страницата на общината и годишен статистически доклад.</li> </ul>
Индикатори	Изследване сред потребителите за актуалността и приложимостта на статистическите данни и анализите.

Водеща институции/партньори	Клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, ПП Врачански Балкан
Продължителност	Уточняване на изискванията през първата година. Интегрирането им в процеса на събиране на данни през втората година. Публикуване на анализи през третата и всяка следваща година.
Източници на финансиране	Всички източници, които финансират проекти за туризма.

### СИСТЕМА ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ИНФОРМАЦИЯТА В ТУРИЗМА

Описание	Проектиране на управлявани от потребителя база данни, които да гарантират съответствие на информацията и материалите за туристическите продукти и тяхното разработване и реклама с националните формати, включващи информация относно : - обекти /природни и културни/, туристически пътеки, места за настаняване, средства за подслон и заведения за хранене и развлечения, транспорт, туристически фирми, специализирани продукти, програми, виртуални туристически маршрути, занаятчийски продукти, стоки и услуги, събития и фестивали.
Обосновка	Много дейности от възлово значение при разработването на продукта, изготвянето на рекламни материали, туристическа информация и интерпретиране изискват достъп до големи обеми информация, статистически данни и изображения. Разработването на общинска система за управление на дигитална информация с времето ще изисква събиране на подходящи материали в съвместим с националния формат, както и тяхното ползване и поддържане в обща рамка за управление на информацията.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от стратегията : Разгръщане на клъстер и мрежи, Подпомагане развитието на ефективни малки и средни предприятия в сферата на туризма, Прилагане на информационните технологии, Създаване на имидж.
Очаквани резултати	По-ефективно събиране на материали; по-добро качество на продукта, по-ефективно включване на туристическия сектор в общо туристическите пазарни и информационни продукти и услуги.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- идентифициране и събиране на данни за съществуващите източници на информация и информационни системи в областта на туризма;</li> <li>- структуриране на база данни в съответствие с националната географска информационна система;</li> <li>- посочване на правила и изисквания за съдържанието и формата на различните типове данни, вкл. фотографски снимки, профил на продуктите и др.</li> <li>- разпространяване на правилата и изискванията до всички източници на данни и потенциални потребители;</li> <li>- осигуряване на подходящо обучение за ползване и поддръжка;</li> </ul>

Индикатори	Приемливост на правилата и изискванията от потребителите, постигната чрез консултации, и събиране на обратна информация.
Водеща институции/партньори	Община Враца, Клъстер „Врачански туризъм” ПП Врачански Балкан.
Продължителност	Три години.
Източници на финансиране	Международни донори, неправителствения сектор.

## 2. РАЗВИТИЕ НА ТУРИСТИЧЕСКОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО.

Увеличение на средствата, които един турист разходва по време на престоя си, може да се постигне чрез увеличаване разнообразието на услугите и продуктите. В обозримо бъдеще дялът на МСП в туристическия сегмент на страната ще остане относително малък. Въпреки това МСП ще бъдат главния инструмент за развиване и осигуряване на преки услуги за туристите, на подходящи съоръжения и непреки, съпътстващи/помощни услуги. Увеличение на приноса на малките и средни предприятия за икономиката може да се постигне, като се подобри тяхното управление. Необходимо е обучение по фирмено управление за постигане на висококачествени продукти от дейността на тези фирми. Това изисква и обучение по обслужване на туристите. Тези дейности се нуждаят от достатъчни ресурси и затова има нужда от осигуряване на достъп до банково и капиталово финансиране. Действията за развитие на туристическото предприемачество включват :

- център за разрастване на туристическия бизнес;
- консултантски услуги за туристическия бизнес;
- развитие на малките туристически предприятия /настанителна база;

### ЦЕНТЪР ЗА РАЗРАСТВАНЕ НА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Описание	Създаване и подобряване на функционирането на център за развитие на туристическия бизнес.
Обосновка	Центърът за развитие на туристическия бизнес осигурява микросреда за предприятия, чиито дейности водят до ускоряване на икономическото развитие и увеличаване възможността за бизнес посредством : <ul style="list-style-type: none"> <li>- съхраняване на най-редкия и ценен ресурс на предприемача – време и пари чрез осигуряване на достъп /чрез поделяне на стойността на разходите, спестяване на време и съхраняване на капитал/ до удобно пространство, услуги и оборудване. Осигуряването на тези услуги трябва да бъде гъвкаво и навременно</li> </ul>



	<p>и да се предлага по начин, съобразен с практическите нужди на предприемача.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Подпомагане на предприемачите да преодолеят бариерите и спънките за развитие на предприемачеството, възникващи от макроикономическата среда, като законодателни бариери, липса на информация и проблеми, свързани с достъпа до капитали;</li> <li>- Ускоряване на темпото, с което предприемачите усвояват основните елементи на бизнеспланирането. Центъра осигурява обмен на информация, обучители, техническа и управленска помощ, семинари, достъп до ресурсите за обучение. Той служи като централно звено за бизнеспланиране, управление, работа в мрежа и насърчава развитието на хората от бизнеса да работят в групи, които си сътрудничат и подкрепят за осъществяване на общите цели.</li> </ul>
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от стратегията : развитие на бизнеса, свързан с устойчивия алтернативен туризъм.
Очаквани резултати	<ul style="list-style-type: none"> <li>- мрежа от конкурентни туристически предприятия, работещи в подкрепа на биологичното и културно разнообразие;</li> <li>- модел на център за развитие на туризма с потенциал за прилагане в цяла България;</li> <li>- механизъм за подкрепа на защитените територии и други атрактивни природни територии в общината;</li> <li>- създаване на по-добра хармония между финансовия сектор и предприемачите в туризма от общината, създаване на възможности за други предприемачи с интерес в този сектор;</li> <li>- устойчиво ядро от допълващи се в дейността си предприятия, обединени от ясно дефинирани стандарти и отговорност за местни екологични и социални проблеми.</li> </ul>
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Създаване на клъстер „Врачански туризъм” по разработения модел; Групата на потенциалните участници в един център за развитие на туризма може да включва : администрации, включително на защитени територии, местни доставчици на екипировка и туроператори, собственици на места за настаняване и средства за подслон; участници, ангажирани в строителството, превръщането на хотели/хижи в екологично управлявани; фирми за наемане на велосипеди, коне, специални превозни средства и т.н.; сувенирни магазини и занаятчийски продукти; асоциации на специализираните водачи и т.н.</li> <li>- Оказване на техническа помощ за провеждане на предварителен анализ за осъществимост на концепциите и продуктите от туристическия бизнес;</li> <li>- Споделяне на стандартите за МСП и изискванията за работа /изпълнение на конкретни видове туристически бизнес;</li> <li>- Разработване на маркетингова стратегия за членовете на клъстера на основата на продуктите и характеристиките на общината и региона.</li> <li>- Осигуряване на бизнесинкубатор или подкрепа за ускоряване на развитието чрез достъп до рисков</li> </ul>

	капитал, търговски банки или специализирани фондове.
Индикатори	Нови рискови бизнесначинания на МСП или ускорено развитие на бизнеса; инвестиционен капитал; доходност; работна заетост.
Водеща институции/партньори	Местни власти, неправителствени организации и сдружения, туристическия бизнес от региона, регионално звено на ИАМСП.
Продължителност	Пет години.
Източници на финансиране	СИФ, МТСП – програма JOBS, Структурните фондове на ЕС, други донори.

### КОНСУЛТАНТСКИ УСЛУГИ ЗА ТУРИСТИЧЕСКИЯ БИЗНЕС

Описание	Осигуряване на пълно консултантско обслужване на туристическия бизнес от типа „на едно гише” в рамките на съществуващите ЕИЦBG808, Бизнес инкубатор Враца, „Гише на предприемача” и „Едно гише за икономически дейности”, включващо ресурси и консултации за бизнеспланиране, курсове за обучение, схеми за сертифициране, схеми за стимулиране, източници на финансиране и инвестиционна и пазарна статистика. Тези специализирани услуги ще бъдат изградени и рекламирани само след установяване на необходимото търсене и надеждна гама от туристически услуги и ресурсни материали, както и след подходящо обучение на персонала от Центъра за неговото функциониране.
Обосновка	В отговор на търсенето сред МСП от сектора туризъм за пълно и достъпно консултиране по съпътстващите бизнеса услуги и как да се осъществи контакт с тях.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигане на следните цели от стратегията : развитие на бизнеса, свързан с устойчивия алтернативен туризъм.
Очаквани резултати	По-добро качество на бизнес-плановите и проектите, увеличение процента на новите фирми и оцеляването им, повишени инвестиции в туристическия сектор, повишено доверие в бизнеса.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- инвентаризация на оперативните параметри и местонахождението на центъра;</li> <li>- практическо създаване на една такава консултантска услуга „на едно гише” с достатъчно пространство, персонал и съответно оборудване в центъра;</li> <li>- обучение на персонала;</li> <li>- редовен обмен на информация с други подобни центрове и взаимни посещения;</li> <li>- определяне и публикуване на най-добрите практики.</li> </ul>
Индикатори	
Водеща институции/партньори	Местната икономическа общност, обединена в клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, регионалното звено на ИАМСП.

Продължителност	Реализиране през втората година. Разширяване с нарастване на търсенето през следващите години.
Източници на финансиране	Донори

### РАЗВИТИЕ НА МАЛКИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Описание	Разработване и осъществяване на програма, свързваща малките хотели и други места за настаняване и средства за подслон с туристически обекти, атрактивни места, събития, фестивали, турове и сродни дейности, представляващи интерес за посетителите от страната и чужбина.
Обосновка	Тази дейност трябва да проучи възможността за прилагане и при положителен резултат да адаптира Програмата за малки туристически предприятия (ПМТП-STEP (САЩ) ) с оглед на малките бизнеспредприятия от общината. Трябва да се почерпи опит от партньорствата в рамките на Проекта за малки хотели на STEP, за обхващане на туристическите обекти и атракциите.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от стратегията : развитие на бизнеса, свързан с устойчивия алтернативен туризъм, Подобряване капацитета на предприемачите от туристическия бизнес, подпомагане развитието на ефективни МСП в сферата на туризма.
Очаквани резултати	<p>Развитие на продукта и разработване на обучителни програми за участващите малки хотели и други места за настаняване и средства за подслон и други малки туристически предприятия.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Маркетинг на търговските марки и стандарти, включително управление на уеб портал „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”;</li> <li>- Изготвяне на туристически пакети и техния маркетинг.</li> </ul>
Дейности	<p>Създаване на инструменти и структури за :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- оценяване потребностите на малките туристически предприятия /туристически обекти, атракции/;</li> <li>- оперативни насоки за малките хотели и други места за настаняване и средства за подслон;</li> <li>- система за обучители и център по Програмата за малки туристически предприятия в подкрепа на развитие на продукта;</li> <li>- професионални стандарти за малките хотели;</li> <li>- пълна програма по управление на околната среда /отпадъци, енергия, вода и т.н./;</li> <li>- доброволчески програми и партньорства – например доброволци студенти, подпомагащи малките хотели и други места за настаняване и средства за подслон с методическа помощ;</li> <li>- уеб портал „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”, включващ възможност за системи за резервация, изградена около „Враца – една от най-привлекателните туристически</li> </ul>

	дестинации” като обща търговска марка.
Индикатори	Хотели, предоставящи такива услуги, уеб страница и направени резервации на порталната уеб страница, удовлетвореността на туристите от тарифите за настанителната база, новосъздадени работни места.
Водеща институции/партньори	Местната икономическа общност, обединена в клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, регионалното звено на ИАМСП.
Продължителност	Пет години.
Източници на финансиране	Донори, заинтересовани сдружения, частен бизнес.

### 3. РАЗВИТИЕ НА ДЕСТИНАЦИЯТА/ПРОДУКТА И ГАРАНТИРАНЕ НА КАЧЕСТВОТО

Развитието на дестинацията/продукта и гарантирането на качеството са в основата на Общинската стратегия за развитие на туризма. В същността на дейностите по развитие на туризма са богатото природно и културно наследство на общината и региона. Защитените територии и историческите обекти са може би най-значимата конкурентна сила на Враца. Ако тези ресурси не са защитени и добре управлявани, Враца ще загуби това свое преимущество.

Маркетингът и рекламата не може да са успешни без конкретна и непрекъснато развиваща се основа на дестинацията/продукта и постоянно подобряващо се качество. Успешната стратегия за развитие на дестинацията/продукта може да се постигне чрез :

- а/ определяне на инициативи за развитие на туризма, необходими за навлизане на нови пазари и очертаване на уникалния вид и идентичност на туризма във Враца;
- б/ осигуряване на качествено преживяване за всички туристи;
- в/ използване на туризма за подпомагане опазването на богатото културно наследство на региона;
- г/ определяне на приоритетите и финансирането за подобряване на продукта;
- д/ ангажиране на местната общност в дейности, гарантиращи развитието на дестинацията/продукта;
- е/ партньорства с туристически субекти от страната и от Европа.

В сферата на развитие на туристическата дестинация и гарантиране на качеството му са предвидени следните действия :

- Присъждане на общински награди за развитие на устойчив алтернативен туризъм;
- Мрежа от туристическа информация;
- Събития на общността и традиционни празненства;
- Свързване към мрежа от екохотели в страната;
- Сертифициране на туристическото качество;
- Доброволческа програма в туризма.

## СЪБИТИЯ НА ОБЩНОСТТА И ТРАДИЦИОННИ ПРАЗНЕНСТВА

Описание	Включване на местни събития, дейности, фестивали и панаири в туристическите пакети и лансиране на местния продукт.
Обосновка	<p>Враца е особено богат на събития на местната общност и традиционни празненства. Тяхното разработване като туристически продукт ще :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- подобри цялостния продукт на общата търговска марка „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации” ;</li> <li>- придаде жизнено, динамично, земно измерение на продукта;</li> <li>- обогати преживяването на туристите, като им даде възможност да участват в живота на общността;</li> <li>- ангажира пряко общността в предлагането на туристическия продукт;</li> <li>- генерира приходи от туристите в рамките на общността;</li> <li>- създаде връзки между сегментите на алтернативния туризъм, практикувани в общността.</li> </ul>
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от Стратегията : насочване развитието на туризма към вътрешния пазар като първостепенен приоритет, Формулиране на насоки за програма културно-историческа интерпретация и образование на посетители.
Очаквани резултати	Увеличение на посещенията и престоя, нарастване на разходите на туристите и разпределение на икономическите ползи в общността, нарастващо удовлетворение на посетителите.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>◆ Подготвяне на календар от планирани, редовни събития на местно ниво;</li> <li>◆ Разпространение на календари на събитията в Центъра за развитие на туристическия бизнес, както и на регионално ниво;</li> <li>◆ Включване на календара в маркетинговите и туристическите информационни материали;</li> <li>◆ Планиране и реализиране на обучителна програма за управление на събитията с използване на най-добрите международни практики.</li> </ul>
Индикатори	Разходи на посетителите, заетост на местната леглова база, разработени пакети, катализиране на нови събития.
Водеща институции/партньори	Местната икономическа общност, обединена в клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, заинтересовани институции и неправителствени организации
Продължителност	Дълъг период
Източници на финансиране	Донори, мобилизация на местни ресурси.

#### 4. МАРКЕТИНГ И РЕКЛАМА

Важно е да се определи как Враца да представи себе си най-вече на приоритетните си туристически пазари, като покаже силните си страни с акцент върху своите природни и културни богатства. Много от заинтересованите страни смятат, че за Враца е изключително полезно да обедини усилията си с други общини и области от региона с ценни и културни ресурси, като се превърне в основен туристически център в Северозападна България. Осигуряването на инвестиция за подобна роля ще осигури в дългосрочен план основата за развитие на жизнена икономика.

„Заемането на позиция” е процес на изготвяне на посланието към пазара. По-трудната задача предвид ограничения бюджет и стеснения пазар е да се намерят рентабилни начини за предаване на посланието. Задачата на тази група от действия е да се разработи и реализира план за маркетинг и реклама, който да демонстрира как всеки лев от предоставеното финансиране генерира добър приход от туризма в общината.

В рамките на тази тема са представени следните дейности :

- Разработване на регионални туристически продукти, обединени във „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации” като обща търговска марка;
- Пазарна стратегия „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”;
- Разработване на вътрешния пазар за продукти и услуги в областта на устойчивия алтернативен туризъм;

#### ПАЗАРНА СТРАТЕГИЯ „ВРАЦА – ЕДНА ОТ НАЙ-ПРИВЛЕКАТЕЛНИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ ДЕСТИНАЦИИ”;

Описание	Идентифициране и ползване на стратегии, насочени към чуждестранните туристи със специализирани интереси, включително екстремн туризъм, алпинизъм, образователен и здравен туризъм и др.
Обосновка	Пред развитието на врачанския туризъм стои предизвикателството да се реализира на редица пазари, както и да извлече полза, като предложи досег до своята култура и природа чрез туристически продукти. За привличане вниманието към това конкурентно предимство е необходимо да се даде приоритет на създаването на обща търговска марка „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”, съответстваща на способността на туризма в общината да задоволява исканията на пазарната ниша.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от Стратегията : Развитие на устойчив алтернативен туризъм.
Очаквани резултати	Пазарните ниши ще получават по-голям процент от рекламата и маркетинговата дейност в сравнение с досегашния. Ще бъдат проверявани и използвани ефективни стратегии за диалог с туристическия пазар със специализирани нужди.
Дейности	Участие в :

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- а/специализирани панаири за устойчив туризъм;</li> <li>- б/ традиционни национални туристически панаири, работни срещи, конференции и други прояви с акцент върху устойчивия туризъм;</li> <li>- организиране на опознавателни пътувания или работни срещи и покани за туроператори, предлагащи цялостни туристически пакети за разработване на нови продукти на базата на равнопоставеност и партньорство;</li> <li>- използване на маркетинг в Интернет и индивидуални Интернет страници за предоставяне на информация. Това включва брошури, резервации и услуги по поръчка на отделни лица или групи;</li> <li>- лансиране на темата „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации” като обща търговска марка във всички реклами, промоции и дейности във връзка с обществеността;</li> <li>- публикуване на каталози на продуктите, предлагани във връзка с темата „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”.</li> </ul>
Индикатори	Стандарти за екологична устойчивост, отразени в маркетинговите и рекламни дейности, използване на темата „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации” като общинска туристическа марка, брой на представители, представяния и посетители на изложби и фестивали.
Водеща институции/партньори	Местната икономическа общност, обединена в клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, заинтересовани институции и неправителствени организации, частния бизнес.
Продължителност	Пет години
Източници на финансиране	Частния сектор, НПО, донори, вкл. международни.

## 5. РАЗВИТИЕ НА ЧОВЕШКИТЕ РЕСУРСИ И ОБУЧЕНИЕ

В допълнение към атракциите и различните дейности съществуват няколко други съществено значими компонента на предлагането на туристическите продукти и услуги на световно ниво. Качеството и нивото на услугите имат най-голямо значение за успеха на развитието на туризма във Враца. Ето защо една всеобхватна стратегия за развитие на човешките ресурси и обучение в областта на туризма трябва да акцентира върху :

а/ издигане качеството на услугите за посрещане на търсенето на посетителите и в крайна сметка достигането на ниво, при което се привличат по-доходоносни пазарни сегменти;

б/ привличане на частния сектор в разработването на годишни програми и предоставяне на възможности за практическо обучение;

в/ създаване на повишена осведоменост по важността на туризма и подкрепа в рамките на по-широката общественост за развитието на устойчив туризъм;

- г/ подобряване облика на туризма във Враца като възможност за кариера за випускниците от средните и висши училища;  
 д/ осъвременяване на знания и компетенциите при управлението на туристическите сдружения и организации.

В рамките на тази тема са представени следните дейности :

- Програма за развитие на познанията в областта на туризма и в частност на екотуризма в малките и средни предприятия;
- Програма за обучение по разработването и изпълнението на интерпретативни туристически дейности;

### **ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА ПОЗНАНИЯТА В ОБЛАСТТА НА ТУРИЗМА, В ЧАСТНОСТ НА ЕКОТУРИЗМА В МАЛКИТЕ И СРЕДНИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

Описание	Разработване на изчерпателен пакет от курсове за обучение на място със следния обхват : пазарни анализи и прогнози, разработване на продукти, маркетинг, управление на малки фирми, планиране на деловата дейност, източници и критерии за финансиране, кандидатстване за кредити, обслужване на клиентите, мониторинг, здраве и безопасност, информационни технологии.
Обосновка	Преодоляване на пропуски в уменията за предлагане на услуги в областта на екотуризма от сектора на МСП. Посрещане и задоволяване на търсенето на подобни курсове.
Стратегически цели	Изпълнението на това действие ще доведе до постигането на следните цели от стратегията : подобряване на капацитета на предприемачите за извършване на бизнес и обучение на местните общности.
Очаквани резултати	По-добро качество на бизнес плановете, увеличени инвестиции в сектора, засилено развитие и повишена рентабилност.
Дейности	<ul style="list-style-type: none"> <li>- избор на подходящи модели с най-добри практики от обучението на средни и малки предприятия в областта на туризма/екотуризма;</li> <li>- разработване на комплексен, модулен курс за развитие на малките и средни предприятия;</li> <li>- изготвяне на материали за курса;</li> <li>- обучение на обучаващи;</li> <li>- реклама чрез туристически агенции, сдружения и чрез центъра за консултации на фирмите;</li> <li>- създаване на наръчник с добри практики за начинаещи в тази дейност.</li> </ul>
Индикатори	Брой проведени курсове, присъствие на курсовете, удовлетвореност на МСП, установена чрез въпросници за оценка на курса.
Водеща институции/партньори	Местната икономическа общност, обединена в клъстер „Врачански туризъм”, Община Враца, заинтересовани институции и неправителствени организации, обучителни центрове и частния бизнес.
Продължителност	Разработване на модули за курса – през първата година. Обучение на обучаващите и начало на провеждане на курсовете – през втората година.
Източници на финансиране	Донори, Структурни фондове на ЕС.



## **6. НАСОКИ ЗА ИЗПЪЛНЕНИЕ НА ОБЩИНСКИЯ ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ**

На базата на разработения по Проект АУПТ ОБЩИНСКИ ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ АЛТЕРНАТИВЕН ТУРИЗЪМ, след неговото допълване, е необходимо да се изготвят Прогнози за потребностите от финансиране.

Изпълнението на Общинския план ще изисква той да бъде институционализиран на общинско и областно ниво. Развитието на туризма ще изисква сътрудничество между институциите на тези нива. Освен това, е важно да бъдат разработени механизми за сформирание на стратегически партньорства между правителство, местни власти и частния сектор. В хода на разработването на плана за действие са определени следните принципи, които се предлагат като насоки за изпълнението му.

1. **Роля на местните власти.** Тяхното участие и водеща позиция са ключови фактори за разработването и лансирането на устойчив алтернативен туризъм.
2. **Дестинация за устойчив туризъм.** За успешното развитие на устойчивия алтернативен туризъм във Враца съществува необходимост от разработване и реализиране на туристически маршрути и пакети, обединени по обща търговска марка „Враца – една от най-привлекателните туристически дестинации”.
3. **Финансови механизми и помощ за развитие.** Успехът на Общинския план за действие отчасти зависи от наличието на финансови средства. За съществуващите финансови механизми по линията на Структурните фондове на ЕС е необходимо по-конкретно виждане в плана за действие. Необходими са нови модели за финансиране на туризма. Това включва „култивиране” и поддържане на преки контакти с потенциални инвеститори, включително фондове за микрокредити, фондации и търговски банки.
4. **Международно сътрудничество и партньорство.** Използване преимуществата на членството в ЕС.
5. **Отбелязване и оповестяване на успехите.** Периодичните прегледи водят до извличане на поуки, установяване на проблеми, но и до отбелязване на успехи.