



Европейски земеделски фонд за развитие на селските райони: Европа инвестира в селските райони
Програма за развитие на селските райони 2004–2006 г.

СНЦ „Местна инициативна група общини Елена и Златарица“

ПРОУЧВАНЕ И АНАЛИЗ

„ПРИНОС НА МЕСТНИТЕ ПРОДУКТИ И УСЛУГИ ЗА МАРКЕТИНГА И ПАЗАРНОТО ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА ТЕРИТОРИЯТА НА СНЦ „МИГ ОБЩИНИ ЕЛЕНА И ЗЛАТАРИЦА“

Декември 2018

I. Съдържание

I.	Съдържание	2
II.	Списък на илюстрациите	3
III.	Съкращения.....	4
IV.	Въведение.....	5
V.	Методология	14
VI.	Описание на традиционните за територията на СНЦ „МИГ Общини Елена и Златарица“ продукти и услуги	16
VII.	Идентифициране на други местни продукти с маркетингов потенциал. Препоръки за усилване на влиянието им при маркетингане на територията	45
VIII.	Предложения за критерии и обосновката им при оценка на проекти, кандидатстващи за подпомагане по подмерки 7.5, 6.4.1 и 6.4.2 от СВОМР	55

II. Списък на илюстрациите

Фиг. 1. Луковица на бранда

Фиг. 2 Карта на територията на МИГ общини Елена и Златарица

Таблица 1. Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения на територията на МИГ Елена Златарица

Таблица 2. Годишна заетост на легловата база (в %), община Елена

Таблица 3. Брой пренощували община Елена

Таблица 4. Заведения за хранене и развлечения, община Елена

Таблица 5. Заведения за хранене и развлечения, община Златарица

Таблица 6. Туристически атракции, община Елена

Таблица 7. Туристически атракции, община Златарица

Графика 1. Брой легла, община Елена

Графика 2. Ведове места за настаняване, община Елена

Графика 3. Приходи от нощувки, община Елена (2007-2013 г.)

III. Съкращения

СНЦ - Сдружение с нестопанска цел

ВОМР - Водено от общностите местно развитие

СВОМР - Стратегия по Водено от общностите местно развитие

МИГ - Местна инициативна група

НПО - Неправителствена организация

IV. Въведение

Настоящите проучване и анализ е изготвен в изпълнение на дейности по изпълнение на споразумение № РД 50-140 / 21.10.2016 г. по подмярка 19.2. „Прилагане на операции в рамките на стратегии за Водено от общностите местно развитие“ на мярка 19 „Водено от общностите местно развитие“ (ВОМР) от Програмата за развитие на селските райони за периода 2014 – 2020 г. (ПРСР 2014 – 2020 г.).

Основна цел на настоящите проучване и анализ на резултатите "Принос на местните продукти и услуги за маркетинга и пазарното позициониране на територията на СНЦ „МИГ Общини Елена и Златарица“ е да се направи оценка на приноса на традиционни за територията на Сдружение „МИГ Общини Елена и Златарица“ местни продукти и услуги към маркетинга на територията. Очаква се да бъде предложен модел (препоръки), който да засили тяхното влияние при позиционирането на територията на МИГ сред многообразието на селските райони в България и в Европа.

Територията на МИГ притежава специфични и в известен смисъл уникални характеристики по отношение на местното културно наследство и на местните продукти, които създават собствена идентичност и облик на територията. Утвърждаването и популяризирането на тази идентичност е една от важните цели на местното развитие, идентифицирана както в общинските планови документи, така и в Стратегията за ВОМР. На основата на тази идентичност се конструира и концепцията за развитие на туризма на територията, особено в община Елена. Туризмът е секторът, който е със значителен потенциал за развитие. Изградена е значителна по мащаб и качество база за настаняване, която не се експлоатира пълноценно. Необходимо е разнообразяване на туристическото предлагане, нови атракции, обогатяване на празничния и културен календар на територията и други дейности, които да привлекат туристически интерес и поток. Празници, свързани с „Еленския бут“, „Еленския пчелен мед“ и „Градинарската чорба“ в гр. Златарица, вече няколко

поредни години се провеждат на територията на МИГ. Оценка доколко тези събития повлияват и в каква степен провокираният туристическия интерес е устойчив е една от целите на проучването. По-съществената цел обаче е свързана с идентифициране на други местни продукти, които имат потенциал да бъдат валоризирани за целите на доизграждането на уникалната местна идентичност, която да бъде систематично налагана и да се превърне в своеобразен културен актив на територията.

Третата цел на проучването е резултатите от него да бъдат използвани при подготовката на проекти от допустимите бенефициенти по мярка 7.5 от СВОМР с идеи, които имат потенциал за развитие. Мярката има относително висок бюджет и на нея се залага да подкрепи разнообразяване на туристическото предлагане на територията. Отделно от това резултатите ще се използват и при оценката на реалистичността на бизнес-планове на онези проекти, които са свързани с инвестиционни намерения в областта на туризма по мерки 6.4.1 и 6.4.2 от СВОМР.

Резултатите от проучването ще се използват в голяма степен при оценката на покриването на няколко от критериите за избор на проекти по следните мерки:

- Подмярка 6.4.1 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“

1. Проектът подпомага усвояването на потенциала за развитие на туризъм, чрез разнообразяване на предлагането, интегриране на атракции и малки производства от занаятчийски характер.

- Подмярка 6.4.2 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности по тематичната подпрограма за развитие на малки стопанства“, критерии:

4. Проектът води до разнообразяване на туристическото предлагане

5. Проектът допринася за утвърждаване на местната идентичност

* * *

Маркетингът е социален и управленски процес, чрез който индивидите и групите получават това, от което се нуждаят и искат, чрез създаване и обмен на продукти и

ценност с другите (Kotler, 1996). Продуктът е всичко, което може да се предложи на даден пазар, за да задоволи нужда или желание, включително стоки, услуги, опит, събития, хора, организации, информация, места и територии.

Маркетингът е също така връзката между материалните изисквания на обществото и икономическите му модели на отговор. Той удовлетворява обществените нужди и желаниа чрез обменни процеси и изграждане на дългосрочни взаимоотношения между продавачите и купувачите на продуктите.

Същността на маркетинга се състои в определянето на ключовите целеви пазари чрез анализ на пазара и сегментиране на пазара, както и разбиране на поведението на купувачите в покупката и осигуряване на изключителна стойност за клиентите.

Териториалният маркетинг е инструмент за развитието на дадена територия. Той представлява набор от действия, които са насочени към реализиране на планове и стратегии за развитие на територия в дългосрочен план. Той набелязва основните области на развитие, начини на инвестиране в тях и дефинира очакваните резултати. Основата на реализацията на териториалния маркетинг са синхронизираните усилия и конкретни действия на редица местни участници като публични институции, частни компании, асоциации, заинтересовани страни. Техните активности трябва да стъпват върху задълбочено познаване на особеностите, плюсовете и минусите на територията, както и да ползват съвременни, ефикасни и ефективни инструменти за комуникация.

Териториалният маркетинг дава забележителни резултати особено при определяне на сфера на въздействие "развитие и насърчаване на туризма на територията", като започва с проучване и систематизиране на данни за природните, историческите, културните ресурси и местните селскостопански продукти, както и за класифицирането на видовете туристическа инфраструктура, местата за отдих и прехрана, които да послужат за избор и насочване на маркетинговите дейности към конкретни потребители, колкото и широк да е спектърът им, и към различни целеви пазари. Това трябва да бъде основата за формулиране на конкретни действия,

насочени към подобряване на съответствието между предлагането на територията и различните сегменти на търсенето.

Моделът на териториалния маркетинг има за цел изграждането на интегрирана териториална система, способна да ангажира различните частни и публични участници, за да се постигне развитието на територия, където е приятно и удобно да се живее, до която ви се иска да пътувате, посещавате и да се връщате отново там. Териториалният маркетинг трябва да координира богато ветрило от допълващи се интервенции, а не отделни и/или епизодични инициативи.

Териториалният маркетинг служи като инструмент на естествената конкуренция между градовете, регионите, териториите и дори страните, тъй като е очевидно, че те се конкурират помежду си за хора, ресурси и инвестиции. Според Metaxas (2007) някои от характерните елементи на тази конкуренция са:

- Конкуренция за привличане на обществени фондове;
- Конкуренция за провеждане на популярни събития като спортни и културни фестивали или търговски панаири, които допълнително допринасят за развитие на съпътстващи бизнеси и икономическото развитие на териториите;
- Повишаване качеството на живот и стандартите за опазване на околната среда;
- Усилията, положени от всяка територия за привличане на жители, бизнес посетители, туристи и др.

Териториалният маркетинг е процес на идентифициране, организация и координация на всички променливи, които оказват влияние върху образа (имиджа) на територията. Той има следните съставни части:

- 1) Планиране на най-подходящата комбинация от териториални стоки и услуги;
- 2) Създаване на стимули за потребителите на продуктите / услугите;
- 3) Подобряване на достъпа до териториални продукти / услуги;
- 4) Популяризиране на имиджа и ценностите на територията, за да се гарантира, че потенциалните потребители осъзнават техните предимства. (Kotler et al., 1999)

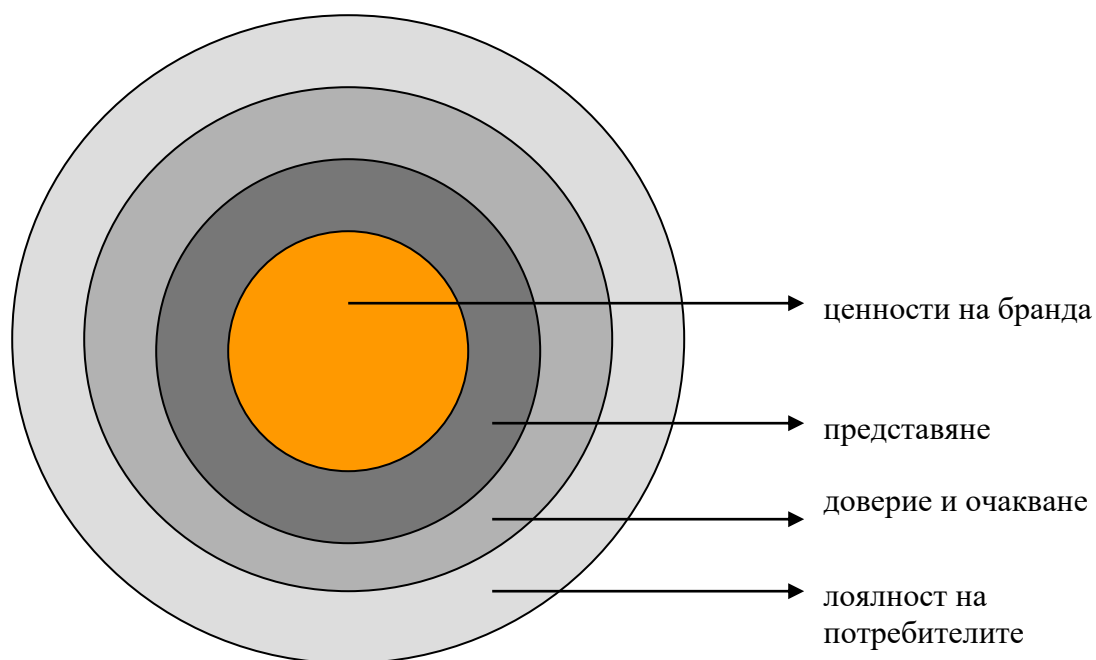
Тези четири основни дейности (съставни части) естествено се свързват с четирите традиционни елемента на маркетинговия микс (четирите Р на маркетинга): продукт, цена, разпространение и реклама (product, price, distribution, promotion).

Териториалният маркетинг е процес на реализация на тези дейности с цел да се превърне дадена локация в дестинация. Целта му е да укрепи капацитета на територията да се адаптира към променящия се пазар, да се възползва от възможностите и да поддържа своята жизненост (Florek, 2003).

Териториалният маркетинг създава един бранд (марка) за територията и я разширява върху всички свои предложения и взаимодействия. От гледна точка на клиента това създава уникална картина на територията на всяко отделно ниво на взаимодействие. Това също така спомага при представяне на клиентите на всеки отделен феномен, празник, елемент и др. на територията да се утвърждава брандът на цялата територия.

Какво представлява брандът (марката) на територията? Разработената от датския професор Per Mollerup моделът на луковицата на бранда (марката) е полезна при обясняване на структурта на бранда (Фиг. 1).

Фигура 1: Модел на луковица на бранда



Източник: Mollerup, P. (2003). 'Marks of Excellence: The History and Taxonomy of Trademarks'.

1. В центъра на модела стои брандът: в нашия случай¹ - територия и нейните ценности - защо територията е специална и какво може да предложи на своите клиенти (ползвателите на територията). Най-често ценностите на територията са нещо, което кара човек да се заинтересува от територията. Те могат да бъдат уникална характеристика на естествения или културен ландшафт, продукт или услуга, или събитие. В идеалния случай обектът на обменните взаимоотношения в териториалния маркетинг не е прост продукт, а е по-добре описан като "разширен териториален продукт" (Ashworth, Voogd, 1988), който може да има две проявления:

1) Географски район като цяло по отношение на инфраструктурата, дейностите, атмосферата и всеки друг символичен фактор, който може да представлява.

¹ В други случаи - фирма, продукт, услуга и др.

2) Район, идентифициран въз основа на неговите специфични характеристики: например услугите, които предлага, или структури, които са посветени на специфични функции, и др.

Тъй като списъкът на "ползвателите на територията" не се ограничава само до туристите, списъкът на възможните ценности може да бъде доста дълъг. Например, докато за туристите ценност е контактът с природата, познанията за традициите, красивите пейзажи или някои уникални продукти и услуги, местните жители търсят главно по-висок икономически и жизнен стандарт и свързаните понятия като място за живеене, работа и отглеждане на деца (Dinis, 2004). За бизнеса, от трета страна, това несъмнено е местоположението, инфраструктурата и наличието на работна сила.

2. Най-близкият концентричен кръг до този на ценностите е кръгът на комуникацията, на представянето на територията пред света. Тук става дума преди всичко да комуникационните средства и канали, които ползваме, и това доколко те са адекватни, за да достигнат до ползвателите (публиките). Става дума за широк диапазон от инструменти (канални), почвайки с уеб-страница, минавайки през различни културни и бизнес събития, опирайки се на социалните мрежи, видеоматериали (Youtube, влогове), интерактивни карти, нативна реклама, и др. Последните са решаващи и ценни за бързото разпространение на информацията и достигането до нови аудитории, особено сред младите хора.

3. Третият пръстен е този на непосредствения резултат от представянето на бранда: осъзнаването, интереса, доверието и други чувства, създадени сред аудиториите. Ражда се връзката между бранда (марката) и неговите клиенти (потребители). Клиентите са получили насочената към тях информация за бранда на територията и сега идва тяхното време да действат.

4. Най-външният пръстен в луковицата на бранда акцентира върху това, че брандът на територията, след като е създал очаквания (обещания) за ценности, трябва да ги спазва (предостави). Когато клиентите харесат това, което виждат и изживяват, тогава става възможно да се изгради "лоялност от страна на потребителите". Само когато се достигне този външен пръстен, може да се каже, че територията е развила силен и

обичан бранд, който може да очаква лоялност от страна своите потребители (клиенти).

Какви следва да са ценностите на територията? Те са различни за различните видове "потребители на територията":

>> за да е атрактивна територията за потенциалните жители, тя трябва да предлага поне една от следните ценности като:

- място за живеене, което включва фактори като безопасна и чиста жилищна среда, наличност на места за отдих и удобно придвижване до работното място;
- място за отглеждане и възпитание на деца, което отново включва сигурност, както и добри възможности за детска градина, училище и / или университетско образование, спортни съоръжения и други дейности като изкуство и музика;
- място за работа, което би било от значение за професионалните умения и квалификации на целевата аудитория.

>> за да е атрактивна територията за бизнеса и потенциалните инвеститори, тя трябва да предлага ценности като:

- благоприятно местоположение, улесняващо ефикасните логистични и дистрибуторски канали;
- бизнес среда, материална и нематериална, която включва наличната инфраструктура (пътища, комунални услуги, комуникации) и ефективно взаимодействие с местните власти. Също така включва и вече работещите фирми на територията, тъй като това може да бъде и повлияващ фактор за други предприятия, които обмислят да се преместят на нея.
- образована и компетентна работна сила, която ще заеме наличните работни места.

>> за да е атрактивна територията като туристическа дестинация, тя трябва да предлага ценности като:

- забележителности, които включват различни исторически и съвременни обекти, природни пейзажи, пешеходни и велосипедни пътеки и т.н. Това също може да се основава на връзка с историческа фигура, като известен художник или писател, родени в, или посетили територията;
- продукти и услуги, които са уникални и са свързани с територията;
- събития, включително културни, бизнес, спортни събития, фестивали, панаири и др.

Промотирането на бранда на територията пред света следва да цели:

- привличане на вниманието на потребителите към традиционните продукти и услуги;
- представяне на дребните производители, които не биха могли да се маркетинговат сами;
- разработване на обща териториална оферта, която може да повиши привлекателността на територията в очите на потенциални инвеститори и / или посетители.

Принципите на доброто представяне на териториалния бранд следва да са:

- да се представят продукти, произведени от местни съставки и за предпочитане включващи местна рецепта или традиция;
- представените продукти да са полезни за здравето;
- представените продукти и услуги да са свързани с ценностите на територията;
- налице да е връзката между представените местни продукти и местни производители;
- местните продукти следва да могат да се дегустират на място, както и да се предлагат допълнителни услуги: турове, преходи, работни и други срещи и др.

Представянето на бранда чрез комуникационните канали също така следва да се опира на:

- представяне на традициите, културата и ценностите на територията,
- името, логото, краткото представяне и уебсайт на всеки от избраните местни производители или общ, ако е наличен;
- дати на местни музикални, културни събития или пазарни дни, фермерски фестивали, събори и др.;
- местна карта, маркираща местата на производителите, които могат да бъдат посетени;
- списък или карта на местните магазини и ресторанти, където могат да бъдат закупени, опитани, дегустирани местните представени стоки.

V. Методология

Методологията на проучването и анализа „Принос на местните продукти и услуги за маркетинга и пазарното позициониране на територията на СНЦ „МИГ общини Елена и Златарица“ се базира на допускането, че в общата територия на МИГ са постигнати успехи в релевантната област в двете намиращи се на територията общини - Елена и Златарица, макар и поотделно, а не с обединени усилия. Както и с убеждението, че МИГ общини Елена и Златарица ще работи за развитието на цялата територия, като стъпи върху добрите практики и постижения както в община Елена, така и в община Златарица.

Методологията се базира върху набиране и анализ на обективни данни за потенциала на територията и за досегашните добри практики и техния анализ.

Съвкупността от методи, прилагани по време на провеждане на проучването и анализа, са както следва:

>> Проучване на документи и информация

Този метод се отнася за събирането, проучването и анализа на съществуващи документи и налична информация за степента на развитие в релевантната област.

Основните стъпки включват:

- идентифициране на необходимите за анализа документи и информация;
- проучване на документите и обработка на информацията от тях.

Основните документи, които бяха проучени, са:

- Нормативни актове – закони, правилници, наредби, свързани с тематичната област, заповеди и др. под. - на двете общини и на МИГ;
- Стратегически и вътрешни документи – действащи стратегии, концепции, програми, планове и др. под. - на двете общини и на МИГ;
- Мисия и визия на двете общини и на МИГ;
- Отчетни доклади за дейността на двете общини и на МИГ;

>> Персонални интервюта (разговори)

Чрез интервюта (разговори) се събира допълнително информация по въпроси, които представляват интерес, след като бъде направено проучването на документите и първоначалния анализ.

>> Съдържателен анализ на документация

Подходът обхваща преглед на правните, методологични и отчетни документи, свързани с тематичната област.

>> Анализ на онлайн медийно отразяване на новини и събития

Анализът на медийното отразяване на събития и новини е допълващ инструмент за набиране на информация относно постигнатото в тематичната област до този момент, както и на въздействието на отразените събития и новини.

>> Експертна оценка

Експертната оценка е сравнително неформална техника, която се реализира от екипа на Изпълнителя, вкл. от експерти, които не са ангажирани в конкретната задача. Тя се

ползва за различни цели, включително за изясняване на определена тема, оценка на продукти и услуги, предложения за препоръки.

>> Методи за оценка на набраната информация и данни

Те се базират основно на съдържателен анализ на качествени и количествени данни, на основата на които се генерират продуктите по поръчката (проучване, анализ, препоръки).

VI. Описание на традиционните за територията на СНЦ „МИГ Общини Елена и Златарица“ продукти и услуги

Тази част на анализа се спира на традиционните за територията на СНЦ "МИГ общини Елена и Златарица" продукти и услуги, които представляват ценностите на териториалния бранд, които имат отношение към развитието на туризма и не само, и провокиране на устойчив туристически интерес към територията на МИГ.

Фиг. 2 Карта на територията на МИГ общини Елена и Златарица



Фиг. 2 Карта на територията на МИГ общини Елена и Златарица

Географско положение

Двете общини Елена и Златарица са съседни и формират общата територия на МИГ общини Елена и Златарица. И двете общини са част от област Велико Търново. Северния Централен район ниво NUTS 2 (към ноември 2018 г.). Площта на територията обхваща 904 066 км², което представлява 6,2% от територията на Северен Централен район и 0,8% от територията на Република България. Съответно Община Елена обхваща 671 390 км² или 74% от територията, а община Златарица – 232 676 км² или 26% от територията.

Съгласно Наредба № 14 от 01.04.2003 г. за определяне на населените места в селски и планински райони, издадена от министъра на земеделието и горите и министъра на регионалното развитие и благоустройството, обн., ДВ, бр. 35 от 16.04.2003 г. и двете общини Елена и Златарица са определени като общини от обхвата на селските и планинските райони в България.

* * *

Население

Територията е сравнително слабо населена спрямо средната гъстота за област Велико Търново и тази за страната и на нея живеят 12 839 жители, от които:

- 8988 са жители на община Елена; и
- 3851 са жители на община Златарица.

Община Елена има 124 населени места² (една от общините в страната с най-голям брой населени места), а в община Златарица населените места са 24³.

Пътната мрежа на територията е добре развита и сравнително в добро състояние, но без автомагистрала и пътища първи клас.

² Населените места в община Елена са както следва: гр. Елена, с. Аплаци, с. Багалевци, с. Бадевци, с. Баевци, с. Баждари, с. Балуци, с. Беброво, с. Бейковци, с. Берковци, с. Блъсковци, с. Богданско, с. Бойковци, с. Босевци, с. Брезово, с. Бръчковци, с. Буйновци, с. Бялковци, с. Валето, с. Велковци, с. Велювци, с. Веселина, с. Високовци, с. Вълчовци, с. Вълчовци, с. Вързилковци, с. Габрака, с. Ганев дол, с. Глоговец, с. Големани, с. Горни край, с. Горни Танчевци, с. Горска, с. Граматици, с. Гърдевци, с. Давери, с. Дайновци, с. Дебели рът, с. Добревци, с. Долни Марян, с. Долни Танчевци, с. Донковци, с. Драгановци, с. Драганосковци, с. Драгийци, с. Драгневци, с. Дрента, с. Дуковци, с. Дърлевци, с. Зеленик, с. Ивановановци, с. Игнатовци, с. Илаков рът, с. Илиювци, с. Каменари, с. Кантари, с. Караиванци, с. Карандили, с. Киревци, с. Кожлювци, с. Козя река, с. Колари, с. Константин, с. Косевци, с. Костел, с. Котуци, с. Крилювци, с. Крумчевци, с. Лазарци, с. Лесиче, с. Майско, с. Марафелци, с. Мариновци, с. Марян, с. Махалници, с. Мийковци, с. Миневци, с. Мирчовци, с. Мъртвината, с. Недялковци, с. Нешевци, с. Николовци, с. Николчовци, с. Ничовци, с. Нюшковци, с. Палици, с. Папратлива, с. Пейковци, с. Петковци, с. Попрусевци, с. Попска, с. Радовци, с. Райновци, с. Ралиновци, с. Раювци, с. Ребревци, с. Руховци, с. Светославци, с. Средни колиби, с. Стойчевци, с. Стояновци, с. Султани, с. Събковци, с. Титевци, с. Тодювци, с. Томбето, с. Топузи, с. Трънковци, с. Тумбевци, с. Тънки рът, с. Търкашени, с. Угорялковци, с. Харваловци, с. Христовци, с. Хъневци, с. Цвеклювци, с. Чавдарци, с. Чакали, с. Червенковци, с. Черни дял, с. Шиливери, с. Шилковци, с. Шубеци, с. Яковци.

³ Населените места в община Златарица са както следва: гр. Златарица, с. Горна Хаджийска, с. Горско ново село, с. Горско Писарево, с. Дедина, с. Дединци, с. Делова махала, с. Долно Шивачево, с. Дуровци, с. Дълги припек, с. Калайджии, с. Новогорци, с. Овощна, с. Равново, с. Разсоха, с. Резач, с. Рекичка, с. Родина, с. Росно, с. Сливовица, с. Средно село, с. Чешма, с. Чистово, с. Чуката

И в двете общини над половината от населението живее в общинския център. И в двете общини добросъседски и толерантно живеят три етноса, най-големият от които е българският, следван от турския и ромския.

Съотношението на жените и мъжете е почти 50 на 50%.

На територията на МИГ се наблюдават отрицателните демографски тенденции, характерни за цялата страна: намалена раждаемост, застаряване на населението и намаляване на броя на младите хора.

Съгласно Групирането на селските общини според обобщаващите оценки за социално-икономическото им развитие, както и Групирането на планинските общини според обобщаващите оценки за социално-икономическото им развитие⁴ и двете общини попадат в трета група, дефинирана като "общини с оценки между средната за специфичната територия и прага на критичност за тази група общини" съответно с обобщаваща оценка за община Елена 30.9 и за община Златарица - 28.6.

* * *

Географски характеристики

Територията на МИГ Елена - Златарица обхваща териториите на двете общини Елена и Златарица.

Община Елена заема най-южните части на Великотърновска област, високите части на Предбалкана и Балкана. Територията на общината е 671,39 дка и е с надморска височина от 100 до 1536 м. Преобладаващите терени са с надморска височини 300-600 м.

Община Златарица попада върху първите гънки на Предбалкана и заема източната част на Област Велико Търново. Територията на общината е 232,676 дка и е с надморска височина от 100 до 900 м, като преобладаващите надморски височини са също от 300 до 600 м.

⁴ Съгласно Социално-икономически анализ за нуждите на Оперативна програма „Регионално развитие” за периода 2014-2020 г.” Етап 2 – Фокусиране на анализа.

В община Елена най-голям дял в разпределението на площите имат горските територии - 55,8%, а в община Златарица делът им също е почти половината от територията - 44,62%. Това е обяснимо, като се има предвид предимно планинският и силно залесен характер на територията на МИГ. Земеделските територии в община Елена заемат около 1/3 от площта на общинската територия (38,9%), докато в община Златарица те са 51,5%.

Водните ресурси на територията включват три реки, които минават през цялата територия (реките Златаришка (Бързица), Бебровска и Веселина). Само през територията на община Елена минават реките Джулюница и Костелска. Само през територията на община Златарица тече Стара река.

Към водните ресурси следва да се отчитат и водите от изкуствените водоеми – язовири и микроязовири. Най-големият язовир на територията на община Елена е язовир „Йовковци“ на река Веселина. Изградени са осем микроязовира, ползвани предимно за напояване и развъждане на риба за любителски риболов. На територията на община Златарица са изградени 11 микроязовира, които служат предимно за рибоотглеждане и риборазвъждане.

* * *

Климат

Климатът на територията е умерено-континентален с черти на планински. В климатично отношение територията на МИГ Елена - Златарица може да се раздели на две зони – северна и южна. Поради големите разлики в надморската височина и изложението на склоновете зони числовите стойности на климатичните елементи варират в твърде широки граници. Най-ниски са температурите през месец януари, а най-високи през месец юли. Средните месечни максимални температури през лятото достигат средно до 28 градуса С, а минималните зимни – минус 6 градуса С. Средната годишна температура е около 11 – 12 градуса С. (Регистрирани са и изключително ниски абсолютни максимални температури, когато от север нахлуят арктични въздушни маси.) Средната годишна сума на валежите се движи около 650 – 750 литра на кв. м, с максимални валежи през месец юни и минимални валежи - през

20

месец февруари. Трайната снежна покривка се задържа 33 – 46 дни в годината. Не са редки късните и пролетни мразове. В поречията на реките се задържат мъгли.

* * *

Природни ресурси

На територията на МИГ съществува голямо биологично разнообразие и са налични запазени екосистеми.

>> В община Елена най-разпространени от широколистните дървесни видове са: дъб, габър, явор, липа, бук. Срещат се също бряст, клен, ясен, череша, круша, киселица и др.; от храстите най-често се срещат: глог, шипка, леска, дрян и др.

Дивечовото разнообразие е голямо. От едрият дивеч са разпространени сърната и благородният елен, а напоследък и дивата свиня, мечки, вълци, чакали, лисици, язовци, белки, златки и др.

Представители на дребния дивеч са зайци, яребици, пъдпъдъци и др. Във високите планински части на общината се срещат ястреби, соколи и множество дребни птички.

В реките се срещат мряна и кефал. В пенливите и студени планински ручей се въди балканска и дъгова пъстърва. Изкуствено се развъжда речната пъстърва. В язовир "Йовковци" се развъжда шаран, каракуда, платика, толстолоб, сом, бяла риба и др.

>> В община Златарица също има дъбоват зона в чисти или смесени насаждения. Най-голямо разпространение от дървесните видове имат дъбовете: цер, зимен дъб, благун. Като подлес в състава на насажденията се срещат глог, дрян, леска, люляк и др., както и габър, явор и липа. Във високите части горите са високостеблени. Изкуствено са направени насаждения от бял и чер бор, ела, явор и други.

Дивечовото стопанство също се характеризира с наличие на диви свине, сърни и елени, фазани и други пернати видове.

* * *

Защитените обекти от Националната екологична мрежа (НЕМ) в община Елена заемат площ от 174,78 км², което прави 26,05% от територията. Защитените зони (33)

по „НАТУРА 2000” включват части от защитени зони за опазване на дивите птици - Котленска планина (код BG0002029) и защитени зони за опазване на природните местообитания и дивата флора и фауна – Твърдишка планина (код BG0000211) и Златаришка река (код BG0000280). Съгласно Директивата за птиците едно землище от територията, с. Майско от община Елена, попада в защитена зона „Котленска планина” по Натура 2000, а съгласно Директивата за местообитанията 14 землища, попадат в две защитени зони по Натура 2000 - „Твърдишка планина” и „Златаришка река”.

На територията на община Елена се намират 8 защитени територии:

- Бяла крава, с. Костел, резерват;
- Хайдушки чукар, с. Буйновци, поддържан резерват;
- Слона, с. Тодювци, защитена местност;
- Белокравищница, с. Костел, защитена местност;
- Марков бук, с. Буйновци, защитена местност;
- Букова гора, с. Костел, с. Каменари, защитена местност;
- Водопадът на р. Мийковска, с. Руховци, природна забележителност.

На територията на община Елена има 39 вековни дървета, обявени за защитени.

В Община Златарица защитените територии представляват 5 дка гори в местността “Борков връх” в землището на град Златарица, без значителна екологична значимост.

* * *

Туристически ресурси

Туристическите дадености (интересни обекти за посещение за различни видове туризъм и инфраструктура) на територията са налични, но не са развити. Обяснение за това можем да намерим и в близостта с един от най-атрактивните туристически центрове в страната - Велико Търново. Този център е наложен от години, има традиции в привличането на туристи както от България, така и от чужбина. Това ограничава възможностите за съседните територии, но всъщност отваря ниша да

развитие на едnodневен туризъм (програми, маршрути), които да станат част от по-дългосрочни програми на туристически групи (семејни, ученически, чуждестранни).

Към момента привлекателни за туристите на територията на МИГ Елена - Златарица са природните дадености - чиста природа, чист въздух, запазени екосистеми, спокойствие и красота. Чистотата, спокойствието и традиционния облик на град Елена също се ценят от гостите на територията.

По отношение на културно-историческото наследство най-интересни за посетители са 7-те паметника на културата с национално значение в Елена: Часовниковата кула, църквата „Успение Богородично”, църквата „Свети Никола”, къщата-музей „Иларион Макариополски”, първото класно училище „Даскалоливницата”, Попниколовата къща и Петте Разсуканови къщи. Те вече са се наложили в национален мащаб и привличат български туристи от всички краища.

Туристически ресурси в община Елена, наложили се в национален мащаб:



Часовниковата кула (1812), строена и поддържана от еленски майстори.



Къща-музей „Иларион Макариополски” (1710-1715), архитектурен паметник, роден дом на Иларион Макариополски (1812 - 1875), борец за църковна независимост, Никола Михайловски (1818 - 1892), книжовен и обществен деец, и на Стоян Михайловски (1856 - 1927), виден български писател и общественик, политик, автор на стихотворението "Кирил и Методий", което се превръща във всеучилищен химн.



Даскалоливницата - мястото, където са се „леели даскалите” - първото българско класно училище, основано от Иван Николов Момчилов през 1843 г. и наречено „Даскалоливница” от Петко Рачев Славейков – възпитаник на училището.



Петте Разсуканови къщи - или Петте Хаджидимитрови къщи, намиращи се на улица „Сава Катрафилов”, са строени от хаджи Димитър Разсуканов за петимата му синове края на XVIII и началото на XIX век.



Къщата на Юрдан Хаджипетков - днес художествена галерия.



Камбуровият хан - построен около средата на XIX век, днес в хана е подредена етнографска експозиция, показваща материалния бит и култура на населението от Еленския край в края на XIX и началото на XX век.



Църквата „Свети Никола“, съществува от началото на XVI век. Изографисана от известните еленски зографи Давид и Яков (1817-1818).



Църквата „Успение на Пресвета Богородица”, строена 1836 - 1838.



В гр. Елена съществува **занаятчийски център**, предлагащ обучение по дърворезба, тъкачество, рисуване на бяла керамика. Организира се училище по грънчарство за любители.



Община Елена е част от Европейските дни на художествените занаяти, които се провеждат в седем общини от РСО „Централна Стара планина“ - Габрово, Севлиево, Ловеч, Луковит, Тетевен, Елена и Дряново. През 2018 г. темата на празниците е била „Да оставим наследство за бъдещето”. За реализирането им съвместно работят местни власти, музеи, училища за приложни изкуства и занаятчии. Жителите и гостите на града могат да си закупят ръчно изработени творения и да видят демонстрации на дърворезба, грънчарство, кошничарство, флористика, бисеропластика, керамика и плетене на една кука.

Туристическите атракции, утвърдили се през последните години и на национално ниво, са:



Празник на Еленския бут

На Димитровден жителите и гостите на Елена имат възможност да премерят сили в надпревара за „Най-голям бут“, „Най-вкусен бут“, „Най-майсторско рязане на еленски бут“, „Най-весела касапска история“, „Най-як балканджия“, като в същото време наблюдават и пресъздадената еленската традиция „Пърлене на прасе над трап“ и демонстрирано майсторското приготвяне на еленския бут. През 2018 г. празникът има своето седмо издание. Вече редица туристически и автобусни фирми предлагат едномеденни екскурзии за празника (отиване и връщане с автобус) - Дорис, N Tour, Martini Tours, Нирамар Травел (от Варна, Шумен и Търговище), Veni Travel (Русе), Детелина турс (В. Търново), Валерос (Ямбол, Сливен), Ел Еф Травел (Русе), BeckReisen (Бургас), Атлантис Тур, Tempo99 (Варна) и др.



Празник на еленския мед - Провежда се вече 5 години и се организира от община Елена, местното сдружение „Пчела“ и Сдружението за биологично пчеларство. Еленските пчелари предлагат сертифицирани пчелен мед, клей, восък, цветен

прашец, козметични прополисови кремове. Част от празника са фолклорно надиграване, дефиле и представяне на автентични народни носии, дегустации на мед, състезания по надяждане с меденки, работилнички за деца, научно-практически семинар за пчеларите, посещение на пчелин.



Празник на Еленския балкан - той включва провеждане на 10 км туристически поход и колокрос от село Мийковци през хижа „Чумерна“ до връх „Чумерна“, забавни игри и състезания, първенство по ориентиране на юноши и дивойки, събор на самодейните състави от клубовете на пенсионера от цялата община. През 2018 г. се провежда 13-то издание на Празника.



Празник на град Елена (21 май) – „Свети равноапостоли Константин и Елена“. Организиран се изложби, концерти, футболни срещи между ветерани, конкурс “Царица Елена”, детски празници, осъществяват се директни излъчвания по програмата „Хоризонт” на БНР.



Общински събор на народните читалища - своеобразен завършек на творческия сезон за самодейните колективи на читалищата и провеждането му е ежегодно на 24 май на сцена на читалище от общината.



Неювски събор - на 1 май всяка година се провежда възстановеният традиционен събор на Неювската поляна с богата концертна програма; самодейни състави представят своите песни и танци, а еленчани от цялата страна се виждат със своите близки и познати.



Конният спорт има добра основа за развитие - изградени са бази в землищата на селата Шилковци и Константин, има конна база и в самия град Елена (Комплекс за селски туризъм „Йовчевата къща“ и „Екопарк Елена“; Клуб по конна езда "Елена"). Предлагат се училище за езда за начинаещи, езда за напреднали - преходи с коне до природни забележителности и исторически места в региона, семейни конни ваканции, детски лагери с езда, конна терапия и др.



Спортно ориентиране - Община Елена е изградила 8 полигона за спортно ориентиране и това я нарежда на първо място по техния брой в България. Оборудвани са маршрути за скално катерене за начинаещи и средно напреднали (хижа „Буковец”). В Еленския балкан се организират национални и европейски първенства по спортно ориентиране за деца, юноши, девойки и ветерани.



Пешеходни маршрути - Любителите на планината обичат да посещават Христовския водопад, кътовете за отдих край село Мийковци. В общината са маркирани и се поддържат следните основни пешеходни маршрута:

1. с. Усой - „Марков камък” - „Раев камък” - с. Усой - 3:30 часа
2. град Елена - село Вълчевци - Къпиновски манастир - 5 часа
3. село Мийковци - хижа „Чумерна” - връх Чумерна - 4:00 часа
4. село Мийковци - хижа „Буковец” - 3:00 часа
5. град Елена - „Христовски водопад” – с. Руховци - 3:30 часа
6. град Елена - Горни Чукани - ханче Боаза - Братованов град - 4:00 часа
7. град Елена - Горни Чукани - с. Търкашени - с. Дъревци - Бартованов град - 4:00 часа



Колоезденето е спорт, който има добре изградена база в община Елена. През общината минава Международната колоездачна обиколка на България. Предлагат се разнообразни вело-маршрути както по асфалт, така и по пътеки и екстремни спускалия в гората:

1. град Елена - с. Буйновци - с. Лазарци - с. Руховци - град Елена
2. град Елена - с. Тодювци - с. Багалевци - град Елена
3. град Елена - Христовски водопад - град Елена
4. хижа Чумерна - с. Мийковци



Риболов - Възможностите за риболов в община Елена са богати и разнообразни. Язовир Йовковци, на 5 км от град Елена, на река Веселина, е един от най-големите язовири в България. Зарибен е с над 10 вида риби (мряна, речен кефал, балканска пъстърва и др.), подходящ е за плаване с лодка, за къмпинг и отдих сред природата.

На Язовир „Палици“ се провежда ежегодното общинско състезание по риболов. Язовирът е с площ около 55 дка и в него е изградено най-голямото садково стопанство⁵ в района – „Рибно стопанство – с. Палици“. Отглеждат се есетра, европейски сом, американски сом и лин. Отделно от стопанството язовирът е зарибен с шаран, толстолоб, амур, каракуда, лин, сом и есетра. За любителите на спортния риболов са обособени специални кътчета, където всеки може да изпробва късмета си.

⁵ Стопанство с рибовъдно съоръжение (инсталация) от плаващи мрежени клетки (садки), монтирани на място в понтонни линии.



Къщи за гости - Предлага се безплатен интернет, кабелна телевизия, мобилна връзка, басейн, маси под асмата, добра кухня, и др.



Вилно селище Балканъ - Предлага се безплатен интернет, кабелна телевизия, мобилна връзка, басейн, градински фитнес уреди, детски кът, тенис на корт, планински бегачи и др. Има частно стопанство с муфлони и агънца.

* * *

Сред основните туристически ресурси на община Златарица откриваме:

- “Лунна долина” в местността “Рибарци” - Средноселския балкан, прекрасната местност е наречена така от писателя Ангел Каралийчев и е известна сред археолозите като лятна резиденция на търновските царе.



- **Празник на градинарската чорба** в гр. Златарица - организира се вече 13 години. Празникът е посветен на паметта на градинари гурбетчии от Златарица, които са разнасяли славата на българските плодове и зеленчуци из Европа, а преди 160 години са дарили средства за построяване на построени църквата и училището в Златарица.



- **Хлебна къща – Златарица** - Създадена през 2010 г. , част от Мрежата хлебни къщи
- Екопътека по поречието на р. Стара река между общините Златарица и Антоново. По златаришката пътека са изградени 9 подобекта, като най-големият от тях е дървен мост, дълъг 40 м, над Стара река. Направени са и заслон, чешма.
- Семейни къщи за гости, частен семеен хотел „Росица”, Росна Вила "Амбарица".

Туристическа инфраструктура

Съгласно Регистъра "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения" на територията на МИГ Елена Златарица са регистрирани 13 места за настаняване първа категория с общо 260 легла, 14 места за настаняване от втора категория с общо 170 легла, и 6 места за настаняване с общо 150 легла.

Таблица 1. Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения на територията на МИГ Елена Златарица

Наименование на обекта	Населено място	Дадена категория	Установен капацитет	Брой легла
хотел "Панорама"	Елена	2	20	40
Къща "А"	Елена	1	3	6
Къща "Б 1.1"	Елена	2	3	7
Къща "Б 1.2"	Елена	2	3	7
Къща "Б 2"	Елена	2	2	5
Луксор	Елена	1	3	6
"Синабовата Къща"	Бадевци	3		
„КрисБо"	Яковци	1		28
"Раювски хан"	Раювци	3	5	10
Къща "Мика"	Мийковци	1	2	4
СИНАБОВИТЕ КЪЩИ	Бадевци	2		6
ЕЛЕНА	Елена	1	30	

КОСТАДИНОВИТЕ КЪЩИ I	Елена	3	5	10
КОСТАДИНОВИТЕ КЪЩИ II	Елена	3	4	9
ХАНЧЕ ЯКОВЦИ	Яковци	3	7	14
СТАРИЯ ДЪБ		1	50	
В СТОЯНОВАТА КЪЩА	Блъсковци	1	3	6
СИРМА	Елена	2	4	11
ЛЪКИ	Марян	2	5	20
ВИЛИЛЕНД	Мийковци	1	20	80
ТИХИЯ КЪТ		2	70	
ТИХИЯ КЪТ	Елена	2		20
В ПОПСКАТА КЪЩА		1		10
БЯЛА МАГИЯ	Багалевци	1	6	14
РИСТАНИТЕ		1		3
"ПЪРГАВЕЛОВИ"	Яковци	2	8	19
КЪЩА ЗА ГОСТИ	Яковци	2	5	13
"ПЪРГАВЕЛОВИ" 1				
КРИСИ	Вълчовци	1	4	12
СЕМЕЕН ХОТЕЛ "ТАРА"	Елена	2	6	17
ДЯДОВАТА КЪЩА	Елена	2	2	5
РОСНА ВИЛА	Златарица	2	5	
РОСНА ВИЛА	Златарица	1	5	
РОСИЦА	Златарица	3	6	

Източник: Регистър "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения"

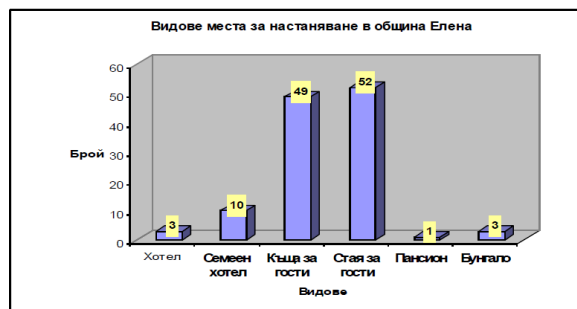
В годините 2007 - 2013 в община Елена легловата база се удвоява, а сред видовете места за настаняване най-голям брой са къщите и стаите за гости, които най-адекватно отговарят на местната туристическа специализация. Тези обекти спомагат за устойчивото развитие на туризма. С легловия си капацитет те са подходящи за уикенд-туризъм или за туризъм на семейства с деца. Половината обекти имат капацитет от 6 до 10 легла (62 обекта). 19 обекта се намират в диапазона 11 - 15 легла, пак толкова (главно стаи за гости) са в диапазона 1-5 легла.

Графика 1



Източник: НСИ

Графика 2



Източник: Общинска администрация

Най-голяма концентрация на тези обекти - около една трета (43 обекта) - има в град Елена. Останалите 75 обекта са разположени в различни селища на общината.

Първа категория са получили 30 обекта, от втора категория са 70 обекта, а трета категория имат 18 обекта.

Като цяло се отчита увеличение, макар и слабо, на средния брой нощувки на едно легло през различните години, но като цяло заетостта е недостатъчна и варира от между 20 и 30 нощувки годишно на легло.

Таблица 2. Годишна заетост на легловата база (в %), община Елена

Година	Годишна заетост на легло (в брой нощувки)	Годишна заетост на легловата база (в %)
2007	21,4	5,9
2008	25,1	6,9
2009	19,1	5,2
2010	16,0	4,4
2011	22,0	6,0
2012	25,2	6,9
2013	30,2	8,3

Обектите, предлагащи храна и напитки, са значително по-малко, отколкото са местата за настаняване. По-голяма известност имат 25 обекта - ресторанти, кафетерии и барове. Преобладаващата част от тях се намират самите места за настаняване. По естествен начин те са концентрирани основно в град Елена, който привлича и най-голям туристически интерес. Капацитетът на заведенията за

изхранване е съобразен с обслужване на семейни и индивидуални туристи, както и на неголеми туристически групи.

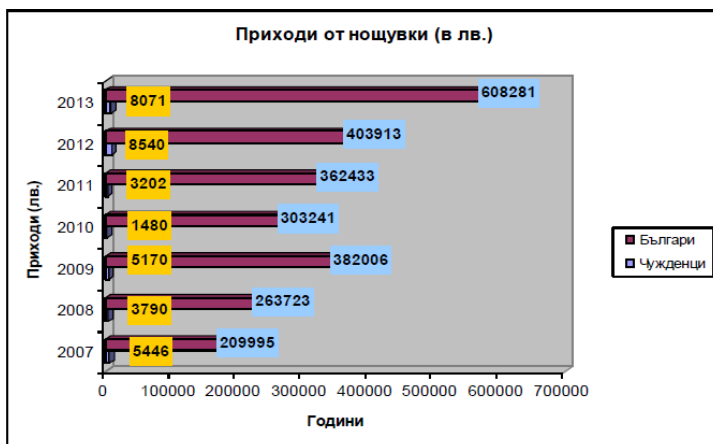
Броят на туристите в община Елена, които са пренощували, бележи повишаване, като за 7 години се увеличил близо четири пъти и достига от 4604 до 17 009 души. Нарастването се дължи на значителното увеличение на броя туристи от България, докато броят чуждестранни туристи остава твърде малък.

Таблица 3. Брой пренощували община Елена

Година	Пренощували лица (общо)	Пренощували лица		Брой нощувки		Среден престой	
		чужденци	българи	чужденци	българи	чужденци	българи
2007	4604	115	4489	192	9569	1,69	1,53
2008	7366	42	7324	112	12498	1,76	1,63
2009	7101	48	7053	80	18363	1,02	1,45
2010	8874	41	8833	62	12560	1,51	1,42
2011	11427	123	11304	126	16364	1,67	2,60
2012	10906	142	10764	250	17587	2,67	1,71
2013	17009	172	16837	291	25827	1,67	2,13

Докато броят на българските туристи нараства, престоят им не се удължава и остава като цяло непроменен (около 1,5), с изключение на резкия скок през 2011 г. (2,60) и през 2013 г. (2,13).

Графика 3. Приходи от нощувки в община Елена (2007-2013 г.)



За годините 2007 - 2013 приходите от нощувки в община Елена нарастват тройно.

Трябва обаче да имаме предвид и важноста на неотразения тук брой еднодневни туристи, които не реализират нощувки на територията, но пристигат сутрин и си заминават вечер, и реализират приходи за местната икономика (допълнителни услуги, занаяти, и др.).

Съгласно Регистъра "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения" (<http://tourism.egov.bg/registers/Register.aspx>) Заведенията за хранене и развлечения на територията на община Елена са с общ капацитет 2682 места. Обектите с капацитет до 30 места са на брой 25; обектите с от 31 до 80 места са 17, а обектите с места над 81 са 11. 30 от обектите са разположени в самия град Елена, а 23 - в други селища и местности. Първа категория са получили 27 заведения, втора - 25 обекта и трета - един.

Таблица 4. Заведения за хранене и развлечения, община Елена

Наименование на обекта	Населено място	Дадена категория	Установен капацитет	Вкл. капацитет на открито
КАФЕ-АПЕРИТИВ "ДИКОМ"	Елена	2	20	-
механа РАЙ	Елена	2	50	-
МЕХАНА ТРУХЧЕВИ	с.Вълчовци	1	60	-
КОЗИРОГ	Елена	2	44	24
"СВЕТИ ГЕОРГИ"	Елена	2	44	24
Съни хилс	Елена	2	34	-
Руховци	с. Руховци	1	43	20
"Еленска софра"	Елена	1	45	10
Майско	с. Майско	1	44	16

Мина	Елена	1	30	15
Лъки	с. Долни марян	2	50	20
Константин	с. Константин	1	30	6
ВИА-ВИТА	Елена	1	50	-
СТРЯХАТА	Елена	1	20	-
с. Чакали	с. Чакали	1	20	-
ПИВНИЦА	с. Константин	1	50	26
ПИВНИЦА	с. Константин	1	12	-
КАФЕ-АПЕРИТИВ "ТАРА"	Елена	2	50	24
Пицария Елена	Елена	1	30	10
"ПРИСТАН В ПЛАНИНАТА"	с. Шилковци	2	28	-
ПИВНИЦА	с. ЯКОВЦИ	1	20	-
КАФЕ-АПЕРИТИВ	с. Константин	1	20	-
РЕСТОРАНТ "ЕЛЕНСКИ РИТОН"	с. Средни колиби	2	122	72
КАФЕ-АПЕРИТИВ "ДЪЛБОК ЗИМНИК"	Елена	1	20	8
КАФЕ-АПЕРИТИВ "ЦЕНТРАЛ"	Елена	1	50	0
Ресторант "Костел"	с. Костел	2	60	20
ресторант "Панорама"	Елена	2	90	40
ресторант "Раювски хан"	с. Раювци	2	30	10
"ЗИМЕН РАЙ"	Елена	1	14	-
ЧУКАНИ	Елена	2	50	22
УСОЕТО	Елена	1	120	60
МЕХАНА "КЮШЕТО"	Елена	1	20	-
"ЧУЧУР"	Елена	2	38	-
ХЕЛЕНА	Елена	1	70	20
МИХАИЛОВАТА КЪЩА	с. Буйновци	2	20	6
МЕХАНА "ТРУХЧЕВ"	Елена	2	150	60
ЕЛЕНИ ПАЛАС	Елена	2	100	40
БАЛКАНСКИ РАЙ	Дрента	1	20	-
ЛИЛИЯ	Елена	1	30	-
СНЕКБАР В КОСТАДИНОВАТА КЪЩА	Елена	2	148	78
КАФЕ-АПЕРИТИВ	Елена	1	20	5
Язовир Палици	Палици	1	50	15
ХАНЧЕ ЯКОВЦИ	с. Яковци	2	40	-
N/A	Елена	2	148	-
бар-басейн Боаза	Елена	3	20	-
туристическа столова Чумерна	Стара планина	1	20	-
туристическа столова Буковец	Стара планина	1	20	-
ресторант с национална кухня- механа- лятна градина	ханче Боаза	2	120	120
N/A	Средни колиби	1	122	64
туристическа столова Д-р Христо Момчилов	Елена	1	16	-
ресторант с национална кухня- механа	ханче Боаза	2	150	-
бар-басейн	ханче Боаза	1	10	10

Източник: Регистър "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения"

Съгласно Регистъра "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения" (<http://tourism.egov.bg/registers/Register.aspx>) Заведенията за хранене и развлечения на територията на община Златарица са 20 с общ капацитет 760 места. Всички те се намират в Златарица, 12 от тях са първа категория, а останалите - втора.

Таблица 5. Заведения за хранене и развлечения, община Златарица

Наименование на обекта	Населено място	Дадена категория	Установен капацитет	Вкл. капацитет на открито
СТИВИ	Златарица	1	40	-
МЕХАНАТА	Златарица	2	40	10
ПРИ МИНИСТЪРА	Златарица	1	20	-
ЕНЕРДЖИ	Златарица	2	50	-
ДОЛАРА	Златарица	2	40	-
ОФИСА	Златарица	2	80	30
ЕВРОПА	Златарица	2	100	64
ДАНИ	Златарица	1	20	-
ДА-ДА	Златарица	1	50	-
МИМИ	Златарица	1	40	-
ИНКО	Златарица	1	50	-
ДЖАМБО	Златарица	1	20	-
МИКАЕЛА	Златарица	1	30	-
СТАРАТА ВЪРБА	Златарица	2	36	20
МАК	Златарица	2	20	-
КОСЕРА	Златарица	1	20	-
НИКОЛАС	Златарица	1	24	-
ТЕДИ	Златарица	1	20	-
БРЪНЗЕЛОВ	Златарица	1	12	-
РОСИЦА	Златарица	2	48	-

Източник: Регистър "Места за настаняване и заведения за хранене и развлечения"

Транспорт

През територията преминава удобна пътна мрежа в сравнително добро състояние, широко разклонена, която обаче не включва автомагистрала или пътища от първи клас. Гъстотата на пътната мрежа е над средната за страната, но се състои само от пътища втори, трети и четвърти клас, както и местни пътища.

Атракции

Регистрираните в Регистъра на туристическите атракции (<http://tourism.egov.bg/registers/TARegister.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>)

за община Елена са 12. 6 са държавна собственост, 2 са публична общинска, 2 - читалищна и 2 - частна собственост. 6 атракции са природни и 6 - градски.

Таблица 6. Туристически атракции, община Елена

Име	Вид	Собственост	Статут	Достъпност за посещение	Местоположение	Транспортна достъпност и връзки	Видимост	Среда	Туристическа инфраструктура	Съпътстващи атракции	Публични услуги
ХАЙДУШКИ ЧУКАР	Резерват - представлява вековна букова гора в съчетание с явор, смърч, зимен дъб, папрати.	Държавна собственост	Местно	Да, безплатно, целогодишно,	В землището на с. Буйновци с площ от 34 ха	Асфалтов път до с. Буйновци след това около 7-8 км. чакълиран път.	-	Природна	Места за настаняване	-	Има
КОННА БАЗА ЕЛЕНА	Конна база	Читалищна	Местно	Да/платено/целогодишно, инструктори по конна езда, Езда за начинаещи (училище по езда).	гр. Елена, ул. Килъжевци №8, GPS: 42.922618, 25.91893	Междуградски път в отлично състояние. Автобусни линии по разписание от гр. Елена.	Много добри	Градска	Места за настаняване	Има	Има
СЛАДКИ СПОМЕНИ ОТ МИНАЛОТО - ОБИЧАИ И ТРАДИЦИИ ОТ ЕЛЕНСКИЯ КРАЙ	Възстановка на обичаи и традиции от Еленския край	Читалищна	Местно	Да/платено/целогодишно	Гр. Елена, ул. Стоян Михайловски №2, GPS: 42.929840, 25.879677	Общински път в отлично състояние. Автобусни линии по разписание до гр. Елена.	Отлични	Градска	Места за настаняване	Има	Има
БЯЛА КРАВА	Резерват – прекрасна планинска местност с вековни букови гори, карстови извори и високи варовикови скали.	Държавна собственост	Местно	Да. Безплатно. Целогодишно	В землището на с. Костел и заемащ площ 91 ха	Асфалтов път до с. Костел и след това около 10 км. по чакълиран път.	-	Природна	Места за настаняване	-	-
ХРИСТОВСКИ ВОДОПАД	Защитен природен обект	Държавна собственост	Местно	Да, Безплатно, Целогодишно	Христовски водопад- GPS: 42.90181,25.921462, отбивка за водопад- GPS: 42.900238,25.927083	Асфалтов път и отсечка от 1 км. черен път	В индустриалната зона на града има отбивка в посока за гр. Сливен. Движи се по главния път и след 2-3 км се завива в отбивката вдясно за с. Руховци. В центъра на селото отново се	Природна	Места за настаняване	Има	Има

							завива на дясно в посока село Ипаков Рът. Там се вижда и дървена табела				
БРАТАНО ВГРАД	Историческа местност – останки от старинна крепост	Държавна собственост	На надморска височина 300 – 350 м, над разклона на пътя Елена – Златарица, се намира историческата местност Братова новград. На това място са намерени останки от старинна крепост, строена през 5-6 век от н.е.	Не е достъпен – покрит с гъста издънкова растителност.	На надморска височина 300 – 350 м над разклона на пътя Елена – Златарица	Край асфалтов път. Няма маркиран пешеходен маршрут, водещ до историческата местност.	Видима от пътя е по-скоро растителността превзела местността.	Природна	Места за настаняване	Има	Има
МАРКОВ КАМЪК	Природна забележителност – скален къс	Държавна собственост	Голям объл камък/скален къс, представляващ туристически интерес	Да. Безплатно. Целогодишно. По заявка планински водачи.	Землище на махала Усое	Добра достъпност посредством маркиран пешеходен маршрут.	Не е видим от пътя. Започва от Хотелски комплекс „Усое“. В началото на маршрута има информационна табела. Поддържа се ясно видима маркировка, водеща до природната забележителност.	Природна	Природна	Има	Има
РАЮВ КАМЪК	Природна забележителност	Държавна собственост	Местно	Да. Безплатно. Целогодишно. По заявка планински водачи.	Землище на махала Усое	Добра достъпност посредством маркиран пешеходен маршрут.	Не е видим от пътя. Започва от Хотелски комплекс „Усое“. В началото на маршрута има информационна табела. Поддържа се ясно видима маркировка, водеща до природната забележителност.	Природна	Природна	Има	Има

ПАРК КАЛЕТО	Парк	Публична общинска собственост,	Местно	Да, бесплатно, целогодишно, достъпен за хора с увреждания.	Парк "Калето"- GPS: 42.927096,25.87823, паркът е разположен на територия от около 6000 кв.м.	Добра достъпност	Добра видимост. Един от подходите към парка започва по стъпала от централния градски площад Христо Ботев.	Градска	Места за настаняване	Има	Има
ДЪРВОРЕЗБАРСКА РАБОТИЛНИЦА	Дърворезбарска работилница	Частна	Местно	Да. Платено. Целогодишно. Достъпно за хора с увреждания.	5070 Елена, ул. Крайбрежна №14, GPS: 42.930364,25.88118	Добра достъпност асфалтов път	Много добра	Градска	Места за настаняване	Има	Има
ГРЪНЧАРСКА РАБОТИЛНИЦА	Грънчарска работилница	Частна	Местно	Да. Платено. Целогодишно. Не е достъпна за хора с увреждания.	5070 Елена, Платено. Целогодишно. Не е достъпна за хора с увреждания. Бозвели №7, GPS: 42.929397,25.885021	Добра достъпност асфалтов път	Добра, Има указателна табела.	Градска	Места за настаняване	Има	Има
БУЙНОВСКИ МАНАСТИР СВЕТИ ПРОРОК ИЛИЯ	Манастир	Публична: Туристическо дружество	Местно значение / действащ манастир	Да /бесплатно / целогодишно	Село Буйновци, GPS: 42.869010, 25.897203	Междуградски път в отлично състояние. Автобусни линии по разписанието от гр. Елена.	Много добри	Градска	Места за настаняване	Има	Има

Източник: Регистър на туристическите атракции

Регистрираните в Регистъра на туристическите атракции (<http://tourism.egov.bg/registers/TARegister.aspx?AspxAutoDetectCookieSupport=1>) за община Златарица са 8. 2 от атракциите са общинска собственост, 4 - църковна собственост, а 2 са неактувани. 2 от атракциите са природни, а останалите 6 - градски.

Таблица 7. Туристически атракции, община Златарица

Име	Вид	Собственост	Статут	Достъпност за посещение	Местоположение	Транспортна достъпност и връзки	Видимост	Среда	Туристическа инфраструктура	Съпътстващи атракции	Публични услуги
ГРАДСКИ МУЗЕЙ	Недвижим паметник на културата, музей, полумасивна сграда на два етажа	Общинска собственост	Архитектурен паметник на културата	Да, бесплатно, целогодишно, уредник музей, трудно достъпно за хора с	гр. Златарица, ул. Георги Димитров, № 1, кв.58, парцел II	IV клас път, града не се обслужва от вътрешно градски линии за обществен транспорт, С	В центъра на града	Природна	Места за настаняване	Има	Има

				увреждания		личен автомобил.						
ЦЪРКВА СВЕТИ НИКОЛАЙ МИРЛИКИЙСКИ	Недвижим паметник на културата	Великотърно вска епархия	Архитект урен паметник на културата	Да, безплатно, целогодишно, уредник музей, лесно достъпна за хора с увреждания	гр. Златарица, ул. Георги Димитров №1	IV клас път, града не се обслужва от вътрешно градски линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	В центъра на града	Градска	Места за настаняване	Има	Има	
ДОМ ПАМЕТНИК НА СЕПТЕМВРИЙЦИ	Музей	Общинска собственост, АПОС №16/05.11.1999г	Музей с местно значение	Да, безплатно, целогодишно, уредник музей, лесно достъпна за хора с увреждания	гр. Златарица, ул. Александър Стамболийски №9	IV клас път, града не се обслужва от вътрешно градски линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	В града	Градска	Места за настаняване	Няма	Няма	
ПАМЕТНИК НА ЗАГИНАЛИТЕ РУСКИ ВОЙНИЦИ ЗА СВОБОДАТА НА БЪЛГАРИЯ	Паметник	Неактуван	Паметник с местно значение	Да, безплатно, целогодишно, достъпно за хора с увреждания	с. Горско Ново село	IV клас път, селото не се обслужва от вътрешни линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	В центъра на селото	Градска	Места за настаняване	Има	Има	
ЦЪРКВА СВЕТИ АРХАНГЕЛ МИХАИЛ	Недвижим паметник на културата	Великотърно вска епархия	Архитект урен паметник на културата	Да, безплатно, целогодишно, лесно достъпна за хора с увреждания	с. Горско Ново село	IV клас път, селото не се обслужва от вътрешни линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	На 500м. от центъра на селото	Градска	Места за настаняване	Няма	Има	
ЦЪРКВА ВЪВЕДЕНИЕ НА ПРЕСВЕТА БОГОРОДИЦА	Недвижим паметник на културата	Великотърно вска епархия	Архитект урен паметник на културата	Да, безплатно, целогодишно, лесно достъпна за хора с увреждания	с. Сливовица	IV клас път, селото не се обслужва от вътрешни линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	В центъра на селото	Градска	Места за настаняване	Няма	Има	
ЦЪРКВА СВЕТА БОГОРОДИЦА	Недвижим паметник на културата	Великотърно вска епархия	Архитект урен паметник на културата	Да, безплатно, целогодишно, лесно достъпна за хора с увреждания	с. Родина	IV клас път, селото не се обслужва от вътрешни линии за обществен транспорт, С личен автомобил.	В центъра на селото	Градска	Места за настаняване	Няма	Има	
ПАМЕТНИК НА ЗАГИНАЛИТЕ РУСКИ ВОЙНИЦИ ЗА СВОБОДАТА НА БЪЛГАРИЯ	Паметник	Неактуван	Паметник с местно значение	Да, безплатно, целогодишно, трудно достъпно за хора с увреждания	гр. Златарица, местност Попово бърдо	Полски път, на 2 км извън града, местността Попово бърдо, хълмист терен.	Извън града	Природна	Места за настаняване	Няма	Няма	

Източник: Регистър на туристическите атракции

* * *

Трябва да се отбележат специалните усилия, които полага общинската администрация на община Елена при промотиране на туристическия потенциал на територията, което, както доказват представените данни, води до видимо подобряване на резултатите и привличане на множество нови туристи. Общинска администрация - Елена участва в редица туристически борси. През 2013 г. Община Елена е отличена със специална награда за атрактивно и професионално представяне на български туристически продукт на международната туристическа борса „Ваканция и СПА 2013”, в която участват 200 български и 70 чужди представители на различни компании от 21 страни. Общината е създала и поддържа специализиран и атрактивен уебсайт, който е посветен на туризма на територията <http://visit.elena.bg/> и предоставя достъпна, полезна, навременна и професионално оформена информация. Туристическият център поддържа и своя фейсбук страница <https://www.facebook.com/Туристически-Информационен-Център-Град-Елена-1626447207574447>.

Най-ефективни маркетингови и рекламни усилия на общинската администрация са били положени в популяризирането и привличането на внимание към **Празника на Еленския бут**. Налагането на празника върви ръка за ръка с налагането на продукта като уникален, изготвен от местни продукти по местни рецепти, и с високи качества, популярен в цялата страна. Привлича се вниманието на потребителите към традиционните за територията продукти и услуги. Празникът на Еленския бут може да се разглежда като реализирана обща териториална оферта (поне за територията на община Елена), която като съпътстващи активи представя местни народни носии, културни, етнографски и музикални традиции, с участието на множество културно-образователни институции (читалища) от цялата територия и индивидуални участници - жители на територията. Това безспорно допринася за качеството на бранда и за привличането на нови посетители.

Промотира се местен традиционен продукт и местен производител, обединени са усилията на местна власт, производител, туристически център, читалища. Празникът има изграден разпознаваем и положителен имидж (бренд) в цялата страна. Редица туристически и транспортни фирми предлагат едnodневни екскурзии за посещение на на Празника за хора от различни краища на страната.

VII. Идентифициране на други местни продукти с маркетингов потенциал. Препоръки за усилване на влиянието им при маркетингане на територията

Маркетингът на територията се определя от степента на развитие на продукти и услуги с маркетингов потенциал на територията на МИГ общини Елена и Златарица, и по-точно от :

- наличието на продукти и услуги с развит маркетингов потенциал до момента;
- потенциалът за развитие (като природни, климатични, екологични дадености) и неговото "социализиране";
- качеството на човешките ресурси и нагласи на местните социално-икономически партньори;
- готовността на всички заинтересовани (местна власт, читалища, МИГ, НПО, бизнес, граждани) за сътрудничество за развитие на маркетингови продукти и услуги.

Анализът показва, че маркетинговият потенциал на цялата територия на МИГ не е развит равномерно. На територията на община Елена има по-голямо развитие на транспортната, туристическата и продуктовата инфраструктура, докато на територията на община Златарица тези фактори са на по-скромен етап на развитие.

За развитието на маркетинговия потенциал на територията е от значение да се развият продукти/услуги, които да представят цялата територия като обща териториална марка, която презентира традициите, културата и ценностите на територията. Като пример могат да бъдат съвместни туристически маршрути,

велосипедни обиколки, кулинарни и други празници, чиято реализация обединява териториите на общините и изгражда бранда (марката) на единната територия на МИГ. Подборът на нови направления за маркетингово развитие следва да става на базата на вече съществуващите възможности, на интересите и капацитета на местните жители, и само в изключителни случаи (примерно при привличане на голям инвеститор) може да се върви към изграждане на продукт, който е изцяло нов за територията.

Идентифицирането на други местни продукти, които имат потенциал да бъдат валоризирани за целите на доизграждането на уникалната местна идентичност, която да бъде систематично налагана и да се превърне в своеобразен културен актив на територията, трябва да стъпи върху:

- възможностите, които предлага самата територия;
- сътрудничеството между отделните части на територията (на ниво местна власт, читалища, образователни институции, бизнес и др.);
- споделяне и прилагане на добри практики от едни части на територията в други;
- общуването на чисто човешко ниво между жителите на цялата територия.

Територията на МИГ Елена - Златарица притежава висок потенциал за развитие на алтернативен туризъм – селски, културен, екологичен, колоездачен, приключенски, birdwatching, спортове на открито. Географското положение, природните ресурси, достъпността и транспортната мрежа, състоянието на инфраструктурата, човешките ресурси са добра основа за развитие на туризма и за налагане на ценностите на териториалния маркетинг. Територията е комфортна за обитаване и отдих. Мрежата от естествени местообитания поддържа биологичното разнообразие като предпоставка за екологичен и ловен туризъм, спортен риболов и рекреация. Поради обективното развитие на туристическата инфраструктура до този момент - местата за настаняване и изхранване, се налага насочване към туризъм от семеен тип, уикендов туризъм и такъв на малки групи туристи. В случаите на големи групи туристи (45-55 души) следва да се разработват варианти за едnodневни предложения. И не трябва да

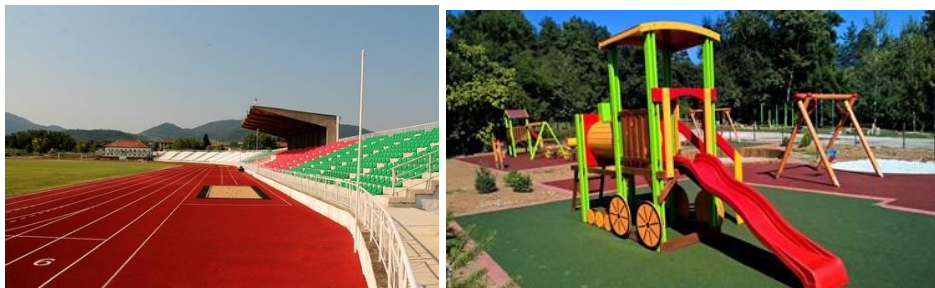
46

се забравя, че туристът (като цяло) остава най-доволен, когато, освен другите гледки и преживявания, които има, има възможност да си хапне вкусно и да се наспи на удобно и уютно място.

В развитето на разпознаваеми продукти и услуги на територията на МИГ все още много може да се желае по посока оползотворяването на богатите природни и екологични дадености на района:



>> Туристически излети до различни природни и исторически забележителности. пешеходни, велосипедни, конни преходи. Тези маршрути следва да обединяват атракции от различни части на територията и да имат разнообразни цели - дегустация на местни продукти, наблюдаване на местни традиции, гостуване на местни майсторки на баници и други домашни ястия, бърдуотчинг (наблюдаване на птици), риболов. Следва да се разработят еко- и вело- маршрути и на всяко спиране за почивка да се помисли за хапване, пийване и интересно занимание. Отделно сред туристите високо се цени гостуване в местен дом (ферма), където да бъдат почерпени със сготвен от домакинята обяд (закуска, вечеря) в домашна обстановка (двор, чердак през лятото, механа - през зимата), да бъдат споделени местни рецепти. Високо се цени дегустацията на домашно приготвени напитки (вино, ракия, сокове). Добре е да съществува възможност туристите да могат да си закупят от тях.



>> **Добрата спортна база на територията би следвало да се използва по-интензивно.** Например стадионите и футболните игрища могат да се популяризират с (благотворителни) мачове между различни цехове: между даскали и студенти, между различни университети, между даскали и журналисти, и др. под. (Нарочно ползваме думата "даскали", да да се направи връзка с известната "даскалоливница".) За участие в редица алтернативни спортни събития могат да бъдат привлечени не само млади хора от територията, но и студенти от Велико Търново. Турнири по спортно катерене, пешеходен и велосипеден туризъм са също привлекателни за младите хора. Добре е да се разработят и маркетират на национално ниво националните и европейските първенства по спортно ориентиране за деца, юноши, девойки и ветерани. Препоръчително е да се постигне сътрудничество с организацията на българските скаути, които да могат да ползват съществуващата база за обучения на своите групи от различни възрасти. Сътрудничеството с утвърдени фотографи професионалисти, фотокореспонденти на национални всекидневници, а дори и провеждане на фотопланер (и фотографски конкурс) по време на спортни турнири може да има огромен отклик и роля за привличане на посетители и спортни фенове. Трябва да помним, че една снимка казва колкото хиляда думи, а включването на снимки и видео в сайтове и FB страници има силно въздействие.

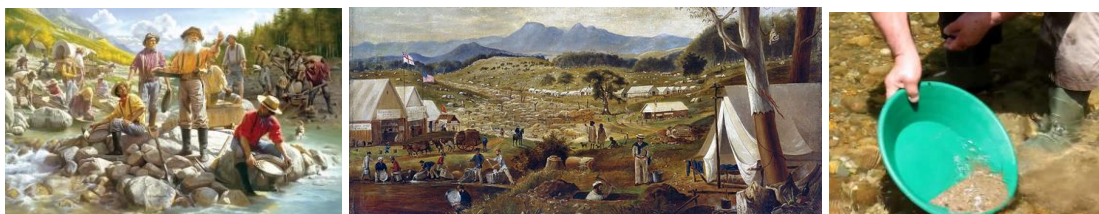


>> Към момента недостатъчно е развит потенциалът, който имат **местните занаяти**. Съществуващият в Елена занаятчийски център, както и опитът при провеждането на Европейските дни на художествените занаяти са добра основа за по-нататъшно развитие на маркетинговия потенциал на местните дърворезба, тъкачество, рисуване на бяла керамика, грънчарство, кошничарство, флористика, бисеропластика, керамика и плетене на една кука, чрез включване на занаятчийски щандове по време на утвърдените вече фестивали и празници, както и разработване на Празник на местните занаяти. Той може да бъде пътуващ или да се провежда едновременно в няколко селища на територията, но с обединени маркетингови послания и усилия на организаторите.



>> МИГ Елена - Златарица може да разработи и да провежда **ежегоден фермерски празник на селските стопани** от територията на МИГ. На него местните производители могат да представят и да продават продукцията си, местните пчелари - меда си, местните занаятчии - творбите си. В създаването на програмата могат да вземат участие читалища от различни селища на територията със самодейните си състави и да привлекат множество посетители от близките градове. С евентуална помощ от партньорски МИГ от страната и от други европейск и страни празникът може да стане международен и да привлече наистина голям посетителски интерес (благодарение на вътрешнотериториално и транснационално сътрудничество с финансовата подкрепа по подмярка 19.3 „Подготовка и изпълнение на дейности за сътрудничество на местни инициативни групи“ от мярка 19 „Водено от общностите местно развитие“ от Програмата за развитие на селските райони 2014-2020 г.).

Подобен празник може да представлява обогатяване и разширяване на обхвата на Празника на градинарската чорба в Златарица, като се потърсят партньори от местата (страните), където градинарите гурбетчии от Златарица са ходели на гурбет.



>> Плодотворно може да бъде разработването на **празник, посветен на произхода на името на Златарица** - добива на злато от водите на Златаришка река. Атракционът може особено да се хареса на деца и ще е подходящ за семейни туристи. Може да бъде изградено демонстрационно селище от няколко барачки, показващо бита на златотърсачите от 16-17 век. Аниматори, облечени в исторически костюми, могат да разказват истории и легенди за "българския Клондайк". Демонстрация на пресяване на речен пясък и мрежи за улов на златни песъчинки ще са от голям интерес за посетителите. Туристите могат да изслушат истории за Златарица и за златотърсачите - от древността до днес, да похапнат местни ястия и да опитат да намерят златна песъчинка, която да си остава тяхна. На мястото на атракциона могат да бъдат разположени и други забавни спортни занимания (най-вече за деца и юноши), съобразени с историческите условности - стрелба с лък, лов със соколи и др.



>> За реализацията на нови маркетингови продукти е от изключителна важност **социалният капитал на територията**. Ще е необходимо да се обмислят и

реализират подготвителни курсове за планински водачи, за водачи на пеши и/или колоездачни турове. Ще трябва да се помисли за подготовка на местни екскурзоводи и гидове, като се гарантира нивото на поднасяната услуга чрез квалификационни курсове за заинтересованите. Ще трябва да се привлекат млади хора - местни гимназисти в последните класове или студенти - през летните месеци да изпълняват ролята на аниматори, организатори. Всеки един атракцион трябва да се погрижи не само за приятното прекарване на гостите, но и за тяхната сигурност и здраве. Ще трябва да се организира ефикасно сътрудничество с полиция, пожарна и здравна служба, особено когато става дума за атракции, насочени към детска аудитория.



>> Трябва да се положат усилия по **комуникирането на атракционите** - както на вече утвърдените, така и на новосъздаващите се.

Уебстраници: Като че вече не е необходимо да се обяснява колко е важно нужната за туристите информация да се намира лесно онлайн. Всеки атракцион, всяко събитие следва да може да бъде намерено онлайн. В дизайна на уебстраници също (като в много други сфери) има мода и днешната е изключително подходяща за туристически продукти. Дизайнът на сайтовете се отличава с наличието на качествени големи фотоси и сравнително кратки текстове. Сайтовете се изграждат обикновено на wordpress платформа, което значително намалява цената за създаването им. Сайтовете следва да са поне двуезични - на български и на английски. Онлайн задължително следва да се представи актуална информация относно работно време, цена на входен билет за различни групи туристи (деца, ученици, групи, пенсионери и

др.). Следва да има контактна информация и приложена карта, както и информация относно възможности за придвижване. Ако става дума за ползване обществен транспорт, трябва да са посочени валидни часове на тръгване и пристигане и цени на билети, както и указания къде се намират спирките/гарите. Местата за настаняване следва да бъдат подпомогнати да изградят общ сайт с представяне на техните възможности и цени, също с актуални данни за сезона и/или връзка към индивидуален сайт, ако такъв е наличен.

Отново се връщаме към обговорената вече тема за нуждата от професионални фотографии за тези сайтове, тъй като те ще имат значима притегателна сила. Добре е в сайтовете да се включват и видеоматериали.

Отделно ще е полезно да се развият и страници във FB (Facebook), които в България остава предпочитаната социална мрежа (а не твитър или друг месинджър). Поддържането им следва да е активно - с по 2-3 поста седмично, с много атрактивни фотоси и видеоматериали, с игри, тестове, анкети и други форми на обратна връзка. Отделно от това FB дава възможност за създаване на "събития" - отделни страници, посветени на конкретно събитие, на групи на приятели на дадена FB страница, на място за продажби (подходящо за маркетинг на конкретни продукти - занаятчийски и др.), за рекламиране на всеки един отделен елемент на присъствието в мрежата.

Добре е да се поддържа връзка със сайтове, списания, други издания, които освещават туристическата тема. Желателно е да се поддържат връзки с и да бъдат канени на място хора, активно пишещи и отразяващи туристически теми: журналисти, блогъри, влогъри.



>> Трябва да се подкрепя и да се насърчава **добрата работа на публичните власти по поддържане на чистотата на околната среда и въздуха**. Тези характеристики на територията са изключително важни за маркетингането ѝ и за привличане на гости и туристи.



>> Следва да се подкрепя и насърчава **добрата работа на публичните власти за подобряване и поддържане на транспортната инфраструктура**. Това е елемент, без който привличането на туристи и гости е невъзможно. Особено в случая на МИГ Елена - Златарица, когато важни таргет групи са семейни туристи и кратки (еднодневни, уикендови) туристи, които се транспортират със собствените си МПС.



>> Следва да се положат специални усилия за изграждане и ефективно функциониране на съвместни **коалиции от различни заинтересовани страни** (бизнес, местна власт, читалища, МИГ, НПО) при подготовка и реализация на различни маркетингови продукти и събития, за разпределение на задачите, отговорностите и рисковете, за синергия на усилията и партньорство на всички участници в коалицията, с оглед на богатата гама допълващи се услуги и продукти.



>> Препоръчително е да се потърсят възможности за инвестиции за постигане на **повисоко качество** на местата за нощувка и заведенията за хранене.



>> Не трябва да се пренебрегва необходимостта от непрекъснато усъвършенстване на **професионализма и квалификацията на работещите в сектора**, като с тази цел се организират и провеждат обучения. Много плодотворно е провеждането на обучителни пътувания на заинтересовани участници до аналогични туристически дестинации с цел обмяна на опит и въвеждане на нови практики на територията.



>> Важен ангажимент по маркетингането на територията е разработването и разпространението на **информационни и маркетингови материали**, провеждане на участие в конференции, изложения и други и маркетингови инициативи, посветени на развитието на територията. Публичните власти на територията следва да се насърчават да продължат да предприемат инициативи в тази насока. МИГ общини

Елена и Златарица в рамките на възможностите си също следва да се включва в подобни форуми.

VIII. Предложения за критерии и обосновката им при оценка на проекти, кандидатстващи за подпомагане по подмерки 7.5, 6.4.1 и 6.4.2 от СВОМР

Критериите за избор на проекти по мерките от СВОМР са в основата на инструментариума за реализация на заложените цели. Правилната и фокусирана селекция на потенциалните проектни предложения, предпоставя и постигането на очакваните резултати от инвестициите, които ще бъдат извършени. Критериите за подбор на проекти са приети от местната общност с приемането на Стратегията, но тяхното коректно прилагане е обвързано с обосновката им за начина на тяхното разбиране, респективно прилагане в оценъчния процес. Доколкото, част от подмерките включени в Стратегията (Подмярка 6.4.1 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“; Подмярка 6.4.2 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности по тематичната подпрограма за развитие на малки стопанства“, подмярка 7.5 „Инвестиции за публично ползване в инфраструктура за отдых, туристическа инфраструктура“) подкрепят реализацията на дейности в областта на туризма – изграждане на туристическа инфраструктура за публичен достъп, както и дейности свързани с предоставянето на туристически услуги в настоящия доклад е предложена и обосновка на отделни критерии по подмерките, които са свързани пряко или непряко с туризма, като икономическа и социална дейност.

По-долу е представена дефиниция (разбиране) за прилагането на тези критерии, поотделно за всяка мярка, както и предложения за доказване на съответствие с условията заложи в критерия. Тези дефиниции и изисквания могат да бъдат

използвана при разработването на Насоките за кандидатстване и по конкретно на етап на извършване на техническа и финансова оценка на проектните предложения по трите посочени мерки, при условие , че управителния орган на МИГ ги приеме за релевантни и приемливи. Критериите са представени съгласно тяхната поредност в списъка от критерии за подбор по всяка подмярка.

Подмярка 6.4.1 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности“

За да бъдат присъдени точки на проектното предложение, при извършване на техническа и финансова оценка се проверяват представените доказателства за съответствие или изпълнение на условията/ изискванията по критериите, както следва:

Критерий 1: Проектът подпомага усвояването на потенциала за развитие на туризъм, чрез разнообразяване на предлагането, интегриране на атракции и малки производства от занаятчийски характер.

Предложението е критерият да се приема за изпълнен, ако във Формуляра за кандидатстване, т.2, секция „КИД на проекта“ е попълнен някой от следните кодове по КИД2008: 55.20 Туристическо и друго краткосрочно настаняване; 79.11 Туристическа агентска дейност; 79.12 Туроператорска дейност.

За доказване на съответствие се проверяват Бизнес план и други представени от кандидата документи, свързани с дейностите и разходите, за чието подпомагане се кандидатства с проектното предложение. Бизнес планът и планираните дейности и инвестиции трябва категорично да доказват, че проектното предложение предвижда създаване или подобряване на туристически продукт, който включва не само настаняване и/или хранене, а в своята комплексност включва местни природни и/или културни ресурси с цел тяхното представяне, съхраняване, възстановяване или създаване на приемственост, както и интегриране на атракции и малки производства от занаятчийски характер.

Под потенциал за развитие на туризъм се включват местни природни и културни ресурси и следва да се разбира цялото многообразие от природни дадености, биоразнообразие, водни ресурси; културно-исторически атракции, материалното и нематериално културно наследство на Общини Елена и Златарица; местни обичаи, занаяти, храни, фолклор и др.

Подмярка 6.4.2 „Инвестиции в подкрепа на неземеделски дейности по тематичната подпрограма за развитие на малки стопанства“

За да бъдат присъдени точки на проектното предложение, при извършване на техническа и финансова оценка се проверяват представените доказателства за съответствие или изпълнение на условията/ изискванията по критериите, както следва:

Критерий 4: Проектът води до разнообразяване на туристическото предлагане.

Предложението е критерият да се приема за изпълнен, ако във Формуляра за кандидатстване, т.2, секция „КИД на проекта“ е попълнен някой от следните кодове по КИД2008: 55.20 Туристическо и друго краткосрочно настаняване; 79.11 Туристическа агентска дейност; 79.12 Туроператорска дейност и проектът води до разнообразяване на туристическото предлагане, предлагайки нови или надграждайки съществуващи атракции, интегриране към съществуващи туристически услуги на нови туристически елементи и/или интегрирайки малки производства от занаятчийски характер. Тези разнообразни дейности следва да подпомагат усвояването на потенциала за развитие на туризъм на територията.

За доказване на съответствие се проверяват Бизнес план и други представени от кандидата документи, свързани с дейностите и разходите, за чието подпомагане се кандидатства с проектното предложение. Бизнес планът и планираните дейности и инвестиции трябва категорично да доказват, че проектното предложение предвижда създаване или подобряване на туристически продукт, който включва не само настаняване и/или хранене, а в своята комплексност включва местни природни и/или културни ресурси с цел тяхното представяне, съхраняване, възстановяване или

създаване на приемственост, както и интегриране на атракции и малки производства от занаятчийски характер. Под потенциал за развитие на туризъм се включват местни природни и културни ресурси и следва да се разбира цялото многообразие от природни дадености, биоразнообразие, водни ресурси; културно-исторически атракции, материалното и нематериално културно наследство на Общини Елена и Златарица; местни обичаи, занаяти, храни, фолклор и др.

Критерий 5: Проектът допринасяне за утвърждаване на местната идентичност

В наши дни, културната идентичност и туризмът са неразривно свързани. В един глобализиран свят на обединени ценности, дефинираме туризма като възможност за културен обмен с други индивиди и култури. Туристите пътуват, защото търсят ново изживяване, различно от всекидневния им живот. Те желаят да научат нещо ново за себе си и света около тях. Една от целите на критерия е устойчивото използване на местната културната идентичност като туристически ресурс.

За да бъдат присъдени точки по критерия, предложението трябва да показва/съхранява местните културно-исторически активи, бит, традиции, допринасяйки същевременно за тяхното щадящо използване като туристически ресурс.

За доказване на съответствие се проверяват Бизнес план и други представени от кандидата документи, свързани с дейностите и разходите, за чието подпомагане се кандидатства с проектното предложение. Бизнес планът и планираните дейности и инвестиции трябва категорично да доказват, че проектното предложение предвижда дейности за създаване или подобряване на туристически продукт, който включва и социализацията на местни културни активи, допринасящи за формиране на местната идентичност. Проверяват се и описанието на проектните дейности във формуляра в ИСУН.

Подмярка 7.5 „Инвестиции за публично ползване в инфраструктура за отдих, туристическа инфраструктура”

За да бъдат присъдени точки на проектното предложение, при извършване на техническа и финансова оценка се проверяват представените доказателства за съответствие или изпълнение на условията/ изискванията по критериите, както следва:

Критерий 5. Проектът е за туристически (посетителски) центрове

Под туристически (посетителски) център следва да се разбира физически установено място – помещение, със служител/и и с функции да предоставя нужната информация на туристите, да информира и показва:

- природни забележителности и културни обекти в региона, туристически атракции и събития;
- места за настаняване в града и региона; ресторанти, механи и увеселителни заведения в града и региона;
- медицински центрове, поликлиники, частни кабинети, козметични и рехабилитационни центрове и др.;
- търговски центрове, специализирани магазини за сувенири и подаръци;
- друга информация от полза и интерес за туристите и посетителите на територията

За да бъдат присъдени точки по критерия е необходимо не по-малко от 50% от общите допустими разходи от Таблицата за допустимите инвестиции и дейности да бъдат свързани с установяването на туристически посетителски център – изграждане, ремонт, оборудване, обзавеждане и други.

За доказване на съответствие се проверяват ТДИД (Приложение към проекта), описание на целите и дейностите на проекта във формуляра в ИСУН, Анализ разходи-ползи и други документи.