

*Проект*



# СТРАТЕГИЯ

## ЗА УСТОЙЧИВО РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

### В ОБЩИНА ВЕЛИНГРАД И ДЕСТИНАЦИЯ ВЕЛИНГРАД

2021-2027 г.

март 2021 г.

**Стратегията е обсъдена и приета  
на заседание на Консултативния съвет по въпросите на туризма  
към община Велинград, проведено на 9 март 2021 г.,  
с предложение да се утвърди от Общински съвет–Велинград**



**Стратегията за устойчиво развитие  
на туризма в община Велинград 2021 - 2027 г.,  
е утвърдена на заседание на Общински съвет - Велинград  
с решение №....., от ..... 2021 г.**

| СЪДЪРЖАНИЕ:                                                | стр. |
|------------------------------------------------------------|------|
| Въведение                                                  | 5    |
| Среда за развитие на туризма в община Велинград            | 6    |
| <u>Външна среда</u>                                        |      |
| Политически, икономически , екологични фактори             | 7    |
| Социо-културни фактори и технологични фактори              | 8    |
| <u>Вътрешна среда</u>                                      |      |
| Географско разположение, релеф, климат                     | 9    |
| Инфраструктура                                             | 10   |
| Ресурси за развитие на туризма                             |      |
| <u>Природни ресурси</u>                                    |      |
| Води                                                       | 12   |
| Защитени територии, зони , местности                       | 13   |
| Други интересни природни обекти на територията на общината | 14   |
| Защитени територии в съседни общини                        | 15   |
| Флора и фауна                                              | 16   |
| Екологично състояние и рискове за природните ресурси       | 17   |
| <u>Антропогенни ресурси</u>                                |      |
| Културни институции                                        | 18   |
| Културно-историческо наследство, храмове                   | 19   |
| Параклиси , светилища                                      | 20   |
| Исторически места и забележителности в съседни общини      | 21   |
| Нематериално културно наследство, традиционни празници     | 22   |
| Културен календар                                          | 24   |
| <u>Спорт</u>                                               |      |
| Спортни обекти                                             | 25   |
| Спортни клубове, спортен календар                          | 26   |
| Туристическа инфраструктура                                |      |
| Места за настаняване                                       | 27   |
| Места за хранене и развлечение                             | 28   |

|                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Балнео и спа центрове, минерални бани, атракции                                                                   | 29 |
| Човешки ресурси                                                                                                   | 30 |
| Информираност и дигитализация                                                                                     | 31 |
| Управление на туризма в община Велинград                                                                          | 32 |
| Видове туризъм на територията на община Велинград                                                                 | 34 |
| Туристически продукти                                                                                             | 40 |
| Резултати от социологическо проучване „Развитие на туризма в община Велинград – актуално състояние и перспективи” | 41 |
| Ситуационен анализ на туризма в дестинация Велинград                                                              |    |
| Конкуренти                                                                                                        | 45 |
| Пазари                                                                                                            | 46 |
| Човешки ресурси в туризма                                                                                         | 48 |
| SWOT анализ                                                                                                       | 50 |
| Стратегическа рамка                                                                                               | 52 |
| Стратегически цели                                                                                                | 53 |
| Изпълнение на Стратегията                                                                                         | 55 |
| Използвани аббревиатури                                                                                           | 56 |
| Използвани източници                                                                                              | 58 |

## **ВЪВЕДЕНИЕ**

Стратегията за устойчиво развитие на туризма в Община Велинград и дестинация Велинград за периода 2021-2027 г.е разработена в съответствие със законовите задължения на кмета на община Велинград, визирани в чл. 12 от Закона за туризма, за разработване на програма за развитието на туризма. Срокът на настоящия документ е съобразен със сроковете на програмните периоди на националните, районните и общински стратегически документи, а именно 2021-2027 г.

Настоящата Стратегия е разработена от съвместен екип, включващ служители на Общинска администрация - Велинград, представители на СХР „Велинград и Западни Родопи” и външни експерти. Документът е подготвен на базата на анализи и консултации със заинтересованите страни и има за цел да затвърди Велинград като лидер в развитието на спа туризма в страната и симбиозата на този вид туризъм с останалите видове туризъм за получаването на качествен и търсен туристически продукт.

Туризмът като цяло е основният стълб за развитието на местната икономика и именно за това планирането на устойчивото му управление е от изключителна важност. Подходът на планиране е в подкрепа на икономическия растеж, който е измерим, социалноориентиран и справедливо отразява принципите на устойчивия туризъм. Стратегията има за задача да осигури трайна конкурентоспособност на Велинград като туристическа дестинация, да подпомага устойчивото развитие на туристическата индустрия, да се опира в максимална степен на информацията, придобита от маркетинговите проучвания, доклади, анализи и прогнози, да отчита очакванията и намеренията на всички заинтересовани страни, да е съобразена с изискванията за създаване на правилно, реалистично и стабилно позициониране на Община Велинград на целевите пазари и да бъде гъвкава. Стратегията е реалистична: от една страна е изпълнима като заложи цели, а от друга страна- осъществима като разполагаме ресурс.

***Стратегията за устойчиво развитие на туризма си поставя за цел общ икономически, социален и културен растеж на общината, основаващ се на опазване на околната среда и на просперитета на местната общност, отчитайки въздействието, значимостта и партньорствата между всички заинтересовани страни- националната, регионалните и местните власти, бизнеса, неправителствените организации, местните общности и международните партньори.***

## **ВЪНШНА СРЕДА**

Туризмът има основен дял в развитието на икономиката в световен мащаб. Той е определящ фактор и формира все по-голяма част от БВП на страната. През последните 50 години в глобален мащаб реализира значителни ръстове и се превръща в основен фактор за социално-икономическия прогрес, създавайки работни места и предприятия, нова инфраструктура и приходи. Приносът на туризма в икономиката непрекъснато нараства, но в същото време развитието му го изправя пред нови предизвикателства като оптималното използване на природните ресурси, климатичните промени, съхраняването на културната идентичност на различните общности и др.

Наред с възходящото развитие през последните десетилетия туризмът получи и някои удари, засягащи, както отделни региони / терористични атаки, природни бедствия/ така и целия свят / кризата с COVID -19/. Последният и най-сериозен удар е пандемията от COVID -19 – в световен, национален и регионален мащаб. Според данните от последния доклад за MARKET INTELLIGENCE на Световната организация по туризъм, който се публикува четири пъти годишно, пристигащите международни туристи са намалели с 65% през първата половина на 2020 г., спрямо същия период на 2019 –та, а пристигащите през юни са намалели с 93%, според данните, съобщени от дестинациите. Машабният спад в търсенето на международни пътувания през първата половина на 2020 г. се изразява в загуба от 440 милиона международни пристигащи туристи и около 460 милиарда щатски долара приходи от международен туризъм. Това представлява над пет пъти загубата на приходи, отчетена през 2009 г. на фона на световната икономическа и финансова криза. Според доклада свиването на международното търсене се отразява в двуцифрено намаляване на международните туристически разходи. Основните изходящи пазари като САЩ и Китай продължават да са в застой, въпреки че някои пазари като Франция и Германия са показали известно подобрение в търсенето на международни пътувания през юни. Данните по региони сочат, че Азия и Тихия океан, първият регион, пострадал от въздействието на COVID-19, отбеляза 72% намаление на пристигащите туристи през първата половина на 2020 г. Вторият най-тежко засегнат регион - Европа - регистрира 66% спад на пристигащи туристи, следван от Америка - 55%, Африка и Близкия изток - и двете с 57%.

От доклада на UNWTO става ясно, че докато възстановяването на международния туризъм остава бавно, делът на вътрешния туризъм нараства на много големи пазари като Китай, където въздушният капацитет през юли 2020 г. се е възстановил до около 90% от нивото от 2019г. Подобна е ситуацията на пазар Русия-въздушният капацитет също е подкрепен от нарастващите вътрешни пътувания. Подробните сценарии на UNWTO за 2021-2024 г. прогнозираят съживяване на сектора през 2021 г. въз основа на предположението за обрат в еволюцията на пандемията, значително подобрение в доверието на пътниците и значително премахване на ограниченията за пътуване до средата на годината. Независимо от това, връщането към нивата от 2019 г. по отношение на международните пътувания, според организацията, ще отнеме от 2,5 до 4 години.

Именно това ще бъде най-голямото предизвикателство през следващите години в туризма –възстановяването на сектора и развитието му във възходяща линия.

България се е оформила като дестинация, предлагаща масов туризъм – морски, планински и все по-осезаемо спа, балнео и здравен. Като цяло те предполагат интензивно използване на ресурсите за кратки периоди от време.

## **Политически фактори**

Спокойна и благоприятна среда на национално и международно ниво. Страната ни се възприема като относително сигурна, защото вероятността от терористични нападения и големи емиграционни потоци е малка. По-скоро неблагоприятното в политически аспект е бюрокрацията и корупцията. В положителна посока през последните години се развиват процесите, свързани с облекчаване на визовите режими с държави, чиито граждани предпочитат българските дестинации за почивка.

Важен момент от политическа гледна точка е намаляване на ДДС – в туристическите обекти на 9 % и въведените облекчения за периода на ковид-кризата.

## **Икономически фактори**

Туризмът зависи от икономическия растеж и равномерното развитие на отделните региони в страната. Финансовата стабилност е още един фактор за просперитирането на туристическата индустрия и тези показатели до март 2020 г. бяха много добри в национален аспект.

Стандартът на живот на населението също влияе върху туризма като индустрия. Колкото по-платежоспособно е то, толкова повече пътува и купува. Входящите туристи от държави с висок стандарт остават за по-дълго и харчат повече. Българинът също обича да е турист в собствената си страна – да посещава забележителности – исторически или природни, както и невероятните ни планини или да се отдава на релакс и спокойствие.

## **Екологични фактори**

Развитието на туризма е пряко свързано с експлоатацията на природни ресурси, които трябва да се опазват и да се ползват разумно. През последните три десетилетия се наблюдават значителни промени в климата, които са следствие от глобалното затопляне, и тенденциите са климатичните промени да продължат. Именно те оказват силно влияние върху предпочитанията на туристите към много дестинации. България обаче е сред най-уязвимите към изменението на климата държави членки на ЕС, защото се намира в зона, където наводненията, както и редуването на много горещи и много студени периоди в сезоните, ще бъдат все по-чести явления. Най-засегнати от тези екстремни природни явления са туризмът, селското стопанство и управлението на водите.

Другите много важни екологични фактори, влияещи на туристически сектор, са презастрояването, генерирането на твърди битови отпадъци, замърсяването на водите и въздуха.

Велинград разчита много на природните си ресурси. Основен и най-важен дял тук имат минералните води. Техният общ дебит за трите термални находища е 175 л/сек. За рационалното използване на температурата на самите води и връщането им в природата има какво още да се желае. Липсата на ПСОВ е голям проблем, който би трябвало да се разреши.

Изграждането на сепарираща инсталация за отпадъци и депо е в ход към момента на изготвяне на настоящия документ.

Чистотата на въздуха в определени месеци достига критични нива поради две основни причини

- Велинград се намира в котловина и липсата на вятър предполага задържането на замърсения въздух през зимата за по-дълго
- голяма част жилищата в града и селата, както и част от местата за настаняване, разчитат на отоплението с твърдо гориво

## **Социо-културни фактори**

Съвременните туристи пътуват близо до дома, но го правят често, търсят по-високо качество и купуват в „последната минута”. Бързо променят предпочитанията си, търсят все по-специализирани продукти и изискват детайлна и достоверна информация за тях. Решението за покупка на даден продукт е достатъчно информирано след проучването на няколко оферти. Новият тип потребител е т.нар. „он-лайн турист” – нетърпелив, любознателен, комуникативен индивидуалист

## Технологични фактори

Живеем във век на интензивно развитие на информационните технологии и икономиката става все по-дигитализирана. Електрониката и компютрите вече са в основата на взаимоотношенията, на бизнеса и на просперитета и съвсем логично са естествената среда за развитието на туризма. Именно, за да отговори на съвременните изисквания, той трябва да бъде модернизирани, атрактивно и изчерпателно представен в интернет и предлаган в дигитална среда чрез набор от електронни услуги. Особено силно е застъпена дигиталната среда в системата на дистрибуцията на туристическите услуги и продукти. Вече всяко туристическо предприятие е създадо свой корпоративен уебсайт с удобен интерфейс. Изградени са многофункционални резервационни системи, които се интегрират с информационни системи на хотели, ресторанти, превозвачи, туроператори, посредници и др. Социалните медии играят вече огромна роля. Уеб-търсачки са основния съветник за пътувания и туризъм. Предимствата на интернет са много, но ползването му без осигуряването на сигурността, е рисково.

Дестинация Велинград е позиционирана добре в електронна среда - сайт на община Велинград, сайт на СХР „Велинград и Западни Родопи”, множество страници в социалните мрежи. Самите туроператори дадоха добра оценка на представянето на туристическия ни продукт в електронна среда през 2019 година с наградата „Най-добре представена средна община в електронна среда”



## ВЪТРЕШНА СРЕДА

## Географско разположение

Община Велинград се намира в южна България и е втората по площ и население община в Пазарджишка област. На нейна територия са 21 населени места - от които един град - общинския център Велинград. Площта и е 606 кв.км. и се простира изцяло във високите части на северозападните Родопи – в Чепинската котловина. Община Велинград граничи със седем общини, пет от които в Пазарджишка и две в Благоевградска област – с община Белово /на север/, община Септември / на североизток/, Ракитово /на изток/, Батак / на югоизток/ Сърница /на юг/, Белица и Якоруда / на запад/

## Релеф

Релефът на община Велинград е високо- и среднопланински. Най-ниската точка от 535 м.н.в. се намира в най-североизточната част на общината - източно от гара Долене, в коритото на Чепинска река, а най-високата точка е връх Голяма Сюткя - 2186 м /на границата с община Ракитово/. Около половината от територията на общината се заема от крайните северни, най-високи части на дългия Велийшко-Виденишки дял на Западните Родопи. На границата с община Батак в изворната област на Рибна река /най-горното течение на Чепинска река/, се издига– връх Сребрен /1900,5 м/. Северната част на общината се заема от южните части на рида Алабак и неговата максимална височина - връх Черновец /1834 м/, който се намира на около 4 km източно от село Юндола, а на границата с община Септември се издига скалистият връх Милеви скали /1593,5 м/. В пределите на общината попадат и крайните западни части на рида Къркария и неговия връх Тунова чука /1061,5 м/, който се издига източно от село Драгиново.

Чепинската котловина се простира между ридовете Алабак и Къркария на север и Баташка планина на юг, като в пределите на общината попада нейната западна, ниска част.

Характерна особеност на релефа е наличието на специфичен карстов комплекс. Мраморните разкрития между Беглика и кв. Чепино имат голяма туристическа стойност. В този комплекс са пещерата “Лепеница”и карстовия извор “Клептуза”.

## Климат

Климатът във велинградска община е преходно-континентален със средиземноморско влияние, а във високите части - с планинско влияние. Лятото е прохладно, а зимата – мека. Годишната температурна амплитуда е по-малка и не така рязка. Причина за това е фактът, че Чепинската котловина е обградена от планински възвишения. Средногодишната температура на въздуха за Велинград е +8,8°C, за по-високите планински части тя е +5,4°C. Най-студено е през януари. Зимните средномесечни температури за общината са -2,3°C за Велинград и -4,4°C – за Юндола. Най-топъл е месец юли – когато са отчетени най-високите средномесечни температури - +18,6°C (Велинград) и +14,5°C (Юндола) .

Средногодишната сума на валежите е 954 мм, като най-малки количества падат през месец септември – 36 мм, а големи през май – 73 мм. Валежите са сравнително равномерно разпределени през цялата година. Снежната покривка е със средна продължителност 118 дни, но само 40 % от зимните дни тя е устойчива. Най-рано е паднал сняг на 6 октомври, а най-късно – на 8 март.

Велинград е един от най-слънчевите градове в България. 2157 са средно годишно слънчевите часове, като най-много са те през август – 304, а най-малко през декември – само 81 часа. По сезони часовете със слънце се разпределят така: през лятото – 832 часа (38,6 % от слънчевото греене), през пролетта – 538 часа (24,9 %), през есента – 504 часа (23,4 %) и през зимата – само 283 часа (13,1 %).

По отношение на ветровете - Чепинската котловина е добре защитена. Средномесечната и годишна скорост на вятъра е равномерна, като за Велинград тя е 1,5 м/сек, а за Юндола – 1,4

м/сек. Духат обикновено т.нар. ”горски бризи”, на които преобладаващата компонента са югозападните и североизточни ветрове. През летните горещини вечерникът внася прохладата в котловината. Твърде характерно е действието на северозападния вятър, свързано с валежите. Местните хора знаят – явят ли се мъгли над Арапчал и Каменица – ще вали.

## **Инфраструктура**

### **Пътна мрежа**

Общинският център отстои на 47 км от гр. Пазарджик, 80 км от гр. Пловдив, 130 км от гр. София и 180 км. от границата с Република Гърция. Удобно териториално разположение в Северозападната част на Родопите - близо до столицата и до Пловдив, както и до зимния център Банско и богатото тракийско поле.

Главният обслужващ път е второкласният от РПМ -II-84 „Звъничево - Ветрен дол - Велинград - Юндола - Якоруда - ок.п. Разлог ",с дължина на територията на община Велинград от 30,3 км. Той осигурява достъпа до магистрала „Тракия“и до изграждащата се магистрала „Струма“. Пътят II-19 осигурява и по-лесен достъп на община Велинград до Р.Гърция през ГКПП "Илинден" при Гоце Делчев..

Общата дължина на общинските пътища е 79,05 км. Новото в развитието на републиканската пътна мрежа е път III-8434, бивш общински РАЗ 1062, с дължина 30 км, свързващ селата Рохлева, Кандови, Бутрева, Биркова, Враненци, Чолакова, Горна Дъбева, Бозьова и Кръстава с гр. Велинград.

Реновираната вече отсечка на околоръстен път /4 км/ значително улеснява движението към селата Пашово, Цветино, Абланица и към хотелите в тази част на града. Пътят до селата Магерово, Абланица, Цветино се изгражда към настоящия момент.

### **Железопътна мрежа**

Теснолинейната железопътна линия Септември – Велинград – Добринище осигурява достъп от и до общинския център и част от малките населени места, за които няма друга алтернатива като обществен транспорт. Общата дължина е 124,7 км., от които 50,2 км. са през територията на община Велинград. Освен транспортна артерия теснолинейката е и туристическа атракция..

### **Близост до летище**

На територията на община Велинград няма изградено летище. За достъпността на чуждестранните туристи важен критерий е близостта до аерогарите в София /130 км/ и в Пловдив /80 км/.

### **В и К мрежа**

Общата дължина на водопроводната мрежа в общината е 330.88 км., от тях довеждащи водопроводи – 81.21 км и разпределителна водопроводна мрежа 249.67 км.

Велинград се водоснабдява основно от събирателна деривация "Бистрица" на язовир „Батак” /водохващане „Чукура”/. Още 6 каптажа и едно речно водохващане осигуряват питейното водоснабдяване на общинския център. Освен това има други 8 резервоара с общ обем 9 170 м<sup>3</sup> .

Село Драгиново се водоснабдява от 8 каптажа и водохващане при река Дълбочица, както и два резервоара с обем 2000 м<sup>3</sup>

Дължината на изградените външни водопроводи е 47,3 км., а вътрешната водопроводна мрежа е с обща дължина 120 км.

Над 88% от водопроводната мрежа е физически амортизирана, с висока степен на аварии, причиняващи загуби над 70%.

Селата Света Петка, Юндола, Пашово и близките махали се водоснабдяват чрез изградени ОШ и водоеми от налични водоизточници от събирателна деривация „Джаферица“ за язовир Белмекен. Захранването от Чакърица и Балабаница е общо 22 л/сек. Останалите селища ползват местни водоизточници и имат обособено самостоятелно питейно-битово водоснабдяване.

### **Електроснабдяване**

Източник на електроенергия за община Велинград се явява общата електроенергийна система на страната, чрез трансформаторната подстанция 110/20 kV, която е включена двустранно в мрежата 110 kV. Това позволява гъвкав експлоатационен режим и повишава сигурността на захранване при аварии.

### **Телекомуникация**

„А1“ ЕАД, „Теленор България“ и „Виваком“ ЕАД осигуряват пълно GSM покритие, мобилен достъп до интернет и мобилна телевизионна услуга на територията на община Велинград.

Във Велинград са изградени и две кабелни мрежи за разпространение на радио и телевизионни сигнали. Кабелен тв оператор има и в с. Драгиново





## РЕСУРСИ ЗА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА

### **ПРИРОДНИ РЕСУРСИ**

#### **Води**

##### **Минерални води**

Най-голямото природно богатство на Велинград са минералните води. На територията на общината се намират четири геотермални находища - Чепино, Лъджене, Каменица и Драгиново. Всички минерални води във Велинград са слабоминерализирани /под 1 грам на литър/ и имат дълбок произход – кристално чисти са, бистри, топли или горещи. Общият дебит на минералната вода е 175 л/сек, и 80% от източниците са на територията на Велинград. Всеки извор е със специфичен физико-химичен състав и лечебни показатели. Температурата от над 70-те водоизточника закономерно се покачва от юг на север и варира от 27 до 98°C.

Изворите в квартал Чепино са с ниска минерализация до 0,24 г/л и температура до 48°C<sup>0</sup>. Тук се намира един от най-големите термални извори в България с дебит над 60 л/сек.

По долината на река Луковица в кв. Лъджене има 42 минерални извора и 6 сондажа. Температурата им е в границите от 22°C до 66°C<sup>0</sup>.

В квартал Каменица минералните води са горещи - с температура до 91°C. Те са с висока обща минерализация до 0,82 г/л. Някои води имат хидросулфиди.

В село Драгиново минералната вода е с показатели, близки да тези от кв. Каменица. Тук се намира извор с температура 98°C<sup>0</sup> – втори в страната по висока температура след гейзера в Сапарева баня.

Водите се използват по три направления - инхалационно, питейно и външно балнеолечение, което се съчетава с благоприятните климатични условия.

Водите на не всички източници на минерални води във Велинград могат да бъдат използвани за всекидневна употреба като трапезни. Без ограничения може да се пие минералната вода от Чепинското находище, тъй като радонът в нея бързо се отделя в атмосферата. Водата от Лъдженското находище също може да се пие, но с определени

интервали, поради по-високото съдържание на флуор. Водата от находище Каменица не се допуска за пиене като трапезна, защото високото флуорно съдържание в нея може да има токсичен ефект, а и е неприятна за пиене поради миризмата на сероводород.

### **Извор „Клептуза”**

Карстов извор с дебит 580-1160 л/сек и постоянна температура от 8<sup>0</sup>С. Част от водите се използват за питейни нужди, останалото - през красив водопад се влива в две изкуствено създадени езера и после в река Чепинска.

Районът над извора е обявен за защитена местност от 1966 г. , както и 412 ха от склонът над него, заради горите от вековен черен бор.

### **Реки**

През територията на община Велинград преминават притоците на река Чепинска, която е основната дренажна артерия на града и един от най- пълноводните притоци на р. Марица.

**Река Чепинска** извира от вр."Малка Сютка". В началото е р.**Рибна**, южно от кв. Чепино в нея се вливат три притока **Лепеница, Бистрица и Абланица**. Препреминавайки през кв. Лъджене, в нея се влива и р.**Луковица**. По-надолу приема водите на р.**Еленка**, а в котловината се влива и най-пълноводния ѝ приток - **р. Мътница**. Дължината на река Чепинска от извора до вливането и в Марица е около 87 км.

Други по-значими водни течения са реките **Грънчарица**, заедно с притока и **Мала река, Цветинска, Луковица и Еленка**. На север към река **Яденица** гравитират реките **Скриеница, Хаджийски дол и Чарковете**.

### **Язовири**

На територията на община Велинград няма големи язовири. Но само на 30 минути път с автомобил се достига до едни от най-красивите и богати на риба язовири **Батак/ общ. Ракитово и общ. Батак/, Доспат /общ. Сърница/, Белмекен /общ. Белово/, Беглика, Широка поляна**.

## **Защитени територии**

### **Защитени зони**

Според регистъра на Защитените територии и защитените зони в България на ИАОС, част от територията на община Велинград попада в четири Защитени зони

- **„Яденица”**- обявена през 2007 г. с цел опазване местообитанията на птици, както и зоните за размножаване на кафявата мечка. Опазват се и едни от най-големите масиви в страната от бял бор и ела

- **„Родопи – Западни”** – обявена през 2008 година с цел опазване местообитанията на птици

- **„Западни Родопи”** - обявена през 2008 г. с цел защита на 130 вида птици и техните местообитания. 21 вида са включени в Червената книга на България, а 43 са с европейско природозащитно значение. Тук се намира най-многочислената популация на глухаря, лещарката, врабчовата кукумявка, козодоя и др.

- **„Рила буфер”** – обявена през 2020 г. с цел опазване на птиците

### **Защитени местности**

На територията на Община Велинград има 13 защитени местности /вкл. Клептуза/. Осем от тях са обект на защита, заради опазването на характерен ландшафт:

- **Бялата скала** – намира се в землището на Велинград и е обявена за ЗМ през 1968 г.

- **Калпазанов гроб** - намира се в землището на град Велинград и е обявена за ЗМ през 1968 г.
- **Милеви скали** - намира се в землището на с. Драгиново и е обявена за ЗМ през 1972 г.
- **Порт Артур** -. намира се в землището на с. Кръстава и е обявена за ЗМ през 1974 г.
- **Рогачица** - намира се в землището на с. Юндола и е обявена за ЗМ през 1981 г
- **Суха лъка** - намира се в землището на с. Кръстава и е обявена за ЗМ през 1976 г.
- **Суха лъка, клетва Бивак** – намира се в землището на с. Кръстава. Обявена за ЗМ през 1974 г.
- **Хайдушки кладенец** - намира се в землището на град Велинград и е обявена за ЗМ през 1981 г.

Други четири са обявени за ЗМ, заради опазването на застрашени растителни и животински видове

- **Арап чал** – намира се в землището на с. Света Петка. Обявена за ЗМ през 1981 година за опазването на застрашените видове птици глухар и лещарка.
- **Валявиците** – намира се в землището на с. Пашови. Обявена за ЗМ през 1986 г. с цел запазване на естествени съобщества от ела и смърч.
- **Меандри на река Рибна** – Намира се в землището на с. Кръстава. Обявена за ЗМ през 1995 г. с цел опазване на естествения ландшафт и уникалните местообитания в местността Кара тепе.
- **Филибелийска поляна** - намира се в землището на с. Пашови и е обявена за ЗМ през 1981 г. с цел опазване на рядък вид планински божур.

### Природни забележителности

Според същия регистър на територията на общината има една природна забележителност и тя е **Пашови скали**. Скалният масив се намира в землището на с. Света Петка и обявен за ПЗ през 1981 г.

### Други интересни природни обекти на територията на община Велинград

- Пресечна точка на **24 паралел и 42 меридиан** – намира се в местността Маркови скали.
- **Връх "Стража"**—там са били построени наблюдателници,от които стражите по стария римски път следели движението. В случай на опасност те сигнализирали чрез тъпанджии и огньовете на съседните охранителни пунктове.
- **Местност "Вазова поляна"**- тук през 1892г. е идвал Иван Вазов и в тази връзка има поставена паметна плоча
- **Стария чарк** - През 1384г. на река "Еленка" е построен първия чарк (малка работилница за разбичване на дървен материал).
- **Кладова** - Там се е добивал и съхранявал дървен материал на клади, откъдето идва името.
- **"Печенежки скали"**- голям скален масив, близо до м."Кладова", археологически обект /светилище край скали/
- **Седемте братя** – намира се в района на Филибелийска поляна. От един корен излизат седем ствола черен бор.
- **Братята** - излизат пет ствола черен бор от един корен. Намират се по пътеката за местността Вазова поляна
- **Самоводица** – извор, от който с дървени тръби преди век е прекарана водата до кв. Каменица. На места още има останки от водопровода.

- *Локвата* – първият туристически заслон в региона на 1600 м н. в. от южната страна на Арап чал
- *Лакетска чука* – връх над острия завой на р. Чепинска, който се намира между гара Долене и с. Драгиново. На него има останки от естествено защитена антична крепост
- *Керачин камък* – над 6-8 метра вулканични скали, пръснати между вековни букови и дъбови дървета в близост до местност Самоводица

## Защитени територии в съседни общини

*Фотински водопади* - непосредствено до село Фотиново, което се намира в близост до гр. Пещера и гр. Батак. Малка, но пълноводна река преминава през скали, като оформя 3 пада, най-големият от които е около 16 м. Обявени са за ПЗ през 1979 г.

*Палеонтологично находище* – намира се в община Ракитово, в близост до с. Дорково. Обявено е за ПЗ през 1990 г, заради откритите там кости от плиоценски гръбначни животни

## Пещери

*Лепеница* - намира се в Западните Родопи, под връх Сютка (2186 м), на 10 км югозападно от град Ракитово и на 11 км южно от Велинград. Дълга е 1525 м и е разположена на 975 м надморска височина, с денивелация 10 м. Обявена за ЗМ през 1962 г.

*Снежанка* - намира се в Баташката планина, близо до град Пещера. Открита е през 1961 г. и оттогава е обявена за природна забележителност. Тя е сравнително малка, но богата на великолепни пещерни образувания и красиви зали. Дължината ѝ е само 145 м, с постоянна годишна температура 9°C. Богата е на сталактити, сталагмити, сталактони драперии, синтрови езерца. Най-големият сталактит е дълъг 1,27 м.

## Скални образувания

*Побит камък и Жабата* – намират се на територията на община Сърница и са обявени за ПЗ съответно през 1962 г. и 1984 г.

*Чибуците* – единственото находище у нас на върболист тъжник. Обявено е за ЗМ през 1989 г и се намира на територията на община Сърница

## Биосферни резервати

*Дупката* – обявен през 1951 година и се намира на територията на община Батак

*Мантарица* – обявен 1968 година и е на територията на община Ракитово

*Беглика* – обявен през 1960 г за опазване на реликтна растителност. Намира се на територията на община Батак.

## Защитени местности за опазване на растителни и животински видове

*Кемера* – ЗМ от 1975 г. за защита на видове птици, на територията на община Батак

*Марина* – ЗМ от 1987г. за защита на вековни гори от зимен дъб, на територията на община Септември

*Маришко подрумиче* – ЗМ от 2013г. за защита на растението маришко подрумиче, на територията на община Белово

*Немска жълтуга* – ЗМ от 2014г. за защита на видове птици, на територията на община Батак

*Свети Георги* – ЗМ от 1987 г. за защита на блатното кокиче, на територията на община Септември

*Серафимова поляна* – ЗМ от 2007г. за защита на видове птици, на територията на общините Батак и Ракитово

*Сърнена поляна* – ЗМ от 2007 г. за защита на видове птици, на територията на община Батак

*Храстовиден очеболец* – ЗМ от 2017г. за защита на храстовидния очеболец, на територията на община Батак

#### **Защитени местности за отдих**

На територията на община Батак: *ЗМ Батлъбоаз* / 1984г/, *ЗМ Кавал тепе* /1984г/, *ЗМ Корията* /1964г, *ЗМ Чатъма* / 1984г/, *ЗМ Тошков чарк* /1984 г/, *ЗМ Сачан дере* /1973 г./

На територията на община Ракитово – *ЗМ Цигов чарк* / 1979 г/

### **Флора и фауна**

#### **Растителни видове**

Горският фонд заема 83.8 % от територията на общината, като за управлението му отговарят ДГС "Алабак", УОГС "Г. Ст. Аврамов", ДЛС "Чепино"

От иглолистните видове най-често срещани са смърч, бял бор, ела,/ лиственица, черен бор, от широколистните – бук, трепетлика, тополи, горскоплодни /джанка, дива круша, киселица, ива.

В по-високите части с надм.в. 1 900 - 2 186 м се срещат: черна боровинка, червена боровинка, връшняк, зелена елша и др. В този пояс значително участие имат тревните формации - алпийският лапад, картал, мечка ливадна трева и чернеещавластика.

За залесяването най-голямо значение имат иглолистните култури - смърч, бяла мура, обикновена ела, бял бор, черен бор, зелена дуглазка, веймутов бор, европейска лиственица, от широколистните - бяла бреза и др

От храстовите видове се срещат: обикновена хвойна, леска, шипка, дрян, черен бъз, червен бъз, къпина, диворастваща малина, ракита, синя и високопланинска смрика, глог и др.

#### **Животински видове**

Животинският свят се отличава с голяма пъстрота, като безспорно най-голям интерес представляват птиците –глухар, лещарка, калугерица, кукувица, козодой, щъркеловите, скална яребица, гургулица. Дневните грабливи птици са представени от скален орел, малък и голям креслив орел, мишелови, ястреби и ветрушки. От нощните грабливи птици обитават бухал, горска ушата сова, кукумявка и др.

В планинските райони се срещат дива коза, благороден елен, елен лопатар, муфлон, сърна, дива свиня, вълк, лисица, таралеж, къртица, невестулка, пор, заек, мечка, глиган. От хищниците обитават мечка, вълк, лисица, дива котка, видра, бялка, златка и язовец.

#### **Защитени видове**

Във велинградска община са проучени 133 вида защитени животни, от които 101 вида са птици. Сред тях са: глухар, лещарка, врабчова кукумявка, козодой, черен и белогърб кълвач, осояд, червеногръдка, чинка, кос, жълтоглаво кралче, черноглаво коприварче.

### **Паркове**

На територията на Велинград са разположени 15 парка и зелени терени с обща площ от 147 дка. По-големи сред парковете са: Вельова баня, Клептуза, Кремъчна баня, Сярна баня, Централен парк, лесопарк Двореца и др.



## **Екологично състояние и рискове за природните ресурси на територията на Община Велинград**

Общата площ на горските територии в Община Велинград е над 60 000 ха. Тези „бели дробове“ на общината, многообразието от водоизточници, както и благоприятните климатични условия създават перфектни от екологична гледна точка условия на живот – чист въздух без замърсители, изобилие от вода с различни свойства, благоприятен климат.

В района няма и не се допуска стимулирането на дейности, свързани с промяна на естествения ландшафт, мащабни застроявания, увреждане на природата чрез изграждане на съоръжения или по друг начин, не се развиват и не се стимулират дейности, свързани с увреждането на социалната среда, елементите на културното или природно наследство.

Върху преобладаващата част от територията на горския фонд не е констатирано наличие на сериозни ерозионни процеси. Пресеченият терен, големите наклони и пашата на домашните животни са главните фактори, които са оказали влияние върху развитието на ерозионните процеси. Най-често срещана е площната ерозия на почвата, дори и при не много големи наклони, докато линейната ерозия и свързаните с нея явления, като образуване на поройни ровини и долове, свличане на почвени пластове и поройни наноси, са по-рядко срещано явление.

Въз основа на тези данни може да се направи извода, че в Община Велинград няма обективна основа за детериорация на природните ресурси и такава би могла да произтече само от неразумна човешка намеса, като например откриване на вредни за околната среда производства.

Към момента на територията на общината не се развива никакъв рудодобив, но има заявено инвестиционно намерение и сключен конвесионен договор през 2009 година за разработване и функциониране на мина в местността „Грънчарица“. Това би имало отрицателно въздействие върху околната среда, поради мащабността и навлизането в горски терени, обитания на птици и животни, вододайни зони и др.

## АНТРОПОГЕННИ РЕСУРСИ

### Културни институции

#### **Исторически музей - Велинград.**

Първият музей в Родопите, създаден през 1909 г. Във фондовете си съхранява материали и свидетелства за хилядолетното минало на Чепинския край. Четири са постоянните експозиции. „Вела Пеева, „Планината – гостоприемнен дом“, „Великденски писани яйца“ и „Николай Гяуров – великият бас“

Музеят е един от 100-те национални туристически обекта. В него се намира най-богатата колекция на великденски яйца в България, събирани от цяла Европа. Постоянно функционира ателие, в което при заявка, майстори показват технологията за изписването на яйца с писалка и восък, а децата развиват творческите си умения и заложи

Тук целогодишно гостуват и изложби на музеи от всички краища на страната и от чужбина.

#### **Художествена галерия**

Създадена е през 1986 г. и се помещава в къщата на именитата велинградчанка, родолюбка и дарителка Цвета Шуманова. Фондът на галерията включва творби на български и чуждестранни автори, в разделите скулптура, живопис и графика. В двете зали са подредени изложби на местни художници. Гостуват галерии и музеи от цялата страна. Исторически музей - Велинград създаде и четири ателиета в сградата - по грънчарство, тъкачество, дърворезба и работа с прежда и текстил.

По време на Велинградските празници на културата се провеждат пленери с участието на млади художници.

#### **Читалища**

Читалищата са уникална за страната ни образователна и творческа структура. На територията на община Велинград функционират 8 читалища, включени в Регистъра на читалищата в Република България.

**НЧ „Отец Паисий-1893“** - най-старото и най-голямо читалище, което се намира в кв. Лъджене. Към него са формирани ПДОМС „Димитър Мечев“, вокална група ”Караоке”; градски смесен хор „Николай Гяуров”, школи по духови инструменти, мъжка фолклорна група, детска театрална школа. Читалището разполага с богата библиотека и читалня, както и с театрален салон с близо 400 места и гримьорни, които се използват за различни културни мероприятия. Сградата е архитектурен паметник на културата.

**НЧ „Васил Левски-1904“** в кв. Каменица – ДЮАНПТ „Здравче венче” е създаден през 1989 година. Функционират и група за стари градски песни „Вела“, мъжка фолклорна група и театрален кръжок. Към читалището има и библиотека, както и голяма зала с близо 500 места и сцена с гримьорни. Сградата е архитектурен паметник на културата.

**ОНЧ „Св. Св. Кирил и Методий-1905“** в кв. Чепино.- през 1953 г. е създаден ПАНПТ „Чепино”, към който има и детски ансамбъл „Чепинче”, школа за тамбура и тъпан. Разполага с библиотека, както и с голяма зала с 250 седящи места и сцена.

**НЧ „Методий Драгинов-1946“** – Ансамбъл за изворен фолклор „Драгиново”, мъжки квартет, детска танцова школа и театрална школа. Обособена е и музейна сбирка. Към читалището има и библиотека, както и голяма зала с близо 250 места и сцена.

**НЧ „Виделина-1946“**- с. Грашево) – създадена е библиотека

**НЧ „Пробуда-1951“** - с. Пашови – създадена е библиотека

**НЧ „Изгрев-1959“** - с. Кръстава) – библиотека

**НЧ „Светлина“**- с. Света Петка - библиотека

## **ЦПЛР- ОДК – Велинград**

В центъра функционират школи по изобразително изкуство, за различни музикални инструменти, театрална и фолклорна школа, школа „Журналисти“, школа по спортни танци, оркестър Младежка музикална формация, ДЮВИШ „Звънче“. Центърът разполага със зала с 200 места и сцена.

## **Външни сцени**

Освен сцените в сградите на читалищата, на територията на Велинград има още две сцени на открито – на Централния площад и в лесопарк Двореца. В центъра нас. Драгиново също има постоянна сцена на открито.

## **Културно-историческо наследство**

### **Храмове**

**Православен храм „Света Троица“** е най-старият действащ православен храм в Чепинската котловина. Издигнат е върху основите на стара каменна църква в с. Каменица през 1816 г. Към него е съществувало килийно училище, а под олтара е имало скривалище за оръжие на Тайния революционен комитет. Рядка икона на Св. Богородица в синьо краси единия от входовете на църквата.



**Православен храм „Свети Великомъченик Георги“** в Чепино е изграден с дарения и доброволен труд за четири години и е завършен през 1898 г. Изографисан е от Христо Попов и Петър Джамджиев. Иконостасът е дело на резбаря Иван Косев. На 6 май е храмовия празник.



**Православен храм "Успение Богородично"** Построен е през 1897 г. в местността Църквището /тогава доста извън Лъджене/ през 1896 г. от жителите на селото само за една година. Иконостасът е дело на майстор Йосиф и калфата му Марангозов от Пловдив. Иконите са изографисани от Манол Моралиев от Банско. В църквата се почита и иконата на Света Богородица, нарисувана от Станислав Доспевски.

**Джамия в с. Драгиново** – най –старият мюсюлмански храм в региона, Надпис на джамията свидетелства, че тя е била ремонтирана през 1821 г. от Тераки Мехмед.

## Параклиси

На територията на Велинград са издигнати няколко параклиса като „Свети Влас” и „Живоприемни източник”. Има много и в местностите около Велинград: „Света Петка” - по маршрут Юндола; „Свети Илия” - по маршрута към Елин връх; „Свети Никола” - по маршрут Стария чарк; „Свети Спас” – едноименната местност ; „Свети Георги” - по маршрут Стария чарк; „Свети Пророк Илия” над Клептуза; **Никульова църква**, параклис “Свети Никола”.

## Светилища

Установени са и няколко светилища на територията на общината. Те са особено почитани от хората, живеещи в региона и в районите им има изградени съвременни обекти – предимно параклиси.

**Тракийско светилище на бесите на връх „Острец”**–Датирано е от периода XII- в.пр.Хр.до V в. сл. Хр. Все още е недостатъчно проучено. Открити са каменни стени, стени от сгради, монети, керамика. Свещеното пространство обхваща площ от около 3 дка.

**Тракийско светилище в местността „Св. Пророк Илия” /над Клептуза/** - Ежегодно в рамките на месец се провеждат разкопки повече от 15 години. Последните 10 - под ръководството на проф. Диана Гергова.

**Средновековна църква ”Гергевана”** – останките се намират в близост до кв. Каменица в едноименната местност

**Тракийско светилище „Славеева скала”** –скален комплекс в подножието на връх Арап чал. Има следи от изсичания в скалите, говорещи за съществуването на култови съоръжения, жертвени олтари, ямки за жертвоприношения и др. Открити са керамични съдове и глинени лъжички, които се датират от късната бронзова или ранната желязна епоха, както и мегалитно съоръжение, наподобяващо долмен, с дължина около 3 м.

**„Гарванова скала”** – предлага уникална гледка към Чепинското дефиле, има данни за наличие на археологически обект

**„Станиловец”** – останки от зидана тракийска гробница от около 5 в. пр. Хр, намира се над с. Драгиново

**Местност "Уличките"**- нередени в три реда високи скали с различни форми. Върху тях има издълбани ямки, подсказващи, че мястото вероятно е било светилище. Скалите имат различни форми на дракон, гъба, сърце, камила, влак, олтар

### **Скални светилища и образувания**

**„Рибната скала”** - на 2 км. северно от светилището на вр. Острец,

**„Водни камък”** – на 1 км. северно от светилището на вр. Острец, светилище, с издълбани щерни и прекрасна гледка към Рила, Пирин и Родопите

**„Баба и дядо”**– скални образувания

**Средновековна крепост „Градот”** – запазени отбранителни зидове и каменна порта, намира се над кв. Каменица

### **Паметници**

**площад „Македония”**- архитектурен комплекс на сгради от 20-те години на миналия век. В центъра през 1933 г е издигнат войнишки паметник на загиналите чепинци в Балканската , Първата и Втора световни войни по проект на проф Атанас Дудулов.

**Паметна плоча на Владо Черноземски** - известен български революционер, активист на ВМРО. Роден е през 1897 г. в село Каменица, което днес е квартал на Велинград. Извършва атентата срещу краля на Югославия през 1934 г

**Паметник на Вела Пеева в кв. Каменица, изработен от скулптора Тома Попов**

**Войнишки паметник** - в центъра на кв. Лъджене в памет на загиналите в Балканската , Първата и Втора световни войни

**Възпоменателен кръст и паметник-костница на В. Пеева** – парк до хотел „Бор”

Паметна плоча в двора на църквата „Св. Троица“ в памет на загиналите във войните каменчани

**Бул. „Съединение”** – най-дългата улица в България – 3,8 км.. Свързва трите квартала на Велинград и за час може да преминете през много от изредените забележителности на града

### **Исторически места и забележителности в съседни общини**

**Беловска базилика и късноантичен и средновековен град Левке** - градът е разположен на площ от 80 дка. запазени са крепостни стени, стени от сгради , но най-впечатляващи са величествените руини на базиликата „Възнесение Господне”. Тя е трикорабна и датирана от V в. сл. Хр. Според учените именно тук се е намира споменаваната в летописите Левкийска епархия. До XVII век е съществувал и Голямобеловския манастир, който при помохамеданчването на Чепинското корито е бил разрушен. Първите разкопки около базиликата са правени 1922—1924 г, а градът е открит при разкопки в периода 1978-1996 г. Тогава се прави и консервацията на базиликата

**Ранно християнска базилика в местността Никулица в Ракитово** – изградена е през V-VI в. , възстановена и функционира и през средновековието /XII-XIV в./ . През 1923 г. върху руините е построен параклис „Св. Никола”

**Местност „Ремово”**– отсечка от стар римски път и останки от светилище, намира се край Ракитово

**местност „Градот”** – тук се намира тракийска, късноантична и средновековна крепост с национално значение, в община Ракитово. Комплексът е с площ 3 дка. Първите разкопки от

НАИМ са правени през 2009 г. Запазена е крепостна стена, зидове от сгради, стени от църква със стенописи, открита е керамика от доста широк времеви диапазон. Тази крепост датира от времето на император Юстиниан, VIв. сл. Хр. През годините на Първото българско царство играе важна роля като стражева крепост в Чепинския край

**Историческата църква - костница "Св. Неделя"- Батак** -изградена е през 1813 година. По време на Априлското въстание част от населението бива обсадено в църквата в продължение на 3 дни. В нея, за да се спасят от нападателите, 2 000 души, от които предимно жени и деца, се скриват, надявайки се, че никой няма да посегне на храма. За съжаление всички са убити след превземането на църквата. Сградата е останала непокътната до ден днешен и е превърната в музей.

**Крепост Цепина, Дорково** - Цепина е средновековна крепост, разположена северозападно от село Дорково, община Ракитово. Крепостта влиза в пределите на българската държава в средата на IX век. Завладяна е от Византия през XI век, но е освободена при управлението на цар Калоян, който назначава племенника си Алексей Слав за управител на Родопите. Цепина става седалище на владенията на деспота. След убийството на царя, деспот Слав се обявява за независим и Цепина се превръща в негова престолнина. Крепостта е била внушителна, външните ѝ крепостни стени обхващали площ от 25 дка, а в най-високата ѝ част е бил изграден средновековен замък.

**Крепост Перистера, Пещера** - уникалното за крепостта над Пещера са двете нейни ъглови кули - източната и южната, които са били църкви. Това е единствената крепост от такъв тип у нас. Името ѝ - Перистера, означава гълъб, гълъбово място.

**Плиоценски парк, Дорково** –палеонтологичен музей в Дорково, който представя находки от плиоцена, открити в палеонтологичното находище в м. Елин кладенец около Дорково. Находището е най-голямото познато на палеонтолозите струпване на кости от над 30 вида животни на едно място. Открити са над 600 кости на 15 m<sup>2</sup> площ. Това е най-голямото палеонтологично находище на Балканите и втората най-значима експозиция в Европа. Чрез него се маркира началото на плиоценската геоложка епоха в Източна Европа

**Исторически музей – Батак** - Включен е в Списъка на 100-те национални туристически обекта. В него се съхраняват над 500 експоната от историята на града, сред които са знамето и черешовото топче от Априлското въстание. Музеят е създаден през 1956 година.

**Исторически музей -Пещера** - Експозицията е разположена в 5 зали. Притежава богата колекция от над 8000 експоната, разкриващи живота на територията на общината от периода на неолита. През последните години особено внимание се обръща на археологията в раздел "Праистория". Находки от този период участват в национални и международни изложби

**Историческа сбирка - Ракитово**– Уредени са три експозиции – археологическа, етнографска и историческа. Изложени са предмети и колекции, свързани с историята и бита на местното население.

**Часовникова кула в Ракитово** – символ на града. Построена е през 1872 -1873г. с дарения на двама местни жители - Хаджи Муса Ефенди и неговият син – Хафъз Хюсеин Ефенди. Изградена е от дърво и камък на височината Бърдо. Има осмоъгълна форма с конусовиден покрив. Часовникът има два циферблата с римски цифри.

## **Нематериално културно наследство**

### **Традиционни празници**

**Нова година, Васильовден (1.І.)** Приготвя се боговица - обреден хляб. На сутринта децата отиват на "сурва" и сурвакат съседите за здраве и плодородие. Празникът има голяма тежест за ромската общност в района.

**Йордановден (6.І.)** . На самия празник в трите квартала на Велинград се хвърля кръст. В Лъджене и Каменица – в един от минералните басейни, а в Чепино - в горното езеро Клептуза. Обредът е свързан с младоженски обичаи. Богоявление се отбелязва в цялата Чепинска котловина – Велинград, Ракитово, Костандово, Дорково.

**Бабинден** (21.I.) празник, с особено внимание във Велинград. През 70-те и 80-те години, той е официален почивен ден за целия район. Празникът включва няколко обряда – характерната трапеза, "поливането" и "влечугането" на „новите“ баби.

**Гаганици** – характерен обичай на Сирни заговезни. Съхранен е като традиционен празник през целия XX век. Основен момент са огньовете, наричани "гаганица" или "гаро". Край тях се организират трапези и веселие. Маскираните участници в игрите наричат "бабугери" и "карнавале".

**Св. Четиридесет мъченици**, Къркчибук, е почти забравен от християните, но запазен и отбелязван от мюсюлманите в района, особено в с. Драгиново. Младежите излизат извън селото, събират зеленина - здравец, правят се люлки, през деня до късна нощ, люлеят се. Ходят на седенки, играят и пеят на тях..

**Великден** - наред с общоприетата великденска обредност, в района на Чепино се е запазила традицията на рисуването на яйцата с восък и писалка. Флоралните и зооморфни елементи придават изключителна красота на великденските писани яйца. Затова те се съхраняват като украса в домовете на християни и мюсюлмани, включват се в традиционните обреди за плодородие, предпазване от градушка, апотропейни практики за здраве. Тази традиция е съхранена и до днес. В Каменица на Разпети петък в църквата се раздава здравец, затова самият ден носи името Здравков ден.

**Света Петка**, В параклиса Живоприемни източник в кв. Лъджене празника се отбелязва на Светли Петък с курбан.

**Спасовден** е локален празник на Чепино и се отбелязва в м. Св. Спас. Отслужва се водосвет край църквището, хлебна жертва, курбан, обща трапеза и веселие. Обредните практики започват в началото на XX век от новосформираната християнска общност на селището след просънуване на мястото, отразено в предание.

**Св.Троица и Св. Дух** е църковният празник на Каменица. През първия ден се украсява църковния храм, изпълнява се трикратна обиколка на храма с хоро и песен, отслужва се литургия. На следващият ден - Св. Дух, е празникът на селото, сега квартал на Велинград. В средата на XX век са се правили курбани, общи трапези и веселие.

**Тодоровден** – тачен празник от християнската и ромска общност. Свързан е с конете. През последните години се организират т.нар. кушии на поляните в местността Гергевана.

**Рамазан байрам** е месец на говеене - строг пост, за българите-мюсюлмани. Сеферджи - момчета с тъпани и украсена елха, оповестяват началото на постите. Традицията е запазена в Драгиново, но се разпростира и в други селища от района. Последните три дни се правят халва, баклава и сладкиши, които се раздават на съседни - мюсюлмани и християни (Ракитово, Чепино).

**Курбан байрам** е най-значимия празник в годината на българите-мюсюлмани от Чепинско. В деня преди празника се раздават сладкиши, а след молитвата в джамията се заколва курбана със съответните обредни практики. През втория и третия ден курбана се раздава на мюсюлмани и християни (Велинград, Ракитово, Дорково, Костандово), гостува се на родители, роднини и приятели. Организират се празнични мъжки хора (Чепино).

**Аишурее** празник на българите мюсюлмани, пресъздаден от легенда (Драгиново). Домакинята вари всякакви зърна; част от варивото се раздава, няколко зърна се хвърлят през покрива и в градина за плодородие.

**Гергьовден, Хъдърлез** е един от най-големите и богати на обредност празници в Чепинско. Обредното къпане е променено и съобразено със специфичните условия - жените се къпят рано сутрин преди изгрев в минералните бани. В басейна хвърлят люляк и здравец, пеят гергьовденски песни, черпят се с пита и вино. Наричането на китки е разпространено в Каменица и Чепино. Курбани се правят - в двора на храма Св. Георги - Чепино, Гергевана на вр. Острец, м. Гергьовица при параклис „Св. Георги“ край кв. Каменица. Последното свято място започва да се тачи след просънуването му и намерените при разхопки артефакти . През 30-те на XX в. е изграден параклис „Св. Георги“, който е разрушен и през 90-те години е изграден наново. В Драгиново се правят люлки и врътки, пеят и играят хора край тях, годениците раздават боядисани от тях яйца на момковата страна. Коленето на гергьовско агне следва общата традиция. Празникът се отбелязва с особена тежест в календара на

всички религиозни и етнически общности в Чепинско - християни и мюсюлмани, българи, армъни(власи), роми.

**Св. Илия, Илинден**(20.VII,2.VIII.) - Отбелязва се на три места в Чепинско - храмов празник в Дорково, прераснал във фолклорен събор през 90-те години на XX век; параклис“ Св. Илия“ на Елин врък край Каменица почитано с курбан след просънуване на мястото през 20-те години на XX век; параклис „Св. Илия“ край Чепино(над Клептуза) с обредни практики за измолване на дъжд.

**Света Петка** (14.X.) Отбелязва се на параклиса “Света Петка” в с.Юндола с курбан. **Димитровден, Касъм** ( 26.X./8.XI.) поставя началото на зимния период на годината. На този ден в миналото хората са се разплащали с овчарите. Сега в Драгиново младежи излизат извън селото, берат здравец, есенни цветя и плодове, играят и се веселят през нощта.

**Никулден** (6.XII.) се отбелязвал от жени на Никульова черква, край Каменица. На параклиса са се запалвали свещи и раздавали пити. Има направено дървено параклисче в непосредствена близост до параклис “Свети Никола”.

**Коледа** (25.XII.) е един от най-тържествените зимни празници в православния календар. Традиционните обичаи - обредния бѣдник, богатите трапези на Бѣднивечер и Коледа, продължават с т.нар. Короконджови дни до кръщаването на водата на Йордановден. За мюсюлманите периода от 6 до 19 януари е съпроводен със забрани и вярвания, свързани с бродещите през този период демонични същества - короконджоли.

## Събори

**Юндола** – традиционен събор на хората от Западните Родопи, провежда се от 60-те години на XX век през последната неделя на месец август.

**Грашево** –провежда се през месец април

## Културен календар

Културният календар на община Велинград е наситен със събития през цялата година.

Акцент в него са традиционните местни празници и обичаи , както и :

- Велинградски празници на културата – първата седмица на месец юли, включва фолклорен фестивал „Хоро при извора“, базар на занаятите, Фестивал на детската песен „Дъга над Клептула“
- Фолклорен фестивали "Пролетно хоро" – съботата преди 22 март
- Програма Великден – включва: ателиета, изложби, базари и конкурси за традиционни писани яйца, „Голямото писане на великденски яйца от чепинския край” на Велика събота
- Празник на картофите, Кулинарен фест



## СПОРТ

### Спортни обекти

**Градски стадион** - разположен на площ от 28276 м<sup>2</sup>. Разполага със съблекални и други обслужващи помещения.

**Спорна зала към градски стадион** – попада в терена на стадиона. Представлява масивна двуетажна сграда, включваща тренировъчни зали и съблекалня. Капацитет е 50 стоящи места. Залата е в добро състояние;

**Покрит плувен басейн „Антон Митров”** – Спортният обект съществува от 1982 година. Басейнът е с дължина 25 метра с 6 коридора; спортна зала; съблекални; филтърна инсталация за пречистване на минералната вода. Разположен е на площ от 516 м<sup>2</sup>.

**Централен минерален плаж „Йосиф Шнитер”** – Първият минерален басейн с олимпийски размери в България е построен през 1937 г. Площта е 1273 кв.м. (50 м дължина, 8 коридора), за извършване на спортна и състезателна дейност; малък басейн за първоначално обучение с размери 33/11 м.

**Ски писти** – сертифицирани са три ски писти - в м. Юндола, м.Старина, м. Куртово

**Тенис кортове** –база ”Сивек”, функционират кортове на територията на хотелите „Двореца”, „Камена“, „Акватоник“ и др.

**Боулинг зали** – Спа хотел „Селект“, гранд хотел „Велинград“

**Конни бази** - в местностите „Сивек“ и „Старина”

**Картинг писта** в местността „Хмела”

**Велосипеди под наем** – предоставят се от хотелите „Деви“, „Акватоник“, „Здравец“ и др.

**Велоалея** - По дължината на бул. „Съединение” с дължина 1,5км.

**АТВ под наем** - хотелите „Рич“, „Арте”

### Училищна спортна база

Част от спортните обекти се намират на територията на учебни заведения – спортни площадки и спортни зали/физкултурни салони. Те са с тясно предназначение за ученически спорт и са включени в групата на **училищната спортна база**. Общата площ на тази база на територията на общината е 17 230 м<sup>2</sup>

С най-голяма площ са спортните площадки и отделни игрища в ОУ „Христо Ботев“ в гр. Велинград (4400 м<sup>2</sup>), ОУ „Неофит Рилски“ – Велинград (3035 м<sup>2</sup>), а с най – малка – ПГД „Иван Вазов“ – Велинград (152 м<sup>2</sup>) и ОУ „Васил Левски“ – с. Грашево (200 м<sup>2</sup>).

С най-новата спортна многофункционална зала разполага НППГС „Хр. Ботев”



## Спортни клубове

В регистъра на спортните клубове към края на 2020 г са вписани общо 11 велинградски клуба. Регистърът се поддържа от Министерството на младежта и спорта. От тях 4 клуба са по плуване - **ПК „Чепинец“**, **ПК „Белмекен“**, **ПК „Делфините“** и **ПК „Велинград – мастерс“**, един клуб на спортни танци- **КСТ „Импулс Велинград 2002“**. По ски спортове е учреден **СК „Атлас“**, по футбол – **ФК „Чепинец“**, по волейбол **„Велинградволей“**, както и по един клуб **„Бойни изкуства“**, по пожароприложен спорт и тенис.

## Спортен календар

В края на всяка година ОбС-Велинград одобрява „Спортен календар“. В него се включват вече станалите традиционни спортни мероприятия като състезанията за купите „Велинград“ и „Велинград – Сивен“ по ролкови ски, състезанията по ски за ветерани, ежегодната градска ученическа щафета, купа по спортни танци „Велинград денс енд спа“, националния работнически тенис турнир „Велинград и приятели“, както и „Седмичата на спорта и предизвикателството“, залагаща на популяризирането на различните видове спорт.

Особено активни са Офроуд-клуб „Велинград и приятели 4х4“, които наложиха през последните 3 години Велинград като добра дестинация за събори на любителите на високопроходими автомобили от страната и чужбина.



**ТУРИСТИЧЕСКА ИНФРАСТРУКТУРА**

**Места за настаняване**

Туристическата база на територията на община Велинград е разнообразна. Налични са както 4-5-звездни хотели за най-високия клас туристи, така и къщи за гости и хижи, за хората предпочитали домашния уют. Според нормативните документи обектите се категоризират от Министерство на туризма /клас А/ и от община Велинград /клас Б/. По-голямата част от местата за настаняване се намират във Велинград, но има база и в с. Юндола, с. Драгиново и в с. Кръстава.

От 2015 г. броя на категоризираните обекти непрекъснато расте.

**Табл. 1 Места за настаняване – по години, леглова база и звезди**

| Годи<br>на | ЗВЕЗДИ/ ЕДЕЛВАЙСА/БРОЙ МЕСТА ЗА НАСТАНЯВАНЕ/ЛЕГЛОВА<br>БАЗА |                     |                |                     |                   |                     |                   |                     |                          |                     |                |                     | Общ брой<br>по години |                     |
|------------|-------------------------------------------------------------|---------------------|----------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|---------------------|--------------------------|---------------------|----------------|---------------------|-----------------------|---------------------|
|            | 5*                                                          |                     | 4*             |                     | 3*                |                     | 2*                |                     | 1* и<br>регистрира<br>ни |                     | 2<br>еделвайса |                     | М<br>Н                | Легло<br>ва<br>база |
|            | Бро<br>й<br>МН                                              | Легло<br>ва<br>база | Бро<br>й<br>МН | Легло<br>ва<br>база | Бро<br>й<br>МН    | Легло<br>ва<br>база | Бро<br>й<br>МН    | Легло<br>ва<br>база | Бро<br>й<br>МН           | Легло<br>ва<br>база | Бро<br>й<br>МН | Легл<br>ова<br>база |                       |                     |
| 2015       | 4                                                           | 497                 | 7              | 767                 | няма<br>данн<br>и | няма<br>данни       | няма<br>данн<br>и | няма<br>данни       | няма<br>данн<br>и        | няма<br>данни       |                |                     | 91                    | 4 432               |
| 2016       | 5                                                           | 759                 | 12             | 1501                | няма<br>данн<br>и | няма<br>данни       | няма<br>данн<br>и | няма<br>данни       | няма<br>данн<br>и        | няма<br>данни       |                |                     | 104                   | 4 902               |
| 2017       | 6                                                           | 1011                | 12             | 1501                | 24                | 1 144               | 17                | 672                 | 65                       | 993                 |                |                     | 124                   | 5 445               |
| 2018       | 7                                                           | 1 111               | 15             | 1 810               | 19                | 1 018               | 21                | 600                 | 72                       | 1 017               |                |                     | 134                   | 5 556               |
| 2019       | 7                                                           | 1 111               | 16             | 1 838               | 55                | 1 065               | 28                | 683                 | 108                      | 1 131               |                |                     | 214                   | 5 828               |
| 2020       | 7                                                           | 1 105               | 15             | 1 807               | 56                | 1 041               | 22                | 749                 | 130                      | 1 377               | 1              | 18                  | 231                   | 6 097               |

Общият брой на категоризираните места за настаняване към 31.12.2020 г.е 231. Тук влизат и обектите, които от 2020 година подлежат само на регистрация /стаи и апартаменти за гости/. Общата база наброява 6097 легла, които по категории са разпределени така:

**Табл. 2 Категоризирани места за настаняване**

| Категория         | Брой обекти | Брой легла |
|-------------------|-------------|------------|
| 5 звезди          | 7           | 1 105      |
| 4 звезди          | 15          | 1 807      |
| 3 звезди клас „А” | 7           | 755        |
| 3 звезди клас „Б” | 49          | 286        |
| 2 звезди          | 22          | 767        |
| 1 звезда          | 130         | 1377       |
|                   | 231         | 6097       |

От 1 ноември 2019 година функционира и термален къмпинг с 35 паркоместа. Това е една неразработена ниша в национален мащаб и къмпинга се радва на голям интерес, както от страна на българските, така и на чуждестранните любители на къмпингуването.



В община Велинград през 2020 година са посрещнати над 230 000 туристи, което е с 26,94 на сто по-малко от 2019г. Основният дял отново е за българските туристи / 97%/ . От данните за реализираните нощувки става ясно, че има спад с 27 % спрямо 2019 –та.

**Табл. 3. Реализирани нощувки и брой туристи в МН на територията на община Велинград по години**

| Община Велинград | Реализирани нощувки | Общо пренощували лица | българи | чужденци |
|------------------|---------------------|-----------------------|---------|----------|
| За 2020          | 558 019             | 230 359               | 223 756 | 6 603    |
| За 2019          | 746 688             | 315 324               | 293 105 | 22 219   |
| За 2018          | 652 138             | 267 683               | 241 646 | 26 037   |
| за 2017          | 570 780             | 240 905               | 212 859 | 28 046   |
| за 2016          | 464502              | 191530                | 165906  | 25624    |

Националната ЕСТИ отчита, че въпреки ситуацията с К-19, Велинград е един от най-посещаваните курорти през последните месеци на 2020 година в страната.

**Места за хранене и развлечения**

Категоризираните заведения за хранене и развлечения са 233 на брой, като в това число са включени и обекти, прилежащи към местата за настаняване. Общият им капацитет е 15 604 места

**Табл. 4 Категоризирани ЗХР по категории и видове за територията на община Велинград**

| № по ред | Вид ЗХР                       | Звезди |    |    |    |     | Обекти не подлежащи на категоризация по Закона за туризма | Капацитет    |
|----------|-------------------------------|--------|----|----|----|-----|-----------------------------------------------------------|--------------|
|          |                               | 5*     | 4* | 3* | 2* | 1*  |                                                           |              |
| 1.       | Ресторанти                    | 1      | 15 | 12 | 12 | 28  |                                                           | 8604         |
| 2.       | Барове                        | 2      | 24 | 19 | 13 | 8   | 1                                                         | 3487         |
| 3.       | Кафе-сладкарници              |        | 1  |    | 1  | 6   |                                                           | 301          |
| 4.       | Заведения за бързо обслужване |        |    | 1  | 2  | 18  | 2                                                         | 812          |
| 5.       | Питейни заведения             |        |    |    | 3  | 64  |                                                           | 2400         |
|          | <b>ОБЩ БРОЙ: 233</b>          | 3      | 40 | 32 | 31 | 124 | 3                                                         | <b>15604</b> |

## Балнео и спа центрове

Според Националния туристически регистър към края на 2020 година на територията на община Велинград са сертифицирани **19 спа центъра, 4 балнелечебни центъра и 1 уелнес център**, които са обекти прилежащи към хотелските бази.

## Открити басейни и аквапаркове

Освен общинския ЦМП „Йосиф Шнитер“, на територията на Велинград функционира още един частен минерален плаж – „Каферинова“, както и един в с. Драгиново – „Амос“. Изградени са и два аквапарка – „Делфин“ и „Елбрус“

## Минерални бани

На територията на Велинград са изградени и все още действащи шест минерални бани.

**Радонови** – две сгради, едната от които е най-старата действаща минерална баня в България. Надпис над вратата е свидетелствал, че е съградена през 1750 г. от дарител. Температурата в басейна е 42°C.

**Сярна баня** – построена е по проект на италианския архитект Луиджи Герар през 1912 г. При извора водата е 88°C, която за басейна се охлажда до 39°C.

**Кремъчна баня** – построена през 1751 г. от дарителя хаджи Якуб. Водата в басейна е 35-36°C и се охлажда до 63°C

**Кална баня** – Открита е през 1937 г. като дъното на басейна е било върху извора, покрито с лечебна кал. При извора водата е 84°C, а за басейна се охлажда до 38-40°C

**Вельова баня** – Легенда разказва, че бан Вельо е изградил банята, в знак на благодарност, че се е излекувал от тежко заболяване. Температурата на водата е 43°C.

## Туристически атракции

**Родопската теснолинейка** Единствената действаща теснолинейна железопътна линия в България, свързваща долините на Марица и Места. Първата отсечка от гара Саранбей /дн. Септември/ до с. Лъджене е открита на 1 август 1926 г. Линията от Септември до Добринище е строена на шест етапа. Преминава през най-високата гара на Балканите – Аврамово на 1267м, както и през 35 тунела, 359 моста и водостока, 26 гари и спирки, много красиви места, исторически и природни забележителности. През 2020 година списание „Гардиън“ нареди теснолинейката сред 10-те най-предпочитани ж.п. маршрута в Европа.

**Полети с делтапланер** – от 2018 г. жителите и гостите на Велинград могат да се издигнат с моторен делтапланер на височина до 3-4000 метра и да се наслаждават на природата от високо

**Сафари Велинград** – с джипове и професионален гид може да се стигне до всички интересни за туристите места в региона.

**Нимфата на минералната вода** посреща гостите на Велинград. Красивата статуя, дело на скулптура Любомир Добрев, е олицетворение на най-голямото богатство на Велинград – минералните води, а трите дъги свързани над скулптурата символизират обединените през 1948 година три курортни населени места – Чепино, Лъджене и Каменица, дали началото на Велинград.

**„Чашата“** – е още един символ на Велинград, издигнат в центъра на града по повод 40 години от създаването на Велинград. Неин автор е скулптора Стефан Начко

**ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ**

**Брой и динамика на населението**

Човешкият потенциал на общината включва хората, живеещи на територията ѝ. Демографското състояние и характеристиката на населението се анализират и оценяват като ресурс, допринасящ за социално-икономическото и инфраструктурното развитие на общината.

Според броя на населението Велинград попада в категорията на средните общини (с население от 30 до 100 хил. д.). Справка на отдел „Гражданско състояние” в община Велинград дава следните данни към 15 декември 2020г. за броя на населението по населени места

**Табл. 5 Адресно регистрирани по постоянен и настоящ адрес лица в община Велинград, област Пазарджик**

| Населено място   | По постоянен адрес | По настоящ адрес | По постоянен и<br>настоящ адрес в<br>същото населено<br>място |
|------------------|--------------------|------------------|---------------------------------------------------------------|
| град Велинград   | 25 691             | 24 287           | 23 128                                                        |
| с. Абланица      | 367                | 333              | 317                                                           |
| с. Алendarова    | 263                | 249              | 237                                                           |
| с. Биркова       | 387                | 400              | 357                                                           |
| с.Бозьова        | 32                 | 34               | 24                                                            |
| с.Бутрева        | 167                | 177              | 156                                                           |
| с. Враненци      | 168                | 174              | 158                                                           |
| с. Всемирци      | 336                | 314              | 298                                                           |
| с. Горна Биркова | 186                | 170              | 156                                                           |
| с. Горна Дъбева  | 217                | 195              | 189                                                           |
| с. Грашево       | 1234               | 1167             | 1133                                                          |
| с. Долна Дъбева  | 274                | 274              | 261                                                           |
| с. Драгиново     | 5036               | 4883             | 4816                                                          |
| с. Кандьови      | 201                | 182              | 169                                                           |
| с. Кръстава      | 1092               | 1056             | 994                                                           |
| с. Пашови        | 870                | 837              | 780                                                           |
| с. Рохлева       | 428                | 392              | 375                                                           |
| с. Света Петка   | 1547               | 1525             | 1456                                                          |
| с. Цветино       | 142                | 132              | 116                                                           |
| с. Чолакова      | 187                | 197              | 165                                                           |
| с. Юндола        | 211                | 191              | 171                                                           |
| Общо за общината | 39036              | 37169            | 35456                                                         |

Като се имат предвид данните за 6 години назад е налице изразена тенденция на намаляване на броя на населението, процес характерен за по-голямата част от общините в страната. Определено влияние за намаляващия брой на населението има и неблагоприятното състояние на естественото и на механичното му движение.

Основната констатация от анализа в броя на населението по населени места е, че те са слабо засегнати от процесите на демографско обезлюдяване. В този смисъл се констатира, че населените места в общината са с относително устойчива демографска жизненост. Това е индикатор, че общината разполага с устойчив човешки ресурс.

## **Образователна структура на населението.**

Последните данни за образователната структура на населението са от преброяването на населението и на жилищния фонд през 2011 година. Информацията показва следната образователна структура за населението над 7 годишна възраст, което е с:

- висше образование - 11,2% ;
- средно образование – 37,2%
- основно образование – 33,2%;
- начално и по-ниско образование - 16,1%;
- неграмотни лица - 1,9%.

## **ИНФОРМИРАНОСТ И ДИГИТАЛИЗАЦИЯ**

Дигитализацията гарантира широка достъпност и правилно управление на всички услуги, предлагани на територията на общината. Основните дейности в тази посока трябва да бъдат насочени към достъпното представяне в електронна среда на туристическите, културни, развлекателни обекти. Всички категоризирани туристически обекти за настаняване и за хранене и развлечения могат да бъдат открити по местонахождение и по категория в Националния туристически регистър, който се поддържа от Министерство на туризма. Община Велинград регулярно попълва базата данни в този регистър.

В електронна среда по-голямата част от природните, исторически и архитектурни обекти, както и Културния и Спортния календар за съответната година, могат да бъдат открити в интернет страниците [velingrad.bg](http://velingrad.bg) и [velingrad-bg.com](http://velingrad-bg.com), поддържани съответно от Община Велинград и Сдружение на хотелиери и ресторантьори „Велинград и Западни Родопи”. Особено популярни са и страниците на същите организации в социалните мрежи.

## УПРАВЛЕНИЕ НА ТУРИЗМА В ОБЩИНА ВЕЛИНГРАД

### Административна структура

#### **Консултативен съвет по въпросите на туризма /КСВТ/ в община Велинград**

Орган създаден по разпоредбите на чл. 14 от ЗТ. В него участват представители на общината, бизнеса, културни и образователни институции, НПО със сфера на дейност в областта на туризма. Правилникът му за работа е приет с решение №54 от 25.03.2016 г. на ОбС-Велинград и утвърден със заповед на кмета на община Велинград.

#### **Отдел „Туризм и реклама“**

Администрира дейностите, свързани с категоризацията на тур. обекти, рекламата на дестинацията, разработва стратегическите и годишни документи за развитието на туризма и др.

#### **Постоянна комисия по туризъм, младежта и спорта, опазване на околната среда, земеползване и горско стопанство към ОбС- Велинград**

##### **"Туристически информационен център"**

„ТИЦ“ – Велинград е част от ОП „СИП и ТИЦ“. През 2018 г. е сертифициран от МТ със Сертификат № 10 и е част от мрежата на туристическите информационни центрове в страната. Освен информация за туристическите услуги на територията на общината, предлага и постоянна изложба на местни занаятчии, сувенири, и възможност за демонстрации или усвояване на техники и занаяти.

### Нормативни документи

#### **ПИРО 2021-2027**

В Плана за интегрирано развитие на община Велинград 2021-2027 е включен отделен раздел „Програма за развитие на туризма“ по разпоредбите на чл.11 от ЗТ в съответствие с препоръките на МРРБ.

#### **Стратегия за устойчиво развитие на туризма в община Велинград и дестинация Велинград**

Настоящата Стратегия е за период 2021-2027 г., а резултатите от дейностите по Стратегията за предишния период 2016-2020 са видни от отчетите по годишните програми за 2016,2017,2018,2019 и 2020 година.

#### **Годишна програма**

Всяка година по предложение на КСВТ- Велинград, ОбС-Велинград приема на своя сесия през месец януари Годишна програма в съответствие с приоритетите на Стратегията. Отчетът по програмата за предходната година се одобрява по същия ред през февруари.

#### **Членство на община Велинград в туристически организации**

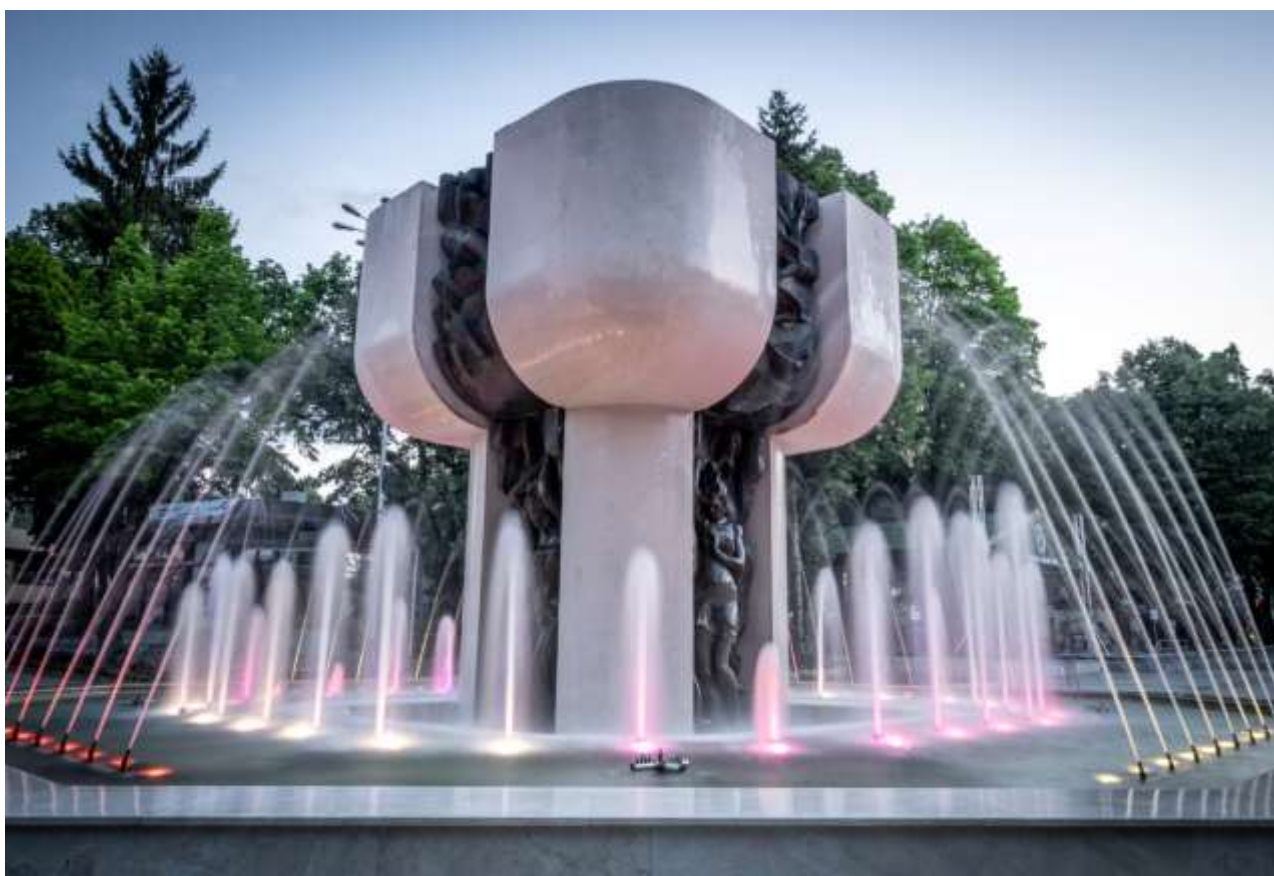
##### **ОУТР "Родопи"**

Със заповед на Министъра на туризма от 15 май 2015 г. България се разделя на 9 туристически района. Целта е формиране на регионални туристически продукти и осъществяване на регионален маркетинг и реклама. Община Велинград бе учредител на първата ОУТР в страната – „Родопи“ през 2017 година. Към настоящия момент са учредени и деветте организации, но все още концепцията, международната реклама, представянето на спецификата на всеки един продукт са само на хартия. Т.е. не са достатъчно добре подкрепени от МТ с финансов и експертен ресурс. Разчита се само на членския внос и

ентузиазма на членовете на организацията – общини, браншови и други неправителствени организации

### **БСБСПА**

Председателят на Българския съюз по балнеология и спа туризъм Сийка Кацарова е зам.-председател на ESPA, чийто член е БСБСПА. Организацията развиват широка дейност в посока популяризиране на здравния туризъм, реклама на дестинацията и актуалната работа с немските здравни каси



## **ВИДОВЕ ТУРИЗЪМ НА ТЕРИТОРИЯТА НА ОБЩИНА ВЕЛИНГРАД**

На територията на община Велинград има ресурси и възможности за развитието на почти всички видове туризъм. Най-общо, според възможностите и степента им на развитие в региона, могат да бъдат разделени в три направления – основен туризъм, приоритетни видове туризъм и такива с потенциал за развитие.

Велинград още от 1950 година е обявен за национален балнеологичен курорт. През 2006 градът е определен за спа столица на България, а през 2008 година в Сараево IHRA връчва приз „Спа столица на Балканите” и оттогава тази титла непрекъснато се надгражда и доказва.

Съчетанието на природни фактори, като надморска височина, минерални води, климат и чист въздух, са предпоставка региона от древни времена да е известен с лечебната си сила. Минералните бани, част от които са изградени още през XVIII век, функционират и днес. Визията за развитието на Велинград като курорт е създадена още през 1937-38 година от назначения на трите курортни села кмет Йосиф Шнитер. Тогава се полагат основите, за да може сега курорта да има такава слава. Не напразно през 1938 година тук е изградено едно първите лечебни заведения за дихателни проблеми, 10 години по-късно тогавашните профсъюзи правят своя балнеолечебна база /днес х. „Двореца”/. Отварят се редица санаториуми, които работят и днес – базите на СБР-НК, военния санаториум и др.

Днес хотелската база е модерна, отговаряща на високите критерии на туристите, дошли да релаксират и да си отпочинат. Спа, балнео и уелнес центровете предлагат най-съвременните терапии. Именно за това спа и балнеотуризма са основен фактор в изграждането на туризма в региона въобще.

Приоритетно, предвид ресурсите и степента на развитие, трябва да се развива планинския туризъм и в подкрепа на това има безспорен факт - на територията на община Велинград се намира още един национален курорт – планинския климатичен Юндола, който е обявен през 1956 г. Има добра база – настанителна, ски писти, планински маршрути. Културният, събитийният/фестивален и бизнес туризъм също трябва да се развиват с приоритет.

Не достатъчно добре представени, но с голям потенциал в бъдеще са кулинарния, еко, приключенски, селски, спортен туризъм, както и този, свързан с лов, риболов и наблюдение на диви животни.



## Здравен/балнео, спа и уелнес/ туризъм

България е втората в Европа страна по богатство на минерални извори, а около Велинград са концентрирани на малка площ четири геотермални находища с различен физикохимичен състав и съответно широкообхватно влияние върху човешкото здраве. Температурата от над 70-те водоизточника закономерно се покачва от юг на север и варира от 27 до 98°C. Най-гореща е водата в изворите край с. Драгиново, които по температура отстъпват само на водите в Сапарева баня.

Минералните води на Велинград покриват почти напълно гамата на заболявания, влияещи се от водолечение. Основно подпомагат възстановяването на опорно-двигателния апарат, периферна нервна система, кожни, стомашни, бъбречни заболявания, урологични и гинекологични. Добро влияние оказват и върху дихателната система чрез инхалации. Открити следи от древноримски терми, минерални водопроводи и бани доказват, че лечебната сила на велинградските води е позната от дълбока древност.

Инвеститорският интерес към спа туризма е голям и освен реновираните бази са изградени и много нови хотелски балнео и спа комплекси. Във Велинград функционират две многопрофилни болници, два медицински центъра, един ДКЦ, две специализирани болници – за рехабилитация и за пневмо-фтизиатрични заболявания.

Наличната медицинска база, както и балнеоцентровете, разчитат на добри специалисти в съответните области. По отношение на рехабилитаторите и работещите в спа –сектора покритието от кадри също е добро.

Като цяло – както в страната, така и в Европа, тенденцията за увеличаване на дела на възрастното население се запазва. Това води и до ръст на потреблението на здравни услуги. Както чужденците, така и българите, за почивката си търсят уютни хотели с добре оборудвани медицински и спа-центрове. Здравният туризъм може да се окаже печеливш, както за лечебните заведения и за специалистите им, така и за хотелиерите, предлагащи този вид услуги.

Министерството на туризма през 2017 година разработи, съвместно с представители на браншови организации и общини, седем балнео и спа дестинации, които се популяризират чрез сайта на институцията и с нарочни кампании. Велинград е част от „Родопска балнео и спа дестинация” с маркетингово име „Дълголетие в планината на Орфей”, заедно с Белово, Варвара, Нареченски минерални бани, Девин, Михалково и др.

Всяка година в страната пристигат хиляди европейци, но малка част от тях организират почивката си с цел лечение или рехабилитация.

През 2021-ва година се очаква да пристигнат първите туристи, изпратени от Германските здравно-осигурителни каси. Тази стъпка бе направена благодарение на БСБСПА и част от велинградските хотели ще очакват германските туристи, благодарение на членството си в Съюза.

## Планински и ски туризъм

30% от територията на България е заета от планини, които са с най-голямата надморска височина в югоизточна Европа. Община Велинград изцяло е разположена в рамките на Западните Родопи, а през планината преминава европейският туристически маршрут **Е-8 „Рила-Родопи“**. Едно от селищата – Юндола - е обявено за национален климатичен планински курорт още през 1956 година. Има добра настанителна база. Изградени са три сертифицирани ски писти с влека в района на Юндола, местностите Старина и Куртово. Гостите на Велинград ги предпочитат през зимата за разнообразяване на престоя, тъй като са на не повече от 30 минути път с автомобил. Добре запазената и чиста природа в планините също привличат туристите

## Културен туризъм

България е една от най-древните страни в Европа, запазила до днес първоначалното си име. А Родопите е древната планина, в която са оставили своите следи траки, римляни, византийци и прабългари. Това е и туристическия сегмент, разполагащ с най-разнообразни ресурси: археологически, архитектурни, етноложки, религиозни обекти, исторически забележителности, както и културни институции като галерии, музеи, читалища, ателиета, събития, показващи богатството на нематериалното културно наследство. Най-общо туристите, предпочитащи културния туризъм може да бъдат групирани според предпочитанията така:

- Посещаващи паметници на културата с историческо значение – крепости, мегалити, ;
- Посещаващи места и събития, свързани с нематериалното наследство - фестивали, дефилета,
- Посещаващи събития на съвременната култура - концерти, фестивали, театър и др.;
- Посещаващи събития, в които творят. Освен да се наслаждават на културата, туристите я създават.

В културния туризъм няма сезонност и има много висока добавена стойност, защото именно той допълва чувството за приятно изживяване на туриста по времена всяка ваканция. Българинът, избрал културния туризъм, е на възраст малко над 35 години, с образование над средното ниво, по-платежоспособен, правещ по-големи разходи на място и прекарващ повече време в избраната дестинация като често отсяда в хотел. Този тип туристи са по-скоро читатели, отколкото гледащи телевизия.

Делът на културния туризъм все повече се увеличава в световен мащаб. Модерната поп култура са мотивация за посещението на една дестинация. Всъщност културният туризъм се явява един от най-популярните видове туризъм, но той се разглежда предимно в частта „културно-познавателен и исторически“.

В Община Велинград има достатъчно голям потенциал за развитие на културния туризъм. Необходимо е да се създадат и предлагат продукти, свързани с него, които могат да станат прекрасно допълнение към традиционните предложения и да създадат поводи за поява на нов туристопоток, както и за удължаване престоя на туристите, вече избрали дестинацията.

## Фестивален и събитиен туризъм

Този тип туризъм обхваща организирането, популяризирането и утвърждаването на музикални, фолклорни, традиционни, културни и спортни събития. Една достатъчно мащабна и ангажираща дейност, докато събитието се утвърди и започне да привлича голям брой гости, които да се увеличават с всяка изминала година. Освен придобиването на представи за фолклора, историята, традициите, занаятите на местното население, събитията оставят у туриста и приятни спомени, преживявания.

Едва 7 % от туристите в Европа пътуват, заради събития, но вторичният пазар за този туризъм е много голям. Както и при културния туризъм, много повече туристи посещават мероприятия, докато са в определена дестинация, отколкото тези, които специално са отишли за дадено събитие. От друга страна наличието на разнообразни фестивали, концерти и пр. са един от поводите туристите да изберат дадена дестинация за почивка. Като пример от популярните спа курорти могат да се посочат Карлови вари и Залцбург. Богатата събитийна програма подкрепя здравния туризъм и така се формира завършен туристически продукт, който е и много търсен.

Сватбеният туризъм също може да се разглежда като събитиен, макар и като събитие от частен характер. Велинград е търсена сватбена дестинация, тъй като високотелните хотели разполагат с красиви градини и добър интериор в ресторантите, където с помощта на агенции се организират добри сватбени тържества. Предлагащото на услугата е обвързано повече с хотела, отколкото с възможностите на дестинацията.

## Кулинарен и винен туризъм

България има ресурс да развива винен и гурметуризъм. Над 150 винарски изби функционират на територията на страната. Те отговарят на съвременните изисквания и са със съвременна модерна инфраструктура. Страната ни е защитила пред ЕС квота от 81 ха лозя. До 2022 година България ще получи за нови лозови насаждения и промотиране на българското вино в страни от ЕС 374 млнл евро. Министерство на туризма разработи 12 винено –културни дестинации и в края на 2019 година. Те се популяризират на международния пазар.

Този сектор е силно развит чрез разработени маршрути на виното в държави като Гърция /6/, Италия /98/, Франция /15/, Чехия, Австрия/17/, Унгария /15/, Португалия /11/, Испания / 16/, Германия/11/. У нас едната от причините е, че виненият и гурме туризъм е запо-опитни като сетивно възприятие и с различен стил на живот потребители, към които не трябва да се подхожда като към масов турист. Този туристически продукт трябва да се налага на микро-ниво, за да се провокира интереса и търсенето на самите туристи. А те са познавачи, ценители и почитатели на виното, търсачи на новото уникално и различно от ежедневно преживяване, колекционери на качествени вина от уникални реколти, потребители на услуги със значително по-високо културно и образователно ниво, ценители на природата, здравословния начин на живот, добрата кухня, изкуство и музика, имат интерес и са любопитни да разберат начина на живот, спецификата и местното кулинарно майсторство, история, фолклор.

Вино и гурме туризмът е сравнително нов сектор във Велинград, въпреки че производството на вино и качествени храни в района е с традиции още от древността. Като ресурсна база могат да се приемат не само десетките ресторанти и изби в района, но и възможността да се използват и провеждат фолклорни фестивали за популяризиране на националната и регионална кухня.

Българският пазар все още не е добре разработен в тази посока. От една страна българите много високо ценят своите вина и поради това, консумацията на вино се увеличава. Все повече българи вече пият вино като ценители, а не само като част от празничните трапези.

Друг много важен потенциален пазар са азиатските дестинации Китай, Сингапур, Япония, където според биологични особености на населението употребата на концентриран алкохол е ограничена, а консумацията на вино се счита за проява на своеобразен аристократизъм и е белег на определен социален статус, достатъчно престижен, за да се стремят към него. Също така не трябва да се забравя, че в Сингапур, Тайланд и пр. алкохолът, в т.ч и виното, са едно доста скъпо удоволствие, сравнение с което цените на българските вина са много атрактивни.

Българската национална кухня със своите вкусови качества, разнообразие и здравословни рецепти е неизчерпаем източник на възможности за привличане на туристи. Кухнята на района около Велинград също има специфични елементи, които са интересни за гостите и се предлагат и търсят в местните заведения. Освен характерните родопски ястия пататник, капама, чомлек в Чепинско се приготвя чекане и боб софенка. Специфичен е и сокът от червени боровинки – кокозе. Сладката от боровинки и горски ягоди с домашно кисело мляко са любим десерт на гостите ни.

Добър пример през последните години е провеждането на Кулинарен фест – Велинград. Основни организатори, освен общината, и Шефс клуб Велинград и Българска асоциация на кулинарните готвачи. Целта на проявата е представяне на традиционни и нови кулинарни техники, както пред гостите, така и пред бъдещите готвачи и сладкари от ПГИТ „Ал. Константинов”

## Еко туризъм

По своята същност екотуризмът е „отговорно пътуване до природни места”, което съхранява околната среда и поддържа благополучието на местните жители. Данните за наличните Защитени зони и територии в община Велинград, както и възможността за наблюдение на животинските видове в естествената им среда, са добра основа. Към момента практически липсва предлагане от страна на дестинацията на продукти от този тип. Има възможности за фотоловни наблюдения на диви животни в естествената им среда на територията на УОГС „Юндола”, но туристически пакети в тази посока не са разработени. Дестинацията разполага с голям ресурс над 133 вида птици и огромно растително разнообразие.

На територията на общината са маркирани вело и пешеходни туристически пътеки с различна дължина и трудност на преминаване. Има направени заслони, беседки, места за пикник. Обикновено пътеките са свързани със защитени местности, природни образувания, исторически места, светилища и др. Маркировката е добре поддържана, има поставени и табели, благодарение на доброволците от сдруженията „Байкария”, „Диви Родопи” , „Алабак”

## Селски туризъм

Селският туризъм е също перспективна ниша в туристическия отрасъл и чрез него населението допълнително се ангажира с алтернативен бизнес. Може да се развива навсякъде, където природната среда не е прекалено урбанизирана. В планинските и полупланински райони се наблюдава уникално съчетание на забележителна природа, климат и автентична селска атмосфера. На територията на община Велинград има 20 села, като по-голямата част от тях са в категорията „малки”. Те са разположени по планинските възвишения и предлагат прекрасни гледки. В близост няма никакви предприятия и основния им поминък е отглеждането на картофи, крави, овце, кози и брането на билки и диворастващи плодове. Всичко това прави селския туризъм търсен, заради автентичната атмосфера на селските къщи.

Основните проблеми са инфраструктурата, липсата на места на настаняване, застаряващото население и липсата на визия за развитие на този тип туризъм в региона.

## Приключенски туризъм

Най-бързо развиващият се сектор в туристическата индустрия, привличащ платежоспособни потребители. В Община Велинград има условия за развитие на приключенчески туризъм, включвайки планинското колоездене, ездата, планински преходи с различна трудност, сафари с джипове, полетите с делтапланер над града и околността.

В община Ракитово е интересен атракционният парк „Бърдоландия”, както и пещерата „Лепеница”, в която се влиза само със специална екипировка и водач.

Най-добре този туризъм се развива в Исландия, Германия, Нова Зеландия, Норвегия и др.

Приключенският туризъм към момента в България се предлага предимно като специализирани индивидуални туристически пакети за малки групи български и чуждестранни туристи. Възможностите трябва да се използват пълноценно, защото освен генериране на допълнителен туристопок към дестинацията, това е един от най-безболезнените начини за решаване на въпросите с обезлюдяването и за създаването на поминък за населението в селата.

## Спортен туризъм

Около 10% от туристите пътуват, за да посетят спортно събитие, да участват в него или да практикуват определен вид спорт. В този смисъл организирането на състезания и първенства по различни видове спорт в региона, са добра основа за развитието на този вид туризъм.

Съобразно спецификата на дестинацията, има още един вид спортен туризъм, породен от уникални дадености на курорта – възможността за подготовка, възстановяване и почивка на български и чуждестранни отбори по различни видове спорт. Към момента има пречки най-вече от гледна точка на материалната база за практикуване на спорт и поради тази причина не са разработени специализирани продукти в тази област.

Наличието на възможност за практикуване на ски-спорт по съществуващите ски-писти дава повод на Община Велинград да включи ски-туризма в обхата на предлаганите от дестинацията туристически услуги. Имайки предвид популярността на този спорт в Европа, рекламата на ски-курорта Банско, провеждане на кръгове от световната и европейска купа по ски в него, териториалната близост до Банско и Боровец, както и възможностите, които дестинацията предлага за почивка и възстановяване, може да се окаже, че през следващите години този вид туризъм ще заеме достойно място в продуктивния туристически микс на дестинация Велинград.

Добра база за развитие има и на велотуризм – маркирани планински веломаршрути с различна трудност, градска велоалея.

### **Лов- риболовен туризъм**

На територията на община Велинград функционират две горски стопанства, които поддържат и дивечово разнообразие, а именно ДЛС "Чепино" и УОГС „Юндола“. На не повече от 40 минути път с автомобил се намират четири големи язовира - "Батак", „Доспат“, Белмекен“, „Беглика“. Тези дадености позволяват на гостите на Велинград да практикуват лов и риболов. По аристократичност и доходи този вид туризъм съперничи на голф-туризма. Подобен тип продукт е в състояние да генерира голям обем доходи, както и да позиционира дестинацията на нов тип пазари. Перспективни пазари са тези на Германия, Франция и Италия, не само защото туристите от там са платежоспособни, но и защото ловът в тези страни е силно ограничен или забранен и са принудени да ловуват в чужбина.

### **Конгресен /конферентен/ бизнес туризъм**

Конгресният /конферентен/ бизнес туризъм е свързан с различни по мащаб и специфика семинари, симпозиуми, конгреси, презентации, обучения и др. Те се организират от международни и национални неправителствени или професионални организации, сдружения, фирми, обществени институции. Във Велинград на този туризъм разчитат, особено извън уикенда, предимно по-люксовите и с голяма база хотели, където са изградени и необходимите за целта по-големи или по-малки конферентни зали / от 20 до над 250 места/ с необходимото оборудване.

Договарянето е с конкретния хотел, без да се предлага цялата гама от възможности на дестинацията, а те вероятно биха увеличили престоя на участниците в мероприятията и след планирането им приключване, според програмата.

## ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТИ

### Според видовете туризъм

Благодарение на съвместните усилия на местната власт и туристически бранш през последните години дестинацията е популярна и се предлага от повечето туроператори в България. В продуктите се акцентира предимно на спа и балнеотуризма, което е логично предвид базата, но това до голяма степен стеснява обхвата на потенциалните туристи. Велинград не е позициониран на пазара и като мястозапланински еко, бизнес, културен туризъм, въпреки даденостите. Всеки хотел предлага свои пакети, в които обикновено се набляга на спа-процедурите. Добре е да бъдат разнообразени с възможностите за планински, културен, еко туризъм, както в района на Велинград така и в съседните общини

### Според времетраенето на посещението

Основното търсене на дестинацията е като почивка през уикенда. Това се дължи на факта, че главният туристопоток е от страната, а българският турист е ориентиран към краткосрочни престои в спа дестинациите. В периодите на ученическите ваканции се отчитат по-дългосрочни посещения. Повече от 3 нощувки заявяват и чуждестранните туристи, които обаче търсят и допълнение към спа-почивката

### Според ценовата категория

Велинград успя да се наложи като скъпа целогодишна дестинация. Безспорен факт е, че се поддържат високи цени в 4-5 звездните хотели и търсенето е постоянно, но основно за уикенд-почивки.

В по-ниския ценови сегмент са посещенията на къщите за гости и семейните хотели, предлагащи среда, близка до семейната с двор и оборудвани барбекю-зони. Основно тези туристи предпочитат летния сезон и се възползват от минералните басейни, разходките в градска и извънградска среда, условията за пикник сред природата и посещенията на исторически и природни забележителности.

### Според целевите пазари

Предвид създалата се ситуация с К-19 целевите пазари могат да бъдат определени по следния начин – „България”, „Балкани”, „Европейски съюз” и „Трети страни”. За чуждестранните туристи основните специфики са свързани с езиковите и визови бариери, отдалечеността и достъпността до дестинацията, информационното обезпечаване и познаване на пазара.

### Български пазар

Това е най-големият сигурен генериращ пазар за дестинация Велинград. Явява се и основен приоритет, защото общите предпочитания на българския турист са добре познати. По-скоро тук акцентът трябва да бъде върху индивидуалните потребности и предпочитания. Българските туристи помогнаха на сектора да се задържи след възникналата в началото на 2020 година световна вирусна пандемия

### Международни пазари

За да се прецени кой от емитентните пазари трябва да бъде приоритет, се изследват редица фактори / традиции в планирането на дадено пътуване, менталитета на общността, любезност, принципи при организиране на пътуването, готовност за екстремни изживявания и др. Основното е желанието за преживяване на нови положителни емоции и запазването на спомени от преживяното. Туристическият бранд „Велинград спа столица на Балканите” има своя природен и исторически потенциал, за да задоволи тези условия и заеме челно място сред водещите спа дестинации в Централна и Източна Европа.

За да бъде устойчиво развитието на всяка туристическа дестинация, трябва да се обърне особено внимание на разпределението на туристите от различните генериращи пазари.

## Резултати от социологическо проучване „Развитие на туризма в община Велинград – актуално състояние и перспективи”

Провеждането на социологическото проучване бе заложено в „Стратегията за устойчиво развитие на туризма в община Велинград и дестинация Велинград 2016-2020г.”. То е проведено в периода 20.08.2017-25.09.2017 г. по метода полустандартизирано интервю „лице в лице”. В него са включени:

- Национално представително проучване сред пълнолетното население до 70 годишна възраст, в което са включени **1150 души**
- Представително проучване сред жителите на община Велинград – с обем на извадката **300 души**.
- Проучване сред посетителите на местата за настаняване – **340 души**

Резултатите от националното проучване водят до важни изводи, свързани с позиционирането на дестинацията, интересът на туристите, профилът на велинградския турист.

Две са основните групи **причини** туристите да изберат спа курорт – за 60 % това са общия релакс и почивката, а за 50% - ползите от минералната вода – общи и за конкретни заболявания. 24,6 на сто от анкетираните ходят веднъж годишно на спа, 10,5 – два пъти, а близо 35 на сто не ходят. Последната група посочва следните причини: недостигът на финансови средства / 43%/, предпочитания към друг вид почивка /22%/, липса на време или необходимост /26 %/.

**Основният определящ фактор** при избор на спа дестинация е изгодната цена /80,8%/. Вероятно за това Велинград е на върха на класацията, защото офертите са с голямо разнообразие и съответно изборът е голям. Следващите по значение са свойствата на минералната вода /58,4%/ и транспортната достъпност /56,8%/ до дестинацията. Сред факторите за избор на дестинация са и възможностите за практикуване на предпочитани дейности. Сред 16 предложени, пет са с резултат на 50 % . 90 на сто от анкетираните залагат на разходки из града с разглеждане на забележителности, 72 на сто предпочитат да опитат традиционна храна, 71,5 на сто посещават интересни обекти в близост до курорта, 59,1 % избират пешеходен туризъм сред природата, а 58,2 % посещават заведения и барове.

Спа почивката е добре планирано действие, за което целенасочено се търси информация. Най-често в специализирани сайтове /73,1%/, от приятели и познати / 68,6%/ или социални мрежи /38%/.

Според данните от анкетите **Велинград е устойчиво утвърден** в съзнанието на потребителите като водещ спа курорт в България със 72,3 %. Останалите най-популярни конкуренти, които посочват анкетираните асоциативно, са Хисаря, Павел баня, Вършец и Сандански. По отношение на оценката „най-добър“ спа курорт картината е следната: 73% посочват Велинград, 48,4% определят Хисаря, Павел баня и Сандански са съответно с по 20% и 19%, а за Баня са 18%.

За **най-посещаван** спа курорт у нас проучването също определя Велинград. Това заявяват посетителите поне веднъж за последните три години – някакъв спа курорт. Най-голям дял имат гостите на Велинград - 49%, на Хисаря са 20 %, а за Сандански, Банско и Девин са по 11 % . Най-предпочитаното време за почивка в спа столицата на Балканите е от април до септември. Отново асоциативно хората заявяват, че свързват Велинград с минералната вода и балнеолечението /74,7 %/, с красивата и величествена природа / 28,6 %/, с чист въздух и здравословен климат /12,5%/ и с Клептуза /11,1%/.

Лицето на велинградския турист изглежда така: българин, живеещ в град, с относително висок доход, на възраст между 30 и 60 години, предпочита да почива с партньор/ка. Интересно е, че изборът за почивка във Велинград се прави от дамата – 55% от анкетираните го заявяват. По-ясно и детайлно профилът на велинградските гости може да се разчете от следващите таблици.

**Табл. 6 Какво ви харесва най-много по време на почивката във Велинград**

Какво Ви хареса най-много по времена почивката във Велинград – спонтанни посочвания, повече от един отговор (посетители)

|                                               | %    |
|-----------------------------------------------|------|
| СПА процедурите                               | 41,5 |
| Спокойствието, тишината                       | 22,5 |
| Красивите места/природата/околностите         | 20,4 |
| Чистият въздух                                | 13,0 |
| Обслужването/отношението на персонала         | 8,8  |
| Условията, обстановката, атмосферата в хотела | 8,5  |
| Всичко ми хареса                              | 6,0  |
| Басейните и баните                            | 5,3  |
| Градът като цяло                              | 4,9  |
| Местните хора, тяхното отношение              | 2,8  |

## Профил на посетители по тип място за настаняване

| ВЪЗРАСТ                                         | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
|-------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------|
| 18-24                                           | 5,9              | 2,4              | 4,9                | 6,7           |
| 25-30                                           | 9,9              | 20,0             | 7,3                | 13,3          |
| 31-40                                           | 23,8             | 14,1             | 17,1               | 22,2          |
| 41-50                                           | 33,7             | 11,8             | 26,8               | -             |
| 51-60                                           | 18,8             | 28,2             | 29,3               | 31,1          |
| 61+                                             | 7,9              | 23,5             | 14,6               | 26,7          |
| СРЕДЕН МЕСЕЧЕН ДОХОД НА ДОМАКИНСТВО             | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Лева                                            | 1626             | 1469             | 1305               | 1163          |
| ТИП НАСЕЛЕНО МЯСТО                              | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Град                                            | 92,1             | 89,4             | 92,7               | 69,6          |
| Село                                            | 7,9              | 10,6             | 7,3                | 30,4          |
| ОБРАЗОВАНИЕ                                     | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Висше                                           | 60,6             | 56,5             | 39,0               | 43,2          |
| (Полувисше)                                     | 9,1              | 10,6             | 2,4                | 2,3           |
| Средно                                          | 28,3             | 30,6             | 53,7               | 54,5          |
| Основно                                         | 2,0              | 2,4              | 4,9                | -             |
| КЪДЕ БИХТЕ ПРЕДПОЧЕЛИ ДА ОТСЕДНЕТЕ              | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Хотел 4/5 звезди                                | 81,2             | 23,5             | 4,9                | 15,2          |
| Хотел 2/3 звезди                                | 11,9             | 65,9             | 12,2               | 8,7           |
| Малък семеен хотел (1 звезда)                   | 2,0              | 8,2              | 75,6               | 23,9          |
| Къща за гости (1 звезда)                        | 5,0              | 2,4              | 7,3                | 52,2          |
| КАКЪВ ТИП ПАКЕТ БИХТЕ ПРЕДПОЧЕЛИ                | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Само нощувка                                    | 2,0              | 2,4              | 22,0               | 47,8          |
| Нощувка със закуска                             | 28,7             | 35,3             | 26,8               | 10,9          |
| Нощувка със закуска и вечеря                    | 27,7             | 24,7             | 24,4               | 26,1          |
| Нощувка със закуска, обяд и вечеря              | 17,8             | 16,5             | 22,0               | 4,3           |
| All inclusive                                   | 23,8             | 21,2             | 4,9                | 10,9          |
| КАК СЕ ИНФОРМИРАТЕ ЗА ТОЗИ ТИП ПОЧИВКИ          | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| В общия поток от информация                     | 24,8             | 21,0             | 17,9               | 52,4          |
| Целенасочено търся информация                   | 73,3             | 72,8             | 76,9               | 40,5          |
| Колебание                                       | 2,0              | 6,2              | 5,1                | 7,1           |
| ПРЕДПОЧИТАНИ ИЗТОЧНИЦИ НА ИНФОРМАЦИЯ            | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Телевизия                                       | 26,7             | 39,2             | 34,1               | 47,8          |
| Радио                                           | 5,0              | 5,9              | 24,4               | 15,2          |
| Фейсбук                                         | 37,6             | 33,3             | 43,9               | 34,8          |
| Специализирани сайтове за почивки и настаняване | 92,1             | 78,4             | 61,0               | 52,2          |
| Информационни брошури на хартия                 | 31,7             | 17,4             | 26,8               | 58,7          |
| Приятели/познати                                | 67,3             | 74,1             | 65,9               | 47,8          |

| КАКВА СУМА ПАРИ ПОХАРЧИХТЕ ОБЩО ЗА ПОЧИВКАТА (средни ст-ти)           | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
|-----------------------------------------------------------------------|------------------|------------------|--------------------|---------------|
| Сума                                                                  | 777              | 773              | 532                | 350           |
| За колко души                                                         | 2,6              | 2,3              | 2,5                | 2,0           |
| За колко дни                                                          | 4,3              | 5,8              | 4,4                | 4,1           |
| СКЛОННИ ЛИ СТЕ ДА РЕАЛИЗИРАТЕ ПОСЕЩЕНИЕ ВЪВ ВЕЛИНГРАД В БЛИЗКО БЪДЕЩЕ | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Да, категорично                                                       | 67,7             | 80,0             | 82,9               | 76,1          |
| Да, при определени условия                                            | 23,2             | 15,3             | 17,1               | 23,9          |
| Не                                                                    | 2,0              | -                | -                  | -             |
| Не мога да преценя към настоящия момент                               | 7,1              | 4,7              | -                  | -             |
| КАКВА СУМА ПАРИ БИХТЕ ПРЕДВИДИЛИ (средни стойности)                   | Хотел 4-5 звезди | Хотел 2-3 звезди | Малък семеен хотел | Къща за гости |
| Сума                                                                  | 750              | 749              | 597                | 447           |
| За колко души                                                         | 2,4              | 2,2              | 2,4                | 2,0           |
| За колко дни                                                          | 4,8              | 5,6              | 4,9                | 6,0           |

**Табл.7 Профил на посетителите на Велинград – по място на настаняване, възраст, доход, образование, информираност**

## СИТУАЦИОНЕН АНАЛИЗ НА ТУРИЗМА В ДЕСТИНАЦИЯ ВЕЛИНГРАД

### **КОНКУРЕНТИ**

#### **Конкурентни дестинации в България**

Основни български конкуренти са спа дестинации като Хисаря, Павел баня, Сандански. Проблемите, както и предлаганите пътища за решаването им, са много сходни, тъй като пазарите са идентични. Отчита се едностранчивост в предлаганите туристически продукти, недостатъчно използване на потенциалните възможности, необходимост от диверсифициране на предлаганите продукти и услуги, както и слабо присъствие на международните пазари. Във връзка с това трябва да се предвиди: подобряване на взаимодействието с местните НПО и бизнес среди, разработване и предлагане на разнообразни продукти, възможности за коопериране със съседни общини или съществуващи брандове по отделни видове туризъм.

#### **Международни конкуренти**

Международните конкуренти на Велинград са много, но тук се разглеждат тези, за които туристът от целевите пазари има възможност да избира по показатели като разстояние, цени, съпътстващи услуги.

Основното, което се забелязва при анализ в утвърдените европейски дестинации за лечебен туризъм като Карлови Вари, Баден Баден и др., е комплексността и разнообразието на предлаганите туристически продукти, както и силната фокусираност на отделния продукт към дестинацията. Това от една страна води до възможността туристът да избере максимално привлекателен за него пакет в съдържателно и ценово отношение, индивидуално или групово пътуване. От друга страна, голямото разнообразие от продукти, несвързани с нощувки, като събития от различен характер, обиколни турове, посещение на забележителности, дават възможност за насищане на програмата по време на престоя, ако туристът пожелае и може да си го позволи икономически.

Забележителна е екипната дейност на държавни и регионални институции, местни бизнес сдружения, културни институти, хотелиери, местни туроператори и представители на сателитните производства в туризма. Съдейки по показателите за посещаемост, извършена е огромна работа по договаряне с потенциални големи клиенти - корпоративни и институционални /здравни фондове, застрахователи и пр./, както и по изготвянето и предлагането на разнообразни туристически продукти за всеки вкус на националния и множество международни пазари. Практиката показва, че това до голяма степен надделява над потенциалните, не особено големи в сравнение с Велинград, ресурси на дестинациите. Именно тук трябва да се търси и използва опита на добре позиционирани дестинации на европейско и световно ниво.

## ПАЗАРИ

### Предлагане на туристически продукти на българския пазар

Трябва да се определят ресурсите и кои от тях отговарят на нуждите на целевите пазари и какви са възможностите на Община Велинград и туристическата индустрия, за да превърнат тези ресурси в активи при създаването на конкурентноспособен туристически продукт. Акцентът трябва да бъде върху съществуващите дадености, които са на лице към дадения момент. Оценява се степента, в която те могат да бъдат превърнати в активи за устойчиво развитие на туризма.

От изследванията сред туроператорите, както и по данни на НСИ, само 2.7% от българите ползват туристическа агенция или туроператор за организация на самостоятелните си пътувания в България. Българите сами закупуват туристическите продукти. 34% от тях черпят информация от интернет, но малка част закупуват туристически продукти и услуги през мрежата. Това от една страна се дължи на ниското доверие към електронната търговия, а от друга - най-ниската в Европа използваемост на интернет за пазар на туристически пакети. В България широко се използват смартфоните, чрез които много бързо може да си направиш директна резервация, както чрез обаждане, така и он-лайн. Този факт достатъчно красноречиво говори, че Велинград трябва добре да се позиционира в интернет пространството и към 2025 година това позициониране трябва да е приоритетно.

Наложително е създаването и обслужването на индивидуални елитни туристически продукти за българи, включващи не само нощувки, храна и транспорт, но и различни допълнителни услуги, за да могат туристите да подредят програмата си предварително.

### Международни пазари

След възникването на пандемията К-19 международните пазари трябва да се разглеждат най-общо като вътрешноевропейски и трети страни.

### Европейски пазар

Анализирайки характеристиките на вътрешно европейския пазар, както и при българския пазар: размер, предпочитани видове туризъм, икономически аспекти, организация и закупуване на туристически услуги, трябва да отбележим факта, че възстановяването на вътрешно европейския пазар, ще бъде много по-бързо от възстановяването на туристическият пазар от трети страни. Проучванията показват, че желаната диверсификация може да бъде реализирана само при определени условия:

- Създаване на обща елитна визия на курорта
- Изграждане на подходяща инфраструктура
- Видимо повишаване качеството на предлаганите услуги
- Профилна специализация на дестинацията, поради съществуващата висока конкуренция
- Тясно партньорство с европейски организации за управление на дестинации
- Ясна и целенасочена рекламно-информационна кампания към точно определени групи от населението на вътрешно европейския пазар.

## **Пазар „Трети страни”**

Туристическият пазар „Трети страни”, се очаква да се възстановява доста по-продължително. За да се постигне успех в него, трябва да се използва целият наличен държавно-политически потенциал на Република България. Да се развиват културно икономическите междудържавни връзки, да се популяризира като цяло дестинация България, не само като море и планина, но и като целогодишна дестинация. Да се използват всички възможности за популяризиране на България. Без ясно разписана стратегия и план за действие, без подробно знание за менталитета и навиците на туристите от даден пазар, няма да се получи очаквания добър резултат.

## **Заклучения за туристическите пазари на дестинация Велинград**

В процентно изражение приемането на над 20-30 % туристи от един генериращ пазар винаги е потенциална заплаха за устойчивото развитие на дестинацията. За целта е задължително да се направят обстойни изследвания на всеки генериращ пазар и да се предприемат адекватни мерки по неговото разработване. Препоръчително е да се наблегне на разработването на вътрешно европейски емитентни пазари, на които дестинацията или е слабо представена или изобщо не е – „Западна Европа”, „Балкани”, „Русия”. Да стартира детайлно проучване на менталитет, нрави, очаквания, транспортни връзки, религиозни и национални особености за разработването на пазар „Трети страни”.

## **Приоритетно предлагане на видовете туризъм по пазари**

Всеки вид туризъм има своите приоритетни пазари заради характеристиката на туристите от съответните страни. От друга страна е много важно да се определят приоритетните пазари за позиционирането на Община Велинград като туристическа дестинация. Създаването на рекламno-комуникационни стратегии, специфични за този пазар, изготвянето на рекламни материали за него, следване на специализиран подход към каналите за дистрибуция на туристическия продукт и много други действия целят постигане на максимален ефект от маркетинговите усилия.

## **Туристически продукт**

Силно развит, но еднообразен туристически продукт за здравния туризъм - основно спа и балнеоуслуги. Недостатъчно добре развит и недобре позициониран за останалите видове туризъм. Насочен е към индивидуалните посещения, а това е в основата за ниско реализираната принадлежна стойност на продукта и неговата слаба рентабилност. Ресурсите на дестинация Велинград са добри за развитието на няколко обособени видове туризъм от национално значение като културния, бизнес, събитийния, вино и гурме, спортния, еко, селския и приключенчески, лов, риболов, фотолов и наблюдения на птици и животни.

## **Икономически аспекти**

Ниската рентабилност на легловата база, ниската посещаемост на атракциите в дестинацията, както и недобрата инфраструктура за развитие на елитен туризъм водят до ниски дневни разходи на турист в дестинацията, а това съответно е нисък приход от туризъм като цяло. Независимо от безспорно ползотворния ефект на туристическата индустрия за благосъстоянието на населението в общината, може да се направи извод, че неизползваният потенциал на дестинацията е многократно по-голям от достигнатите резултати.

### **Информационно обезпечаване, реклама и маркетинг**

Информираността за възможностите за туризъм във Велинград сред българските и чуждестранните граждани е едностранна. Това води до значително неизползване на туристическите ресурси на дестинацията. Цялостното развитие на туризма в дестинационния регион може да се характеризира като прогресивно и динамично, но с огромен бъдещ потенциал, който трябва да се използва максимално. Велинград трябва да се разглежда като развиващ се туристически пазар, което само по себе си е положителна тенденция.

## **ЧОВЕШКИ РЕСУРСИ В ТУРИЗМА**

### **Общо състояние**

Основен проблем на туристическия бранш в България през последните години е липсата на кадри. От една страна като брой лица в хотелиерството и ресторантьорството и от друга страна като качество и подготовка за квалифицирана работа. Веднъж нает този персонал трудно се задържа, предвид конкуренцията на по-високоплатените аналогични позиции в съседни на България държави. Усилията трябва да бъдат насочени в две посоки – обучение на кадрите и тяхното задържане.

Общото състояние на човешките ресурси в туризма може да се отчете като задоволително, въпреки съществуващите проблеми с недостига на кадри с подходяща квалификация /напр. лекари с нужната специалност, среден медицински персонал за развитие на балнеологията, изпълнителски персонал във високозвездните хотели /сериозно разминаване между нуждите на бизнеса и знанията, които средните и висши учебни заведения дават на ученици и студенти. Прибавяйки и проблемите с икономическата заинтересованост на работещите в сферата на туризма, демографските фактори и др. може да се направи изводът, че човешките ресурси са важен и всеобщо използван актив на общината в сферата на туризма.

Обучението и периодичните тренинги на работещите в бранша са ключов елемент за постигане на една от важните цели – Велинград да бъде елитна европейска спа дестинация. Това гарантира и устойчивостта на туристическия продукт.

Важно е да се отбележи, че за разлика от морските и ски курорти в България, във Велинград туризмът няма сезонен характер и поради това заетостта на кадрите е целогодишна. Трудно се задържат, особено работещите в по-ниските нива, заради заплащането. Повишаването на квалификацията, езиковото обучение и други нефинансови стимули могат да помогнат за задържането на кадрите в туристическия бранш.

Проучване по проект „Трансфер на иновации в туризма” идентифицира проблеми, свързани с развитието на човешките ресурси на фирмено ниво. Те са формулирани така:

- Липса на фирмени стратегии за развитие на човешките ресурси
- Недостатъчни инвестиции в персонал
- Недостатъчно обучения – езикови и нови технологии
- Липса на партньорства за обмен на кадри

Проблем на туризма е липсата на точна оценка за потребностите на работодателите от работна сила с определени качества и умения. Необходима е последователна държавна политика за развитието на човешките ресурси и укрепване на връзките между образователните институции и бизнеса.

## **Образование**

Поради липса на конкретни изследвания, може да се каже, че образованието на работещите в сферата на хотелиерството и ресторантьорството не се различава от средностатистическото за общината. Най-големият дял е на лицата със средно образование – около 37,2, следвани от тези с основно – 33,2 % и с висше образование /11,2% /.

Мениджърските длъжности в хотелиерството се заемат от лица с висше образование, докато тези на обслужващите длъжности – от такива със средно и по-ниско. В ресторантьорството съотношението висше / средно и средно-специално е по-ниско. На местно ниво една образователна институция предлага обучение в сферата на туризма.

### **ПГИТ „Алеко Константинов”.**

Добра подготовка на ниво средно образование предлага ПГИТ „Алеко Константинов”. Специалностите са силно насочени към туризма „Бизнес-администрация”, „Организация и обслужване в хотелиерството”, „Производство на кулинарни изделия и напитки”, „Кетъринг-дуална система”. „Организация на туризма в свободното време”, „Икономика и туризъм”, „Изпълнител на термални процедури”. Образователният процес е структуриран в посока дуално обучение с практическа насоченост. Много от хотелите предлагат стажантски програми, в които са включени и възпитаниците на гимназията.

### **Владеене на чужди езици**

Английският език е най-разпространен, както в хотелиерството и ресторантьорството, така и в туроператорските и туристически агенции. В първите два сектора ползване на ниво обслужване на други езици като немски, руски и гръцки е по-ограничено.

В управленския персонал нивото на владеене е добро, но има големи пропуски в масовото използване на чуждите езици и технологиите сред средното и ниско ниво на служителите в хотелиерството и ресторантьорството.

### **Обучение в направление „Туризм”**

Човешките ресурси са на нивото на развитие, каквото е в страната - липсват висококвалифицирани, модернообучени специалисти при създаването и обслужването на туристически продукти и услуги.

## SWOT АНАЛИЗ

### Силни страни

### Слаби страни

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1.Разнообразие от уникални природни ресурси - климат, въздух, ландшафт.</p> <p>2.Разнообразие на минералните лечебни води</p> <p>3. Голям брой защитени местности, зони и видове</p> <p>4.Добра антропогенна среда със съхранено културно-историческо наследство, фолклорна идентичност, традиционно земеделие</p> <p>5. Добра и добре поддържана мрежа от туристически и велопътеки</p>                                                                                                                                                             | <p>1.Действащ концесионен договор за рудодобив в района на Грънчарица</p> <p>2.Състоянието на обща инфраструктура в региона / наземна и подземна/</p> <p>3.Еднообразие на туристическия продукт на регионално ниво. Основният акцент е спа и балнеотуризма</p> <p>4.Недобра езикова подготовка на обслужващия персонал</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <p>6.Добри транспортни връзки с еврокоридори 8 и 4 и близост до летищата в София и Пловдив</p> <p>7.Добре развита транспортна инфраструктура в града</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>5. Недостатъчна агресивност на международните пазари</p> <p>6. Недостатъчна ориентираност към платежоспособните световни пазари</p> <p>7. Неефективно използване на водата, като една от основните причини за привличане на туристи в региона</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <p>8. Добро партньорство между местната власт и професионалните и браншови туристически сдружения</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>8. Липса на кадри с профил „Туризм“</p> <p>9. Дефицити в нормативната база, уреждаща развитието на туризма</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <p>9. Положителен образ и лоялност към дестинацията. Наличие на опит и традиции за обслужване на туристи.</p> <p>10. Ангажираност на ОбщинаВелинград за създаване на условия за развитие на туризма –изведен е като първостепенен приоритет в стратегически документи.</p> <p>11. Туристическа инфраструктура на европейско ниво – места за настаняване, места за хранене и развлечение, спа и балнеоцентрове</p> <p>12. Добра средногодишна заетост на местата за настаняване</p> <p>13. Добри практики и иновативни методи на обучение на кадрите</p> | <p>10. Липса на национална политика за управлението и устойчивостта на туризма като сектор</p> <p>11. Недостатъчно ефективна система за контрол на качеството в сектора</p> <p>12. Неяснота по отношение на развитието на УОТР и регионалния маркетинг</p> <p>13. Разхищаване на вода, енергия и други невъзобновяеми природни ресурси</p> <p>14. Слаб контрол по отношение на нерегламентираното изхвърляне на отпадъци</p> <p>15. Липса на обособени и разработени на съвременно ниво атракционни зони на територията на общината</p> <p>16.Не добра инфраструктура в отдалечените населени места</p> <p>17.Недостатъчно развита инфраструктура за спорт и големи събития</p> <p>18. Липса на МН в малките населени места с потенциал за развитие на селски и екотуризм</p> <p>19. Непълноценно функциониращ ТИЦ</p> |

| <u>Възможности</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | <u>Заплахи</u>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. По-добро позициониране на бранда "Велинград – спа столица на Балканите" в България, Европа и отдалечените пазари</li> <li>2. Максимално натоварване на потенциала на всички съществуващи туристически атракции</li> <li>3. Търсене на инвеститори за разработване на нови атракции</li> <li>4. Подобряване на икономическото благосъстояние на населението</li> <li>5. Укрепване и засилване на връзките между заинтересованите страни при създаването на конкурентни туристически продукти за дестинацията.</li> <li>6. Подобряване на комуникацията със съседни общини с цел повишаване разнообразието на туристическите услуги.</li> <li>7. Стимулиране на междутраслови връзки на територията на община Велинград.</li> <li>8. Намиране на иновативни начини за осъществяване на маркетинговите дейности</li> <li>9. Допълване на предлаганите туристически продукти с нови за сватбен, културен, конгресен, еко, вело- и пешеходен туризъм</li> <li>10. Подобряване на информационната инфраструктура</li> <li>11. Подобряване на базата за развитие на културен, събитиен, спортен и др. видове туризъм</li> <li>12. Развитие на вече осъществените партньорства в сферата на образованието между учебните заведения и браншовите туристически сдружения, както и създаването на нови.</li> <li>13. Повишаване на капацитета на работещите в туристическия бранш.</li> <li>14. Разработване и предлагане на туристически пакети за индивидуален елитен туризъм</li> <li>15. Внедряването на иновативни технологии</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Рязка промяна на външнополитическия и икономически климат – особено по отношение на емитентни за Велинград туристически пазари – Европа, Балкани</li> <li>2. Стихийно развитие на рудодобива /в частност мина „Грънчарица“/</li> <li>3. Липса на интеграция на туризма с другите сектори на местната икономика</li> <li>4. Глобалните климатични промени, замърсяването на въздуха и водите, изсичане на горите, наводненията и свлачищата.</li> <li>5. Намесата на човека при унищожаването на животински и растителни видове, археологични и архитектурни исторически паметници.</li> <li>6. Липса на финансиране за реализацията на заложените мерки</li> <li>7. Недостатъчна подкрепа от страна на държавните органи за реклама на Велинград като туристическа дестинация</li> <li>8. Възникване на нова световна вирусна пандемия</li> <li>9. Промени в поведението и нагласата на лоялните към дестинацията туристи</li> <li>10. Миграцията на добрите кадри</li> </ol> |

## СТРАТЕГИЧЕСКА РАМКА

### **ВИЗИЯ**

**Велинград – добре позната, елитна, целогодишна, туристическа дестинация с ясно разпознаваема идентичност, съхранена култура и природа, заемаща челно място сред водещите спа дестинации в Европа.**

### **МИСИЯ**

Община Велинград развива последователна и целенасочена туристическа политика, базирана на партньорство между публичния сектор, държавните и общинските институции, частния сектор и неправителствените организации. Тази политика и партньорствата генерират работни места, създават широки възможности за развитие на предприемачество, дългосрочни икономически и социални ползи, увеличават приходите от туризъм. Освен това гарантира и висока финансова ефективност и конкурентоспособност на общинската икономика.

### **ЦЕЛИ**

Основната цел на развитието на устойчив туризъм в периода 2021/2027 г. е повишаване на принадлежната стойност на туристическите продукти, предлагани от всички субекти на територията на Община Велинград, както и превръщането на Велинград в елитна дестинация и незаобиколим фактор, както в българския, така и в европейския туризъм, чрез оптимално използване на наличните природни и антропогенни ресурси в съответствие с пазарните изисквания и потребителските очаквания за развитие на туризма, чрез:

- Повишаване на конкурентоспособността на туризма в общината;
- Изграждане и поддържане на необходимата за развитие на туристическата индустрия обща и специализирана инфраструктура;
- Повишаване на качеството на предлаганите услуги в туристическата индустрия и международните и междубраншови комуникации.
- Диверсифициране на туристическите продукти и развитие на устойчив туризъм;
- Опазване на околната среда и развитие на Велинград като зелена дестинация
- Подобряване на междутрасловите връзки и стимулиране на селското стопанство и туристическите инвестиции в икономически изостаналите райони на общината

## **СТРАТЕГИЧЕСКИ ЦЕЛИ**

### **Стратегическа цел 1 : Създаване на благоприятна околна среда за развитие на устойчив туризъм**

#### **1.1 Подцел 1: Опазване на околната среда**

1.1.1 Мярка 1 : Забрана на рудодобива

1.1.2 Мярка 2: Насърчаване на използването на екологични енергоносители и коминни филтри за ФПЧ

#### **1.2 Подцел 2: Опазване на природни и антропогенни ресурси**

1.2.1 Мярка 1 Възстановяване, опазване, експониране и въвеждане на техники и програми за представяне на природата и културното наследство

#### **1.3 Подцел 3: Изграждане и поддържане на инфраструктура, свързана с туризма**

1.3.1 Мярка 1 Подобряване на инфраструктурата

1.3.2 Мярка 2 :Подобряване на условията за сигурност и безопасност

1.3.3 Мярка 3 :Подобряване на достъпността на дестинацията

#### **1.4 Подцел 4 Информационна осигуреност**

1.4.1 Мярка 1 Дигитализация на съществуващите туристически забележителности, пешеходни и веломаршрути

1.4.2 Мярка 2 Създаване на система за събиране, класифициране и анализ на туристическите отзиви

### **Стратегическа цел 2 Създаване на благоприятна бизнес среда за развитие на устойчив туризъм**

#### **Подцел 2.1. Насърчаване на инвестициите в туризма**

2.1.1 Мярка1 Стимулиране на инвестициите в туристическа инфраструктура.

Разписване и въвеждане на ясна система за съгласуване на инвестиционни намерения на територията на дестинация Велинград и включването на КСВТ като част от съгласувателната процедура

2.1.2 Мярка 2 Стимулиране на инвестициите във високотехнологични места за настаняване със зелени зони.

2.1.3 Мярка 3 Административна подкрепа на инвестиции, насочени към опазване на туристическите ресурси с природен и антропогенен характер

#### **Подцел 2.2.Подобряване на качеството на туристическия продукт**

2.2.1 Мярка1.Създаване на система за обмяна на опит с водещи европейски спа дестинации

2.2.2 Мярка 2 Насърчаване на иновациите в туризма

2.2.3 Мярка 3 Развитие на човешките ресурси в туристическия сектор

2.2.4 Мярка 4 Насърчаване на взаимодействието с образователните институции

### **Стратегическа цел 3: Позициониране на Велинград като туристическа дестинация от по-висок клас на вътрешния и международен пазар**

#### **Подцел 3.1 Развитие на туристическите продукти за подобряване на преживяването на туристите в дестинацията**

3.1.1. Мярка 1. Развитие на туристическите атракции в региона

3.1.2. Мярка 2. Популяризиране на събития и атракции

#### **Подцел 3.2 По-добро позициониране и разпознаваемост на дестинацията на българския и международния пазар**

3.2.1 Мярка 1 Създаване на туристическата марка „Велинград“ и налагането и на европейския пазар като елитна целогодишна дестинация с характерна идентичност, запазени културни традиции, съхранена природа и ограничаване на масовия туризъм

3.2.2 Мярка 2 Сертифициране на Велинград като европейска екодестинация

3.2.3 Мярка 3 Въвеждане на международни стандарти, добри европейски практики и внедряване на иновативни продукти за подобряване на туристическото търсене и предлагане

3.2.5 Мярка 4 Привличане на платежоспособни групи туристи

### **Стратегическа цел 4: Стимулиране на специализираните видове туризъм, водещи до по-интензивна натовареност на туристическата инфраструктура**

#### **Подцел 4.1 Стимулиране на приоритетните видове туризъм**

4.1.1 Мярка 1 Разработване на концепция за развитие на културния, планински, събитиен, фестивален и бизнес туризъм

4.1.2 Мярка 2 Внедряване на концепцията

#### **Подцел 4.2 Стимулиране на специализирани видове туризъм с потенциал**

4.2.1 Мярка 1 Разработване на концепция за развитие на спортен, виненокулинарен, селски, приключенски, екотуризм и туризъм за лов/риболов и фотолов

4.2.2 Мярка 2 Внедряване на концепцията

## ИЗПЪЛНЕНИЕ НА СТРАТЕГИЯТА

### Източници на финансиране

**Вътрешни източници:** приходи от туристически данък и други такси, свързани с туризма, отразени в бюджета на общината

**Външни източници:** държавен бюджет, от Министерство на туризма за конкретни мероприятия, Оперативни програми на ЕС, спонсорства на различни събития, дарения и помощи за конкретни каузи

### Публично-частни партньорства

Неформалните партньорств са тези, които съществуват между общината и СХР- ВЗР като цяло и в частност с отделните хотели, ресторанти и фирми, развиващи своя бизнес на територията на общината. Тези партньорства имат голямо значение за подпомагане и за рекламиране на туристическия продукт на дестинацията. Партньорствата с различни медии също са много важни – радио, телевизия и интернет.

### Мониторинг и оценка на дейностите по реализация на стратегията

Систематичното наблюдение по осъществяването на дейностите, свързани с реализацията на Стратегията е от особена важност. Мониторингът ще бъде на всички нива на административна дейност и е необходим, за да се коригират навреме отклоненията от зададените задачи и в същото време да се отчита напредъка по реализацията. Наблюдението оценява основните аспекти на реализираните политики – икономичност, ефикасност и ефективност. За периода на действие на стратегията се предвижда извършването на три оценки

**Предварителна** – преди приемането на документа и служи за база за сравнителен анализ

**Междинна** – през 2024 г. за оценка на извършеното през първата половина от периода на стратегията

**Окончателна** – показва степента на изпълнение на Стратегията и нуждата от актуализация на заложените цели за Стратегията в периода след 2027 г. За целта ще бъде изготвен доклад, който ще бъде представен пред заинтересованите страни.

Във връзка с мониторинга се въвеждат и индикатори /Приложение 2/, които ясно показват развитието във времето на определени параметри, въз основа на първоначалната им база.

### План за изпълнение на Стратегията за устойчиво развитие на туризма в дестинация Велинград 2021-2027 г

Планът за действие е представен в *Приложение 1*, което е неразделна част от Стратегията. В началото на всяка година следва да бъде разработвана подробна Програма за съответната година, а през месец януари на следващата - се представя Отчет за нейното изпълнение.

В *Приложение 2* са зададени индикаторите

## Използвани абривиатури

БВП – Брутен вътрешен продукт  
 БСБСПА – Български съюз по балнеология и спа  
 ВМРО – Вътрешна македоно-одринска революционна организация  
 ДГС – Държавногорскостопанство  
 ДДС – данък добавена стойност  
 ДКЦ – диагностично-консултативен център  
 ДЛС – Държавноловностопанство  
 ДЮВИШ – Детско-юношеска вокално-инструментална школа  
 ЕАД – еднолично акционерно дружество  
 ЕО – Европейскаобщност  
 ЕС – Европейски съюз  
 ЕСТИ – Единна система за туристическа информация  
 ЗЗ – защитена зона  
 ЗКН – Законзакултурнотонаследство  
 ЗМ – защитена местност  
 ЗМСМА – Законзаместнотосамоуправление и местната администрация  
 ЗТ – Закон за туризма  
 ЗХР - заведения за хранене и развлечение  
 ИАОС – Изпълнителна агенция по околна среда  
 ИКТ - Информационни и комуникационни технологии  
 ИМ – Исторически музей  
 КСВТ – Консултативенсъветповъпроситенатуризма  
 КСТ – Клуб по спортни танци  
 МК –министерство на културата  
 МН – места за настаняване  
 МРРБ – министерство на регионалното развитие и благоустройството  
 МС – метеорологична станция  
 МТ – министерство на туризма  
 НПО – Неправителственаорганизация  
 НСИ – Националенстатистическиинститут  
 НПГГС – национална професионална гимназия по горско стопанство  
 НЧ – народно читалище  
 ОА – общинска администрация  
 ОбС – Общински съвет  
 ОНЧ – образцово народно читалище  
 ОПРР – Оперативна програма "Региони в растеж"  
 ОПРЧР – Оперативна програма "Развитие на човешките ресурси"  
 ОУ – основно /обединено училище  
 ОУД – Организациязауправлениенадестинация  
 ОУП – Общ устройствен план  
 ОУТР – Организациязауправлениенатуристическирайон  
 ПАНПТ –представителен ансамбъл за народни песни и танци  
 ПГД – Професионална гимназия по дървообработване  
 ПГИТ – професионална гимназия по икономика и туризъм  
 ПДОМС – представителен духов оркестър с мажоретен състав  
 ПДЮАНПТ – представителен детско-юношески ансамбъл за народни песни и танци  
 ПЗ – природна забележителност

ПК – плувен клуб  
 ПИРО – План за интегрирано развитие на общините  
 ПРСР – Програма за развитие на селските райони  
 ПСОВ – Пречиствателна станция за отпадни води  
 ПСПВ – Пречиствателна станция за питейна вода  
 ПУДООС – Предприятие за управление на дейностите по опазване на околната среда  
 ПЧП -Публично-частно партньорство  
 РИОКОЗ – Регионална инспекция по опазване и контрол на общественото здраве  
 РИОСВ – Регионална инспекция по околната среда и водите  
 РСПБЗН –Районна служба пожарна безопасност и защита на населението  
 СБР-НК – Специализирани болници за рехабилитация –национален комплекс  
 СИП и ТИЦ – спортни имоти и пазари и туристически информационен център  
 СК – спортне/ски клуб  
 СОТ – Световна организация по туризъм  
 СУ – средно училище  
 СХР- ВЗР – Сдружение на хотелиери и ресторантьори „Велинград и Западни Родопи”  
 УОГС – учебно-опитно горско стопанство  
 ФК – футболен клуб  
 ФПЧ – фини прахови частици  
 ХГ – художествена галерия  
 ЦМП – централен минерален плаж  
 ЦПЛР- ОДК – център за подкрепа на личностното развитие – обединен детски комплекс

### ИЗПОЛЗВАНИ ИЗТОЧНИЦИ

„Национална стратегия за устойчиво развитие на туризма в Република България 2014-2030” – Министерство на туризма

„Развитие на туризма в община Велинград – актуално състояние и перспективи” – Andlitical Creative Group

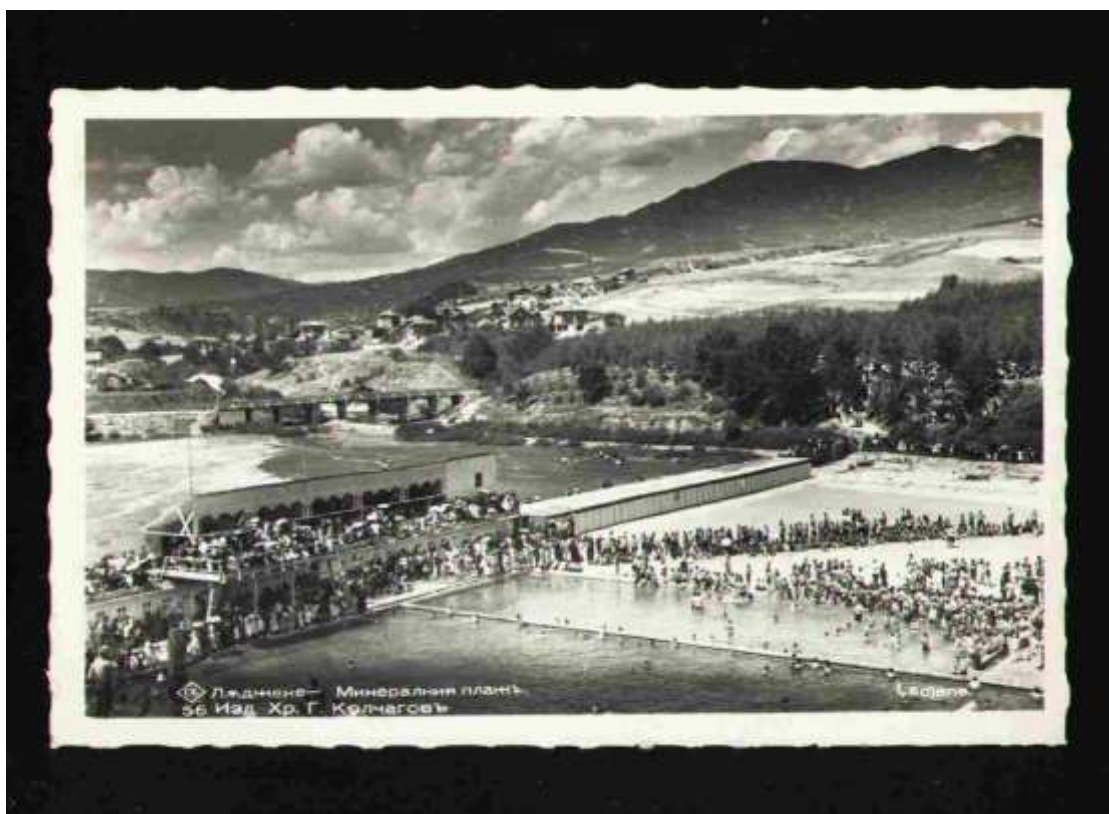
„Годишна програма за национална туристическа реклама - 2021 г., – Министерство на туризма

План за интегрирано развитие на община Велинград 2021-2027

Единна система за туристическа информация

Национален статистически институт

Собствени източници



### ЕКИП

Цвета Спасова – началник на отдел „Туризъм и реклама”

Николай Вучев – член на УС на СХР-ВЗР

Владимир Ников – експерт в областта на туризма