



Interreg - IPA CBC Bulgaria – Serbia Programme  
CCI Number 2014TC16I5CB007

**Interreg - IPA CBC**  
Bulgaria – Serbia



**Project**  
**- The Magic of Synergies -**

Ref. No CB007.2.12.002



**РАЗВИВАНЕ НА СЪВМЕСТНА ПРОГРАМА  
НА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ В  
ТРАНСГРАНИЧНИТЕ ОБЛАСТИ ЕЛИН  
ПЕЛИН И ЛЕСКОВАЦ**

**- Инструментариум за устойчив туризъм -**

Място: Елин Пелин & Лесковац

Дата: 03.06.2021

**ОТКАЗ ОТ ОТГОВОРНОСТ:**

Тази публикация е направена с подкрепата на Европейския съюз, чрез Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg-ИПП България-Сърбия 2014-2020, CCI No 2014TC16I5CB007. Съдържанието на публикацията е отговорност единствено на Община Елин Пелин и по никакъв начин не трябва да се възприема като израз на становището на Европейския съюз или на Управляващия орган на Програмата.



**ОБЩИНА ЕЛИН ПЕЛИН**



**Centar za razvoj Jablaničkog  
i Pčinjskog okruga**



Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg-ИПП България - Сърбия 2014-2020 г.

**Този инструментариум за устойчив туризъм е изготвен по проект “Магията на синергиите“, в изпълнение на договор № СВ007.2.12.002 г., като част от програмата за трансгранично сътрудничество Interreg България-Сърбия.**

**Текстът е изготвен в периода май, 2021 г. - юни, 2021 г.**

**България, София, 2021 г.**

## СЪДЪРЖАНИЕ

I. Въведение.....	4
1. Цел на инструментариума.....	4
2. Целева група.....	5
II. Концепцията за креативен туризъм като своеобразен инструмент за ефективно, отговорно и устойчиво развитие на туризма.....	6
1. Определение за креативен туризъм .....	6
2. Потребителите на креативния туризъм .....	7
3. Ползи.....	7
III. Насоки за ефективно, отговорно и устойчиво управление на трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац .....	9
1. Устойчивото управление на дестинацията и заинтересованите страни .....	9
2. Събиране, съхраняване и оценка на данни.....	12
3. Приложение на индикаторите в процесите на планиране, маркетинг и позициониране .....	18
IV. Основни категории индикатори за развитие на устойчив туризъм в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац и тяхното измерване и оценка .....	20
1. Основни индикатори за управление на дестинацията (вкл. удовлетвореност на посетителите)....	20
2. Основни индикатори за икономическа стойност (вкл. печеливша туристическа индустрия) .....	21
3. Основни индикатори за социално и културно въздействие (вкл. ангажирана общност) .....	22
4. Основни индикатори за въздействие върху околната среда (вкл. защитена околна среда) .....	23
V. Насоки и шаблони за анкети и проучвания.....	25
1. Шаблон за проучване на управлението на дестинацията .....	25
2. Шаблон за проучване на предприятия.....	28
3. Шаблон за проучване на жителите .....	30
4. Шаблон за проучване на посетителите.....	32
VI. Заключение.....	35
VII. Използвана литература .....	37

## **I. Въведение**

Настоящият инструментариум е изготвен по проект “Магията на синергиите“. Водещ партньор по проекта е община Елин Пелин, България. Проектни партньори са Туристическа организация Лесковац, Република Сърбия и Център за развитие – Ябланица, Пчиня окръзи, Република Сърбия.

Сред целите на проекта са:

- Да се създаде синергичен ефект от съвместното влияние на участниците в туризма в областта на свързването на фестивали, разработване на общи политики за развитие на туризма и нови туристически продукти в трансграничния район Елин Пелин и Лесковац;
- Да се проведат маркетингови дейности, насочени към туристическите оператори и доставчиците на туристически услуги за популяризиране на новите съвместни туристически продукти (нови фестивали);
- Да се повиши капацитета на туристическите участници в трансграничния район Елин Пелин и Лесковац за прилагане на модел за устойчиво развитие на туризма чрез споделяне на най-добри практики, опит и „ноу-хау“.

### **1. Цел на инструментариума**

Целта на настоящия инструментариум е да предостави на заинтересованите от развитието на туризма в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац страни най-важните и ефективни инструменти за развитието на устойчив туризъм, както и насоките за тяхното практическо прилагане. Всички представени инструменти, техники, похвати, насоки и препоръки в настоящия документ са специално подбрани и са индивидуализирани спрямо нуждите и туристическия профил на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Инструментариумът за устойчиво развитие на туризма следва да бъде разглеждан като полезен ръчник за ефективното управление на дестинацията от страна на всички заинтересовани страни. В него е обединен професионалният опит на експертите, изготвили инструментариума, предоставяйки практически насочени съвети и насоки за действие, базирани на богата експертиза, както и са включени множество добри практики, идеи, съвети и полезни инструменти от различни ръководства, инструментариуми и документи, свързани с устойчивото развитие на туристическите дестинации. Част от препоръките, насоките и инструментите в разгледаните ръководства и документи се припокриват, което съответно е показател за тяхната значимост за устойчивото развитие на туризма. От друга страна, всяко

ръководство акцентира върху специфични методи и инструменти за работа, като по този начин се допълват по най-добрия възможен начин.

Настоящият инструментариум следва да спомогне за развитието на жизнеспособен и цялостен устойчив туризъм, към които трансграничния район се стреми, и който по своеобразен начин да подпомогне социално-икономическото развитие на местната общност и туристическата индустрия в районите на Елин Пелин и Лесковац.

Специфичните цели на ръководството са:

- Да подпомогне целевата група в управлението на трансграничната дестинация съвместно с различните заинтересовани страни
- Да осигури необходимата теоретична и практическа информация, която да се използва както като наръчник, така и за справка по отношение на развитието на туризма в дестинацията
- Да предостави насоки и стъпки за работа с отделните инструменти
- Да разясни често срещаните въпроси по отношение на развитието на устойчив туризъм
- Да насърчи добрите взаимоотношения между участващите партньори като задава своеобразна пътна карта за успешното и устойчиво развитие на трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац.

## **2. Целева група**

Настоящият инструментариум е насочен основно към екипите и представителите на община Елин Пелин, Туристическата организация на град Лесковац и Центъра за развитие – Ябланица, Пчиня окръзи, Република Сърбия, като партньори по проекта „Магията на синергиите“. Това са основните групи хора, които ще отговарят пряко за устойчивото развитие, управлението и цялостното представяне на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Същевременно инструментариумът съдържа насоки, съвети и инструменти, които могат да бъдат полезни на всички заинтересовани страни в региона, свързани пряко или косвено с туризма, включително на туроператори и туристически агенти, хотели и къщи за гости, неправителствени организации и сдружения, свързани с туризма, транспортни фирми, училища и университети, представители на други сектори, свързани косвено с туризма и др. Освен да се запознаят по-подробно с възможностите, които имат като заинтересовани от устойчивото развитие на дестинацията, те ще могат да обогатят познанията си по отношение на конкретни методи и инструменти, както и да използват инструментариума като наръчник за осъществяването от тях самите дейности.

В по-широк аспект, настоящото ръководство може да бъде източник на полезна информация и за работещите в туристически атракции, центрове, бизнеси, институции и като цяло на представителите на туристическата индустрия в двете държави като цяло, като те следва да имат предвид, че представените съвети и насоки, свързани конкретно с трансграничната дестинация Елин Пелин - Лесковац може да не са релевантни за техните туристически дестинации и не следва да ги прилагат дословно, а по-скоро да ги използват като отправна точка за развитие.

## **II. Концепцията за креативен туризъм като своеобразен инструмент за ефективно, отговорно и устойчиво развитие на туризма**

### **1. Определение за креативен туризъм**

Една от задачите на настоящия инструментариум е да обедини взаимосвързаните подходи на „туристическо планиране, ориентирано към общността“ и „устойчив туризъм“. Затова като своеобразен инструмент за тяхното обединяване се разглежда креативният туризъм като форма на устойчив туризъм, отговаряща на търсенето и очакванията на съвременния турист и същевременно уважаваща и запазваща културата и традициите на общността. Терминът „креативен туризъм“ („творчески туризъм“) е въведен от Greg Richards и Crispin Raymond през 2000 г. Идеята за по-креативни форми на туризъм възниква по време на европейски проект EUROTEx, чиято цел е да стимулира развитието на занаятчийството чрез туризъм. Въпреки че идеята за развиване на креативни (творчески) преживявания сама по себе си не е нова, креативният туризъм бързо се възприема и става по-конкретен чрез разработването на курсове, работилници, конференции и семинари, както и редица публикации по темата.<sup>1</sup>

Креативният туризъм се развива, метафорично казано, като разклонение на културния туризъм, като естествено продължение, дължащо се на промяната в потребностите и желанията на хората да откриват нови неща и преживявания. Той може да помогне за насърчаване на социалното и културното развитие и възхода на местната икономика. Този тип туризъм включва не само входящите, чуждестранни туристи в дадена страна, но и нейното собствено население, обществото, което създава и помага да се запазят традициите и ценностите на дадена дестинация.

Основната идея на различните определения и концепциите за креативен туризъм включват участието на туриста в разнообразни дейности и придобиване на автентичен опит, което е основната цел на креативния туризъм. Той е насочен не само участието на туриста, но и участието на местна общност. За разлика от креативния туризъм, в културния туризъм

---

1 Journal of Tourism Consumption and Practice Volume 4 No.2 2012

общността играе незначителна роля, тъй като се показват само най-красивите културни маршрути и най-популярните места.

А каква е ролята на креативния туризъм в развитието на туристическите дестинации? Всяка туристическа дестинация се опитва да се адаптира към новите изисквания на туристическия пазар и да се открие чрез разработването на иновативни продукти. Много градове и региони започват да търсят нови модели за развитие, привличайки повече внимание към идеята за „креативни индустрии“, включително туризъм.

## **2. Потребителите на креативния туризъм**

Трудно е да се изготви „портрет“ на тези нови туристи, тъй като те искат да бъдат уникални.

- Те могат да бъдат неженени, двойки, семейства, група туристи или самостоятелно пътуващи.
- Те могат сами да планират пътуването си или да потърсят професионални услуги.
- Естеството на техните креативни дейности може да бъде образователно (курсове, работилници), може да е свързано със създаване на нещо (арт работилници, съвместно творчество с местни художници и творци) или да бъде представяне (изпълнение на концерт, актьорско майсторство, изложба).

Какви са **основните характеристики на креативните туристи?**

- Те споделят едни и същи ценности, основани на етични принципи, автентичност, ноу-хау, постоянно обучение, опит и интерес към „направи си сам“ дейности.
- Те искат да усетят местната култура, като участват активно в артистични и творчески дейности.
- Те искат да изживеят преживявания, при които да се чувстват „като местен жител“.
- Те харчат значителна част от бюджета си за тези преживявания и опит.
- Те съчетават различни видове туризъм, по време на едно и също пътуване.
- Те са категорични по отношение на практикувания туризъм: след като са изпитали какво представлява креативният туризъм, вече не искат да пътуват по конвенционален начин.

## **3. Ползи**

Креативният туризъм предоставя двойна полза - материална и нематериална. Материалната или осезаемата полза от креативния туризъм може лесно да се измери като разходи преди, по време и след пътуване, като тези разходи са свързани с пътуването и обектите, които ще бъдат

посетени. Важно е да се отбележи, че както културният, така и креативният туризъм са отрасли на икономиката като другите видове туризъм и по този начин са важна част от БВП на страната.

Извън материалната полза се разграничава нематериалната такава, генерирана от креативния туризъм, т.е. местна идентичност и особеност, социален капитал, опазване на културните ценности, човешко взаимодействие и културен обмен и добавяне на разнообразие към местната култура.

Креативният туризъм носи много ползи във всеки смисъл, помага да се запазят както материални, така и нематериални ценности, запазва наследството, защитава старите традиции, популяризира държава в чужбина и създава нови работни места за жителите, което е особено важно в контекста на днешните събития, в които е включен целият свят. Освен това създава непосредствено сътрудничество между хора от различни националности и формира нов туристически пазар. Всички тези фактори позволяват да се допринесе за подобряване на местната икономика чрез доходи на местните жители, фирмите и общинските бюджети чрез различни данъци и др.<sup>2</sup>

Посочените по-горе ползи от креативния туризъм ясно показват на партньорите по проекта в лицето на община Елин Пелин, Туристическа организация Лесковац и Център за развитие – Ябланица, Пчиня окръзи колко много могат да получат, както на индивидуално ниво, така и като цяло за обществото в своя регион. Освен да спомогне за създаването на по-устойчиви съвместни туристически продукти, креативният туризъм ще популяризира трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац по един много по-вдъхновяващ и запомнящ се начин в сравнение с традиционните форми на туризъм.

За да се привлекат туристи, интересувачи се от креативен туризъм, представителите на община Елин Пелин, Туристическа организация Лесковац и Център за развитие – Ябланица, Пчина окръзи следва да приложат **по-интерактивен подход при представянето на съвместните туристически продукти**, да включат и самите туристи в приготвянето на различните местни специалитети, в представянето на местните култура и традиции и др.

---

2 Prof. Dr. Jurėnienė Virginija. "Tourism - From Empirical Research Towards Practical Application", chapter 7 Interaction between Cultural/Creative Tourism and Tourism/Cultural Heritage Industries; 2016. p. 146



### **III. Насоки за ефективно, отговорно и устойчиво управление на трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац**

#### **1. Устойчивото управление на дестинацията и заинтересованите страни**

Управлението, развитието и маркетингането на една туристическа дестинация е многопластов процес, чиято ефективност е свързана с участието на различни експерти и представители, както на публичния, така и на частния и неправителствения сектор. Успехът в развитието на устойчив туризъм в дестинацията зависи до голяма степен от синергията, която всички тези участници и заинтересовани страни успеят да създадат, тъй като опита, познанията и възможностите на цялото винаги са по-големи и ефективни от усилията на единични хора, организации, институции или бизнеси.

Множество проучвания, както и различни експерти и организации потвърждават, че при устойчивото управление на дестинациите е от изключителна важност да бъдат включени всички заинтересовани страни, за да бъде процесът максимално ефективен за всички, чиято дейност и благополучие са пряко или косвено свързани с развитието на туризма. За да бъдат включени в процеса по устойчиво управление на дестинацията и заинтересованите страни, експертите от Европейската комисия и NALAS (Network of Associations of Local Authorities of South East Europe) препоръчват създаването на работна група от заинтересовани страни, като за целта могат да се изведат следните основни стъпки:

- Определяне на местен координатор
- Идентифициране на основните заинтересовани страни и създаването на работна група
- Разпределяне на роли и отговорности между заинтересованите страни

Дейностите на **местния координатор** обикновено са свързани с координирането, планирането, управлението, маркетинга и промотирането, като може да включва и обучения и стандарти за качество. Неговата роля е изключително важна, тъй като от него се очаква да отговаря за внедряването и развиването на включените инструменти, техники и препоръки по отношение на устойчивото управление на трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац. Местният координатор може да бъде както представител на местните власти, на Министерство на туризма, на бизнеса или неправителствените туристически организации, така и специално нает външен експерт. Местният координатор следва да бъде високо мотивирана и инициативна личност, с управленски опит, която да умее да обединява и

направлява усилията на заинтересованите страни, като същевременно се ползва с доверие сред тях.

**Идентифицирането на основните заинтересовани страни и създаването на работна група** е следващата важна стъпка. Тя следва да бъде извършена преди започването на каквото и да е планиране от страна на местното управление, свързано с развитието на туризма в дестинацията, за да може да се осъществи необходимият анализ на заинтересованите страни, тяхното приоритизиране, подбор и разпределяне съобразно тяхната сила, важност и активност. В туристическата сфера най-често могат да се идентифицират следните групи заинтересовани страни:

- На местно ниво – кмет, градски съвет, местен туристически съвет, местен съвет по устойчиво развитие, регионални съвети, организация за управление на дестинацията, НПО сектор, PR експерти и др.
- На национално ниво – Министерство на туризма, Министерство на регионалното развитие, Министерство на финансите, Министерство на транспорта и съобщенията и др.
- На ниво частен сектор – икономическа/търговска камара, асоциации на туристическите водачи, сдружения на хотелиери и ресторантьори, сдружения на туристически агенции, туристически агенции, медии/средства за масова информация, университети, свързани с туризма, съюз на работодателите и др.
- На международно ниво – международни и европейски организации, свързани с туризма, Европейска комисия, Национални търговски камари, ANCI, CIFCA, асоциации на градове и региони, свързани с историята и изкуството, асоциации на градове със защитени области, организации за устойчиво развитие и др.

Местният координатор ще им нужда от работна група с хора от различни сфери, с различни познания и умения, които могат да участват в набирането на необходимата информация, да изразяват обосновани мнения по отношение на различните политики и може би най-важното – да са мотивирани и отдадени на процеса по устойчиво развитие на дестинацията. В идеалния случай групата трябва да обхваща максимално голяма част от представителите на различните публични, частни и неправителствени институции, организации, асоциации и др., като същевременно броят на членовете ѝ не бива да става твърде голям, за да може взимането на решения в работната група да не се превърне в твърде сложен и тромав процес.

Ако дестинацията вече разполага с подобна работна група или съвет със сходни цели, си заслужава първо да се опита интегрирането на дейностите, свързани с индикаторите за устойчиво туристическо развитие на дестинацията, с останалите дейности на работната

група/съвета. Това може да се случи като се обяснят всички ползи и очаквани резултати, като се обсъдят различните дейности и отговорности и се постигне споразумение по отношение на тяхната същност и разпределение или като се поканят нови членове към вече съществуващата група/съвет.

В случая трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац вече разполага с работна група, чийто дейности към момента са свързани с дейностите по настоящия проект, но тя може да продължи съществуването си и след приключването на проекта, като към целите и дейностите ѝ се включат всички онези задачи, свързани със системата от индикатори, тяхното следене, набирането, обработването и оценката на данни за индикаторите, определянето на приоритетните казуси/проблеми, идентифицирани с помощта на резултатите от индикаторите, изготвянето на план за действие съобразно определените приоритети и т.н.

Най-ефективният метод за включване на всички заинтересовани страни е чрез организирането на уъркшоп, на който да бъдат поканени. По време на това събитие следва да бъде представена системата от индикатори за устойчиво развитие на туризма в дестинацията, за нейните ползи и приложимост. На този уъркшоп местният координатор също следва да представи конкретните индикатори, които са подбрани, за да се обсъди заедно с поканените представители на заинтересованите страни тяхната полза и актуалност, както и възможностите за набиране на информацията, необходима за всеки индикатор. По време на уъркшопа може да се обсъдят и други аспекти, свързани с устойчивото управление на дестинацията, като основната цел следва да бъде осъзнаването и разбирането от страна на заинтересованите страни на цялостния процес по устойчивото управление с помощта на системата, както и постигането на съгласие по най-важните и актуални теми и въпроси.

Третата стъпка според експертите от NALAS е **разпределянето на ролите и отговорностите между заинтересованите страни**. Този етап е пряко свързан с гореописания уъркшоп, тъй като по време на него следва заинтересованите страни да се споразумеят кой за кои дейности и за набирането на информацията за кой/кои индикатори ще отговаря. Също така трябва да се определят времевите интервали за набирането на информацията за различните индикатори, методите за събиране на информацията, както и времевата рамка за набирането ѝ. Така например, община Елин Пелин и туристическата организация Лесковац може да отговарят за индикаторите, свързани с броя туристи, посетители и реализираните нощувки, учебните заведения - за някои индикатори, свързани с нивото на образование и т.н.

## 2. Събиране, съхраняване и оценка на данни

**Събирането на данни** е най-важният, но и най-трудният етап от процеса на оценка. За да събере необходимата информация, дестинацията трябва да включи всички заинтересовани страни, като предостави ясни, разбираеми и ефективни методи за анализ. Част от съответната информация може да бъде събрана от статистическите данни, но за друга е необходимо да се проведат съответните проучвания. Затова е нужно предварително да се подготвят образци на анкети за проучвания на посетителите и на местните жители, каквито са изготвени и включени в V-та част на настоящия инструментариум. Данните, които са необходими по отношение на туристическия бизнес, може да се съберат както посредством анкетни проучвания, така и като се организира уъркшоп, фокус групи или чрез интервюта.

Процесът по събиране на данни се състои от следните стъпки:

- Създаване на профил на дестинацията
- Събиране на статистически данни и информация от публичния сектор
- Събиране на информация за посетителите
- Събиране на информация за местната общност
- Събиране на информация за туристическата индустрия

**Създаването на профил на дестинацията** е основна стъпка, защото предоставя обобщена най-важната информация и данни за дестинацията на заинтересованите страни, за да се гарантира, че всички са запознати с основните аспекти. В профила на дестинацията е необходимо да се включи информация за географията, туристическите удобства, транспортните връзки и броя на посетителите на дестинацията.

Втората стъпка е **събирането на статистически данни и информация от публичния сектор**. Всеки град има свой собствен профил по отношение на сезонността на търсенето, дела на ваканционните домове и дневните посетители в сравнение с постоянно пребиваващото му население, както и за посетителите, пристигащи в дестинацията за бизнес цели. Това търсене трябва да се управлява чрез подходящи комунални услуги и инфраструктура, включително обществени пътища, вода, отпадъчни води и услуги за отпадъци, паркинги, табели, музеи, художествени галерии, спортни съоръжения, туристически центрове, резервати, паркове и други удобства, като същевременно се идентифицират местата, продуктите и услугите, нуждаещи се от развитие.

Актуалната информация за използването на публична инфраструктура от посетителите ще позволи на местната власт да направи по-добри планове за развитието на туризма. Освен това дава възможност за провеждането на информиран дебат относно политиките за налагане на

такси за публична инфраструктура и помага за осигуряването на допълнително финансиране за развитие на инфраструктурата.

За събирането на необходимите статистически данни и информация в V част на настоящия инструментариум е изготвен специален образец на анкета за проучване на дестинацията, с чиято помощ заинтересованите страни в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац ще могат по-лесно, бързо и удобно да набират необходимите данни и съответно да осъществяват проучването.

Посетителите са една от основните заинтересовани страни в дестинацията, като се има предвид, че от една страна те имат пряк интерес от устойчивия туризъм, а от друга страна, именно те са тези, които оказват основното влияние върху дестинацията. Ето защо **събирането на информация за посетителите** е от ключово значение, да се разберат техните очакванията и интереси, както и друга полезна информация. Същевременно тук е важно да се вземат решения, които ограничават негативното и увеличават положителното въздействие от страна на туристите върху дестинацията.

Опознаването на посетителите, техния брой и начина, по който използват инфраструктурата по време на посещението си в дестинацията, е от съществено значение, за да може местното управление и туристическият бизнес да бъдат максимално ефективни в планирането. В тази част ще бъдат предоставени насоки, позволяващи да се провери какво е известно за посетителите в определена област и начини за получаване на данни за настоящия и бъдещия брой посетители. Важно е и да се отбележи, че в случая в понятието „посетители“ се включват както чуждестранните и местни туристи, които пренощува в дестинацията, така и чуждестранните и местни еднокдневни посетители, които не остават да нощуват.

Туристическата индустрия не би съществувала, ако не съществуваха посетителите, така че е от първостепенно значение е да се разберат характеристиките и поведението на туристите, които посещават дестинацията. Това гарантира, че вземащите решения относно развитието и управлението на дестинацията, са достатъчно добре информирани и могат да се справят с различните казуси, които съществуват или могат да възникнат в бъдеще. Освен туристите, които пристигат, за да посетят туристически атракции и да се занимават с различни дейности (например участие във фестивали, посещения на културни обекти, дегустация на вино, плажуване), към посетителите спадат и семействата, които посещават друг град за един ден, за да присъстват на спортно събитие или фестивал, участниците в различни конференции и уъркшопове, както и хората, чиято цел е посещение на приятели и/или роднини.

Успехът на туристическата индустрия е пряко свързан с удовлетвореността на посетителите. Неотговарянето на очакванията на посетителите ще доведе до намаляване на

техния брой и съответно на свързаните с това икономически ползи за дестинацията, туристическата индустрия и местната общност. Поради това местните власти трябва редовно да измерват удовлетвореността на посетителите, особено чрез осъществяване на проучвания, които също биха помогнали да се идентифицират силните и слабите страни на дестинацията спрямо конкурентите ѝ. В V част на настоящия инструментариум е изготвен образец на анкета за проучване на туристите конкретно за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац, която заинтересованите страни могат да използват и да доразвиват в бъдеще, съобразно евентуалните промени в туристическия поток към дестинацията, в предлаганите туристически продукти от страна на дестинацията и др.

Провеждането на проучвания за измерване на удовлетвореността на посетителите е важно, тъй като осигурява ориентирана към клиента основа, върху която да се определят приоритетните дейности, които биха подобрили туристическите продукти на дестинацията. Те могат да предоставят изключително полезна информация за определяне на приоритетни цели и разпределяне на финансирането за подобряване на туристическите продукти и услуги.

Четвъртата стъпка при набирането на данни е **събирането на информация за местната общност**. Като специфичен отрасъл, туризмът често използва същите услуги като местната общност. Така той предопределя високото ниво на интерес и участие от страна на общността, за разлика от други индустрии като селското стопанство, например, които често се извършват извън ползрението на местната общност. Отрицателните въздействия, независимо дали са реални или са само част от субективното възприятие, могат да привлекат значително внимание към туристическата индустрия. Затова управлението на дестинацията трябва да гарантира, че туризмът отговаря както на очакванията на посетителите, така и на очакванията на местната общност.

В настоящия инструментариум са включени както най-подходящите за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац индикатори, свързани с местната общност (IV част), така и образец на анкета за проучване на местната общност (V част, 3 точка).

От една страна, туризмът може да донесе ползи за много от секторите, в които участва пряко местната общност, но от друга страна, той носи и потенциални предизвикателства, с които местната общност може да се наложи да се справя, откривайки и използвайки подходящи стратегии. Процесът по проучване на възгледите и мненията на местната общност относно туризма и неговото влияние може да бъде както времеемък, така и доста скъп, затова и източниците на информация следва да бъдат внимателно подбрани, като сред тях могат да бъдат:

- Избрани представители
- Групи от местни представители - сдружения на местни жители, младежки групи и сдружения и др.
- Групи по интереси - групи за отдых, групи, свързани с околната среда, културата, наследството и др.
- Представители на бизнеса - не само на туристическия бизнес, но и други сектори, които са пряко или косвено свързани с туризма
- Отделни индивиди - хора, които се интересуват от конкретни проблеми, но не принадлежат към дадена организация или сдружение

Броят на необходимите респонденти за проучване на мненията и нагласите на местната общност по отношение на влиянието на туризма се определя главно по статистически причини. Според експертите от NALAS, обикновено е необходимо да има 384 респонденти, за да се постигне стандартна грешка от плюс или минус пет процента във всяка оценка на (голяма) популация. Няма препоръка относно абсолютния размер, смята се, че ако извадката е по-малка, следва да се има предвид по-голяма стандартна грешка/отклонение. За по-малки градове размерът може да бъде намален, като все пак се счита, че е необходима извадка поне от около 200 респонденти, дори и когато става въпрос за по-малък град.

Такъв тип по-обширни проучвания обикновено изискват компютърен анализ на данните, за да се получи по-бързо и достоверно необходимата информация. Малко вероятно е сравненията между различните променливи да бъдат извършени успешно без специфични програми (или техническа поддръжка), като сред най-често използваните и препоръчвани програми са „Excel“, „Access“ и „SPSS“.

Последният етап при набирането на данни е **събирането на информация за туристическата индустрия** или т.нар. „предлагане“ в туризма - настаняване, изхранване, транспорт, туристически атракции и дейности, достъпни за посетителите на дестинацията и др. Събирането на необходимата информация за туристическата индустрия помага да се идентифицират по-добре туристическите продукти, които съществуват в дестинацията, както и всички пропуски и възможности за развитие. И докато частният сектор се явява основен доставчик на туристически продукт, отговорността за цялостното планиране и развитие на туризма в дестинацията е на местната власт. Когато търсенето в най-силните периоди се планира предварително, има възможност да се извлекат максимални ползи за всички участници в туристическия сектор и съответно да се отговори максимално на очакванията на местната общност, а не просто да се отговаря моментно и без предварителна стратегия на пиковите и спадовете в търсенето. За да изпълни тази отговорност, местната власт трябва да е

наясно с нивата на търсене на всички ключови елементи на туристическия продукт, като настаняване, транспорт, изхранване, и да бъде активна, за да гарантира, че предлагането може да съответства на търсенето от страна на туристите.

Една община може да предприеме проактивен подход, за да гарантира, че разполага с туристическите продукти, които да привличат и задържат посетителите, като сред дейностите, които може да осъществи са:

- Периодичен преглед на броя, обхвата и качеството на атракциите за посетителите, за да се направи анализ на т.нар. „пропаст“, свързана с пазарните нужди. Съответно впоследствие трябва да се работи съвместно с туристическата индустрия и инвеститорите, за да се идентифицират възможностите за развитие.
- Осъществяване на специфични проучвания, свързани с хотелиерството и местата за настаняване, така че да се гарантира, че с увеличаване на търсенето от страна на туристите няма да се получава твърде голям недостиг в легловата база и отварянето на нови обекти, като се има предвид, че недостигът на места за настаняване може да бъде сериозна „бариера“ за ефективното и устойчиво развитие на сектора.
- Повишаване на вниманието по отношение на всички туристически продукти, така че да се предприеме един проактивен подход и да се осигури адекватно предлагане на търсенето на различните туристически продукти и услуги от страна на посетителите.

От гледна точка на въздействието върху икономиката, туризмът допринася както за генерирането на доходи, така и за създаването на работни места. Познаването на влиянието на туризма върху икономиката е важно, за да се опознаят ползите, които туризмът може да донесе пряко и косвено на общността и туристическата индустрия като цяло. Тези ползи могат да бъдат оценени както директно чрез преките туристически разходи за стоки и услуги, така и косвено - чрез междувфирмените транзакции в местната икономика. Въпреки това, икономическото въздействие на туризма на общинско ниво е трудно да се определи количествено от съществуващата национална статистика. А именно това въздействие върху местната икономика е най-важно за местната власт и бизнеса, тъй като предоставя информация за случващото се на местно ниво и дава възможност за сравнение с конкурентни дестинации.

В IV част са представени индикаторите, а в V част, 2 точка е представен изготвеният образец на анкета за проучване на туристическата индустрия в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Според Световната туристическа организация индикаторите представляват своеобразни показатели за съществуването или измерването на сериозността на текущи проблеми, сигнализируют за предстоящи проблеми, възможни рискове, както и предупреждават за



потенциална необходимост от действия и мерки от страна на местното управление. Индикаторите също така играят ролята на инструмент за идентифициране и измерване на резултатите от действията на местното управление. Най-общо индикаторите могат да измерват:

- Промени в структурата на туризма в дестинацията и вътрешните за нея фактори;
- Промени във външни фактори, които оказват влияние върху туризма в дестинацията;
- Ефектът, създаден от туризма в дестинацията.

За индикаторите за устойчивост може да се използват както количествени, така и качествени данни и информация. Обикновено един индикатор се избира от редица възможни набори от данни, тъй като предоставя важна информация по ключови въпроси, на които туристическите мениджъри и лицата, свързани с управлението на дестинацията трябва да обърнат внимание. Използването на съответния индикатор може да доведе до предприемане на действия за изпреварване и предотвратяване на нежелано или неустойчиво развитие на туризма в дестинацията.

В контекста на устойчивото развитие на туризма индикаторите се разглеждат като променлива във времето величина, която е важна от стратегическа гледна точка за устойчивостта на дестинацията, нейните активи и в крайна сметка за състоянието и развитието на местната туристическа индустрия.

В IV част на настоящия инструментариум за устойчивото развитие на туризма в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац са включени и представени индикатори, които са базирани на ETIS – Европейската система от показатели в туризма. Разбира се, при желание от страна на заинтересованите страни те могат да обсъдят и приложат допълнително някои от индикаторите, представени от Световната туристическа организация или индикаторите, представени от GSTC – Глобален съвет за устойчив туризъм. Към настоящия момент, с цел да се балансира между достатъчния брой индикатори, за да се покрият различните аспекти на устойчивото развитие на туризма в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац, без същевременно да се прекалява с твърде много на брой индикатори, изискващи време и ресурси, които не биха могли реалистично да се покрият от страна на дестинацията, са подбрани и включени тези индикатори от системата на ETIS, които ще бъдат от най-голяма практическа полза на всички заинтересовани страни в процеса на устойчивото развитие на туризма в Елин Пелин и Лесковац.

Последният етап при събирането, обработването и съхраняването на информацията е **оценката на данните**. След като информацията за индикаторите бъде събрана и представена

от заинтересованите страни, местният координатор може да организира допълнителна среща, по време на която да се анализират и обсъдят резултатите, да се вземат решения за предприемане на действия или да се коригират целите, да се обсъди план как да се действа в бъдеще и др.

Според резултатите от анализа работната група трябва да извърши оценка на всеки индикатор. Те трябва да бъдат проверени и съгласувани. Всеки член на групата може да подготви предложение за подобрения, доколко даден показател може да бъде подобрен за определен период от време. Това трябва да е в съответствие с изготвената стратегията за устойчиво развитие на трансграничната дестинация, както и с планираните други активности и мерки.

След като се определят целите, трябва да се предвидят редица действия за постигането им. Те следва да бъдат обобщени в план за действие, с разписано разпределение на отговорностите, срокове за изпълнение и т.н.. Резултатите от индикаторите могат да се използват и за бенчмаркинг със сходни дестинации в рамките на страната, региона или Европа като цяло.

### **3. Приложение на индикаторите в процесите на планиране, маркетинг и позициониране**

След като работната група изготви план за действие и се обсъди как да разрешат непосредствено възникналите ситуации и приоритети, може да се пристъпи към изготвянето на по-дългосрочна стратегия за подобрене и развитие на дестинацията. Целта трябва да бъде изготвянето на план, който очертава какво и кога се очаква да се постигне, разпределени са отговорностите, определени са сроковете за изпълнение и др. Всеки член на групата трябва да може да се ангажира с някои малки подобрения в собствената си област на работа, които от своя страна ще допринесат за по-големи и значителни промени и подобрения с течение на времето.

Местният координатор на дестинацията може да реши заедно с членовете на работната група кои са приоритетните въпроси за дестинацията и след това да се обединят и да предприемат действия. След като задачите бъдат приоритизирани, тези, които изискват най-спешно внимание, могат да бъдат включени в конкретен план (т.е. кои индикатори и проблеми изискват действие, в какъв ред, кога, как и от кого).

Защо всъщност изобщо е необходимо както краткосрочно, така и по-дългосрочно стратегическо планиране на развитието на дестинацията? Множество са причините и съответно ползите от това стратегическо планиране, като основните сред тях, на които следва да се обърне внимание, са:

- По-добро разбиране на местната туристическа индустрия
- Формулиране на конкретни цели за отделните туристически политики
- По-дългосрочен фокус
- По-прецизно формулиране на ролята на местната власт
- Формулиране на политики, съобразени по-добре с приоритетните местни нужди
- Подпомагане и улесняване на планирането и развитието
- Подобряване на маркетинговите дейности
- Идентифициране на необходимите финансови ресурси и др.

Трябва да се гарантира, че индикаторите и събраните данни подлежат на редовен преглед, като при необходимост може да се включват нови индикатори. Наборът от показатели може да бъде разширен, което помага за създаването на по-пълна картина за дестинацията. Трябва обаче да се обърне надлежно внимание и на въпроса дали може да се получи финансиране за дългосрочната поддръжка на системата и да се покрият разходите за подобрения, събиране на данни и други въпроси, свързани с работата. Също така е полезно да се обсъдят и да се вземе решение относно начините за предаването на резултатите и евентуалните успешни истории и казуси на по-широките групи заинтересовани страни, местната общност и други организации и хора извън дестинацията. Тази информация също така е препоръчително да бъде включена в маркетинговите активности и комуникацията с посетителите. В крайна сметка събраните данни и информация могат да помогнат за създаването на история за дестинацията, която да бъде допълнително интегрирана в маркетинговите и комуникационни планове и ще информира за дългосрочната стратегия и политика.

След това може да се направи проучване за нови целеви групи туристи, които да посетят дестинацията, и различните възможности, по които дестинацията може да бъде представена на потенциалните посетители. По този начин икономическата полза може да бъде максимизирана в резултат на по-добро управление и по-устойчива дестинация.

Маркетинговото планиране трябва да предоставя необходимата информация на потенциалните туристи относно офертите и различните туристически активности, на които ще могат да се насладят по време на престоя си, с цел да ги мотивира да посетят дестинацията. Затова и маркетинговото планиране следва да се разглежда като част от цялостния процес по планиране на туризма. То следва да включва няколко дейности - формулиране на маркетинговите цели, формулиране на маркетингова стратегия и разработване на туристически продукти, подготовка и изпълнение на програмата за позициониране и промотиране и съответно наблюдение на нейното изпълнение.

Маркетинговата стратегия трябва да бъде свързана както с дългосрочните, така и с краткосрочните цели, като тя следва да бъде преглеждана на достатъчно чести времеви интервали, за да е сигурно, че всичко е актуално и се развива според предварително определения план. Маркетинговата стратегия може също да претърпи определени модификации, ако е необходимо, в зависимост от пазарните тенденции и евентуалните промени в развитието на туристическия продукт.

#### **IV. Основни категории индикатори за развитие на устойчив туризъм в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац и тяхното измерване и оценка**

Индикаторите са основен инструмент и своеобразна отправна точка за измерване на нивото на устойчивост на туризма в дестинацията. Първоначално може да се изпита затруднение при набирането на данни за всички показатели. В този случай се препоръчва да се започне с наличните данни и своевременно да се потърсят начини и възможности за събиране на останалите необходими данни в бъдеще.

Индикаторите се разделят на основни, които както се подразбира и от наименованието им, включват най-важните показатели, свързани с устойчивото развитие на туризма, и допълнителните индикатори, които като цяло се смятат за по-подходящи за дестинации, които имат по-усъвършенствани системи за устойчиво развитие, но въпреки всичко са полезни и за дестинации, които тепърва започват да работят по-усилено и фокусирано върху устойчивото развитие на туризма. И основните, и допълнителните индикатори са групирани в 4 категории:

- 1) Индикатори за управление на дестинацията
- 2) Индикатори за икономическа стойност
- 3) Индикатори за социално и културно въздействие
- 4) Индикатори за въздействие върху околната среда

В настоящото ръководство допълнителните индикатори са написани в курсив, за да се разграничават от основните индикатори.

##### **1. Основни индикатори за управление на дестинацията (вкл. удовлетвореност на посетителите)**

По-долу са представени най-подходящите за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац индикатори за управление на дестинацията.

Основни индикатори за управление на дестинацията				
Критерии	Основен индикатор	Мерна единица	Предложена цел	Резултат
1. Обществена политика за устойчив туризъм	1.1. Процент туристически предприятия/учреждения в дестинацията, използващи доброволно сертифициране, свързано с опазване на околната среда/качество/устойчивост и/или корпоративна социална отговорност.	%		
2. Удовлетвореност на посетителите (Клиентска удовлетвореност)	2.1. Процент туристи и посетители от един и същ ден, които са доволни от цялостното си преживяване в дестинацията	%		
	2.2. Процент на повторните/завръщащите се посетители (в рамките на 5 години)	%		

## 2. Основни индикатори за икономическа стойност (вкл. печеливша туристическа индустрия)

По-долу са представени най-подходящите за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац индикатори за икономическа стойност.

Основни индикатори за икономическа стойност				
Критерии	Основен индикатор	Мерна единица	Предложена цел	Резултат
1. Туристически поток (обем и стойност) в рамките на дестинацията	1.1. Брой на туристическите нощувки на месец	Брой нощувки		
	1.2. Брой на посетителите за един и същ ден на месец	Брой посетители		
	1.3. Относителен принос на туризма към икономиката в рамките на дестинацията (% БВП)	%		
	1.4. Дневен разход на турист за нощувка	Лева		
	1.5. Дневен разход на посетител за един и същи ден	Лева		
2. Ефективност на туристическо предприятие	2.1. Средна продължителност на престоя на туристите (нощувки)	Брой нощувки		
	2.2. Заетост на обектите за настаняване на месец и средно за годината	%		

3. Количество и качество на трудовата заетост	3.1. Пряка трудова заетост в туризма като процент от общата трудова заетост в дестинацията	%		
	3.2. <i>Процент на сезонните работни места в туризма</i>	%		
4. Верига на доставки в туризма	4.1. Процент на местно произведени храни, напитки, стоки и услуги, произведени от туристическите предприятия в дестинацията	%		

### 3. Основни индикатори за социално и културно въздействие (вкл. ангажирана общност)

По-долу са представени най-подходящите за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац индикатори за социално и културно въздействие.

Основни индикатори за социално и културно въздействие				
Критерии	Основен индикатор	Мерна единица	Предложена цел	Резултат
1. Общностно / социално въздействие	1.1. Брой на туристите/посетителите на 100 жители	Брой туристи		
	1.2. <i>Процент от жителите, които са удовлетворени от туризма в дестинацията (на месец/сезон)</i>	%		
	1.3. <i>Брой на наличните легла в обекти за настаняване на посетители на 100 жители</i>	Брой легла		
	1.4. <i>Брой на жилищата за отдаване под наем на 100 жилища</i>	Брой жилища		
2. Здраве и сигурност	2.1. Процент туристи, които регистрират жалба в полицията	%		
3. Равенство между половете	3.1. Процент на мъжете и жените, заети в туристическия сектор	%		
	3.2. <i>Процент на туристическите предприятия, в които позицията на генерален мениджър се заема от жена</i>	%		
4. Включване / Достъпност	4.1. Процент стаи в местата за настаняване, достъпни за хора с увреждания	%		
	4.2. <i>Процент места за настаняване, участващи в признати схеми за достъпност</i>	%		
	4.3. <i>Процент от обществения транспорт, достъпен за хора с увреждания и хора със специфични изисквания за достъп</i>	%		

	<i>4.4. Процент на туристическите атракции, които са достъпни за хора с увреждания и/или участват в признати схеми за достъпност</i>	%		
5. Опазване и подобряване на културното наследство, местната идентичност и ресурси	5.1. Процент от жителите, които са доволни от въздействието на туризма върху идентичността на дестинацията	%		
	<i>5.2. Процент на събитията в дестинацията, които са съсредоточени върху традиционната/местна култура и наследство</i>	%		

#### 4. Основни индикатори за въздействие върху околната среда (вкл. защитена околна среда)

По-долу са представени най-подходящите за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац индикатори за въздействие върху околната среда.

Основни индикатори за въздействие върху околната среда				
Критерии	Основен индикатор	Мерна единица	Предложена цел	Резултат
1. Намаляване на въздействието от транспорта	1.1. Процент на туристите и посетителите за един и същи ден, които използват различни видове транспорт, за да пристигнат в дестинацията	%		
	<i>1.2. Процент на туристите и посетителите в един и същ ден, които използват местни/гъвкави услуги за придвижване/обществени транспортни услуги, за да разгледат дестинацията</i>	%		
	1.3. Средно пътуване (км) на туристите и посетителите за един и същ ден от дома им до дестинацията	Км		
	<i>1.4. Среден въглероден отпечатък на туристите и посетителите за един и същ ден, пътуващи от дома до дестинацията</i>	Кг		
2. Климатични промени	2.1. Процент от туристическите предприятия, които са ангажирани в схеми за ограничаване на изменението на климата, като например компенсиране на CO <sub>2</sub> , енергоспестяващи системи и т.н., и с реакции и действия за „приспособяване“	%		
	2.2. Процент от инфраструктурата на обектите за туристическо настаняване и атракции, която се намира в „уязвими зони“	%		

3. Управление на твърдите отпадъци	3.1. Производство на твърди отпадъци за една туристическа нощ в сравнение с производството на отпадъци от населението на човек (кг)	Кг		
	3.2. <i>Процент от туристическите предприятия, в които различните видове отпадъци се събират отделно</i>	%		
	3.3. Процент от общо рециклираните отпадъци на турист в сравнение с общия брой рециклирани отпадъци на жител годишно	%		
4. Пречистване на отпадни води	4.1. Процент на отпадните води от дестинацията, които се пречистват най-малко до вторично ниво преди заустване	%		
5. Управление на водите	5.1. Потребление на вода на туристическа нощувка в сравнение с потреблението на вода от населението като цяло на човек за денонощие	Л		
	5.2. <i>Процент на туристическите предприятия, предприемащи действия за намаляване на потреблението на вода</i>	%		
	5.3. <i>Процент от туристическите предприятия, използващи рециклирана вода</i>	%		
6. Потребление на енергия	6.1. Потребление на енергия на туристическа нощувка в сравнение с потреблението на енергия от населението като цяло на човек за едно денонощие	%, коэффициент		
	6.2. <i>Процент туристически предприятия, които предприемат действия за намаляване на потреблението на енергия</i>	%		
	6.3. <i>Процент на годишното количество консумирана енергия от възобновяеми източници (Mwh) в сравнение с общото потребление на енергия на ниво дестинация годишно</i>	%		
7. Опазване на природата и биологичното разнообразие	7.1. Процент на местните предприятия в туристическия сектор, които активно подкрепят защитата, опазването и управлението на местното биологично разнообразие и природа	%		



## **V. Насоки и шаблони за анкети и проучвания**

Настоящите шаблони на анкети за проучвания са изготвени на база основните и допълнителни индикатори за проучване на управлението на дестинацията, включени в „The European Tourism Indicator System – Toolkit for sustainable destinations”. Включените основни и допълнителни индикатори, както и съответните анкети за проучване, са съобразени с профила и спецификите на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац. При изготвянето на такъв тип проучвания е изключително важно да се подбере адекватен брой показатели, така че да не са нито твърде малко и да не се събере достатъчно информация, нито да са твърде много и да са твърде времеотнемащи за определяне, защото се рискува да не се осъществява проучването. Препоръчително е такова проучване да се изготвя веднъж в годината от Работната група на заинтересованите страни.

### **1. Шаблон за проучване на управлението на дестинацията**

По-долу е представен шаблон на анкета за проучване, която съдържа въпроси, които може да се използват за индикаторите, свързани с управлението на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

**Анкета за осъществяване на проучване на управлението на  
трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац  
към дата .....**

Моля отделете няколко минути, за да попълните настоящата анкета и да помогнете за създаването на една по-добра представа за трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Благодарим Ви за сътрудничеството!

1. Моля посочете общия брой на местното население във Вашата дестинация?

.....

2. Колко туристи/посетители посрещате годишно?

.....

3. Колко постоянни жилища има във Вашата дестинация?

.....

4. Колко втори жилища/домове за отдаване под наем има във Вашата дестинация?

.....

5. Какъв е процентът на приноса от туризма към икономиката във Вашата дестинация (% от БВП)?

.....

6. Колко жители са пряко заети в туризма?

.....

7. Колко туристически нощувки са регистрирани във Вашата дестинация миналата година?

.....

8. Какъв е общият брой на наличните легла във Вашата дестинация?

.....

9. Моля посочете миналогодишната заетост във Вашата дестинация по месеци:

1) Януари

.....

2) Февруари

.....

3) Март

.....

4) Април

.....

5) Май

.....

6) Юни

.....

7) Юли

.....

8) Август

.....

9) Септември

.....

10) Октомври

.....

11) Ноември

.....

12) Декември

.....

10. Каква е средната цена за настаняване в стая във Вашата дестинация?

.....

11. Каква е средната продължителност на престоя на туристите (средно за колко нощувки остават във Вашата дестинация)?

.....

12. Моля посочете (до 10) най-големите събития, които се провеждат във Вашата дестинация. Моля отбележете с X в предвидените клетки онези събития, които се провеждат въз основа на традиционната/местната култура:

1) ..... ☐

2) ..... ☐

3) ..... ☐

4) ..... ☐

5) ..... ☐

6) ..... ☐

7) ..... ☐

8) ..... ☐

9) ..... ☐

10) ..... ☐

13. Каква част от обществения транспорт във Вашата дестинация е достъпен за хора с увреждания и хора със специфични изисквания за достъп?

## **2. Шаблон за проучване на предприятия**

По-долу е представен шаблон на анкета за проучване, която съдържа въпроси, които може да се използват за индикаторите, свързани с данните за предприятията в трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

### **Анкета за осъществяване на проучване на предприятията в трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац към дата .....**

Моля отделете няколко минути, за да попълните настоящата анкета и да ни помогнете да подобрим качеството на нашата трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Благодарим Ви за сътрудничеството!

Наименование на предприятието: .....

Моля посочете вида на Вашата дейност:

☐ Настаняване

☐ Хранене

☐ Доставчик на услуги, свързани с развлечения

☐ Доставчик на услуги, свързани с отдых на открито

☐ Транспорт

☐ Друго, моля посочете: .....

Вашето име и фамилия: .....

Вашата длъжност в предприятието: .....

1. Колко служители имате през годината?

- Служители на пълен работен ден:

.....

- Служители на непълен работен ден:

.....

- Сезонни служители:

.....

- Обучаващи се/Стажанти:

.....

- Други, моля посочете:

.....

2. Генералният мениджър на Вашето предприятие жена ли е или мъж?

.....

3. Ако сте предприятие за настаняване, каква е средната Ви цена за стая?

.....

4. Участвате ли в призната схема за достъпност (система за сертифициране или етикетирание, която извършва категоризиране на достъпността на обекта за настаняване и атракциите за посетители с ограничена мобилност)?

.....

5. Ако сте предприятие за настаняване, разполагате ли със стаи, които са пригодени за специалните нужди на посетители с увреждания или с ограничена мобилност? И Ако да, каква част са те от общия брой стаи?

.....

6. Сертифицирано ли е Вашето предприятие в сферата на околната среда или устойчивостта?

.....

7. Ако сте предприятие за настаняване, какво беше Вашето потребление на енергия за последния месец, за който има данни?

.....

8. Ако сте предприятие за настаняване, колко туристически нощувки сте регистрирали за същия месец?

.....

9. Възползва ли се Вашето предприятие от енергия от възобновяеми източници (напр. Слънчеви панели, биомаса, вятърни турбини и т.н.)? Ако отговорът е „Да“, какъв

процент от Вашите енергийни нужди покриват те?

.....

10. Събират ли се отделно различните видове отпадъци във Вашето предприятие?

.....

11. Използвате ли рециклирана вода във Вашето предприятие?

.....

12. Участва ли Вашето предприятие в някакви дейности за подпомагане на местното биоразнообразие, защита на природата, опазване и управление (напр. Сътрудничество при образователни дейности, свързани с околната среда в природни зони/местообитания, спонсориране на дейности или съоръжения в природни паркове и др.)? Ако отговорът е „Да“, какви действия?

.....

.....

.....

### **3. Шаблон за проучване на жителите**

По-долу е представен шаблон на анкета за проучване, която съдържа въпроси, които може да се използват за индикаторите, свързани с данните за жителите на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

**Анкета за осъществяване на проучване на жителите в  
трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац  
към дата .....**

Моля отделете няколко минути, за да попълните настоящата анкета и да ни помогнете да подобрим качеството на нашата трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.

Благодарим Ви за сътрудничеството!

1. Като цяло съм много доволен/доволна от туризма в моята дестинация

	Категорично съм съгласен	Съгласен съм	Неутрален	Не съм съгласен	Категорично не съм съгласен
През есента					
През зимата					
През пролетта					
През лятото					

2. Общността извлича ползи от туризма и туристите, които посещават моята дестинация.

Категорично съм съгласен	Съгласен съм	Неутрален	Не съм съгласен	Категорично не съм съгласен

3. Аз извличам ползи от туризма и туристите, които посещават моята дестинация.

Категорично съм съгласен	Съгласен съм	Неутрален	Не съм съгласен	Категорично не съм съгласен

4. Според Вас какво е въздействието на туризма върху отличителността и местната идентичност, културата и наследството на Вашата дестинация? (Моля отбележете с X.)

- ☐ Уврежда
- ☐ Спомага за поддържането
- ☐ Спомага за подобряването
- ☐ Не оказва въздействие

5. Вашият пол е:

- ☐ Мъж
- ☐ Жена

6. Вашата възраст е:

- ☐ 15-24 г.
- ☐ 25-49 г.
- ☐ 50-64 г.
- ☐ 65-79 г.
- ☐ 80 и повече г.

7. Кой от следните отговори описва най-добре статуса на Вашата трудова заетост?

- ☐ Заетост на пълен работен ден (30+ часа седмично)
- ☐ Заетост на непълен работен ден (<30 часа седмично)
- ☐ Временна работа
- ☐ Студент
- ☐ Пенсионер
- ☐ Понастоящем без платена работа

#### **4. Шаблон за проучване на посетителите**

По-долу е представен шаблон на анкета за проучване, която съдържа въпроси, които може да се използват за индикаторите, свързани с данните за посетителите на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац.



**Анкета за осъществяване на проучване на посетителите в  
трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац  
към дата .....**

Моля отделете няколко минути, за да ни помогнете да подобрим Вашето прекарване в нашата дестинация.

Благодарим Ви за сътрудничеството!

Дата на Вашето посещение в нашата дестинация: .....

1. Коя е държавата и пощенският код на местожителството Ви?

- Държава: .....
- Пощенски код: .....

2. Какъв беше основният вид транспорт, който използвахте, за да пристигнете тук?

- ☐ Влак
- ☐ Самолет
- ☐ Автобус
- ☐ Кола (собствена, на приятели, служебна)
- ☐ Кола (наета)
- ☐ Мотоциклет
- ☐ Велосипед
- ☐ Пеша
- ☐ Каравана/ван/камион
- ☐ Друго, моля посочете: .....

3. Какъв вид транспорт използвахте/планирате да използвате по време на престоя си тук?

- ☐ Велосипед
- ☐ Местен обществен транспорт
- ☐ Други (частни коли, туристически автобуси, такси и др.)

4. Пренощувахте ли тук?

- ☐ Да. Моля посочете колко нощувки сте извършили в тази дестинация: .....
- ☐ Не. Моля посочете колко часа сте прекарали в тази дестинация: .....

5. Това първото Ви посещение в дестинацията ли беше?

- ☐ Да

☐ Не. Моля посочете колко пъти сте посещавали тази дестинация през последните пет години: .....

6. Колко изхарчихте на човек на ден по време на престоя си тук? (включително настаняване, транспорт в рамките на дестинацията, храна и напитки, разходи за пазруване и забавление)

- ☐ < 25 евро  
☐ 25-50 евро  
☐ 50-100 евро  
☐ 100-200 евро  
☐ > 200 евро

7. Като цяло съм доволен от посещението си в тази дестинация.

Категорично съм съгласен	Съгласен съм	Неутрален	Не съм съгласен	Категорично не съм съгласен

8. Имате ли Вие или някой, който пътува с Вас, някакво увреждане или намалена подвижност?

- ☐ Да  
☐ Не

9. Ако отговорът на горния въпрос е „Да“, моля попълнете отговор, който в най-голяма степен представя Вашето мнение. Тази дестинация отчита специалните нужди на посетителите с увреждания във всички сфери на своята дейност (настаняване, обществен транспорт, туристически атракции и т.н.).

Категорично съм съгласен	Съгласен съм	Неутрален	Не съм съгласен	Категорично не съм съгласен

## **VI. Заключение**

В настоящия инструментариум за устойчив туризъм бяха разгледани и представени инструменти, съвети и насоки за развитие на устойчив туризъм в трансграничната туристическа дестинация Елин Пелин – Лесковац, базирани на местните нужди и контекст, които заинтересованите страни могат да приложат на практика в управлението на дестинацията.

В инструментариума са включени конкретните индикатори за устойчив туризъм с мерната единица за всеки индикатор, разделени в четири категории - за управление на дестинацията, за икономическа стойност, за социално и културно въздействие и за въздействие върху околната. Освен индикаторите инструментариумът съдържа шаблони на анкети за проучвания относно управлението на трансграничната дестинация Елин Пелин – Лесковац, туристическата индустрия в дестинацията, жителите и посетителите на дестинацията. С помощта на тези проучвания заинтересованите страни ще могат много по-лесно, бързо и структурирано да съберат необходимата за индикаторите информация.

Освен шаблоните на анкети за проучвания, инструментариумът предоставя и ценни съвети и насоки за цялостното събиране, обработка и оценка на данни, както и информация и насоки за приложението на индикаторите в процесите на планиране, маркетинг и позициониране.

С помощта на инструментариума екипите на община Елин Пелин, Туристическата организация на град Лесковац и Центъра за развитие – Ябланица, Пчиня окръзи, Република Сърбия ще могат по-ефективно да управляват развитието на устойчивия туризъм в трансграничната дестинация. Прилагайки на практика представената система от индикатори те ще могат много по-бързо и ефективно да идентифицират настоящи и потенциални проблеми, както и да предвиждат и предотвратяват нежелани и неблагоприятни за устойчивостта на дестинацията ситуации.

В инструментариума е представена и концепцията за креативен туризъм като своеобразен инструмент за отговорно, ефективно и устойчиво развитие на туризма в трансграничната дестинация. С поставянето на основите и прилагането на идеите на креативния туризъм, заинтересованите страни ще способстват за адаптирането на дестинацията към новите изисквания на туристическия базар, като същевременно ѝ предоставят възможността да се открие чрез разработването на съвместни нови туристически продукти.

Най-важното предизвикателство за постигане на устойчиво развитие на туризма е да се осигури туристическа оферта, която да удовлетвори интересите на туристите и благосъстоянието на местното население, като същевременно се запазят природните и

социално-културните ресурси за бъдещите поколения. Устойчивият туризъм трябва да интегрира природната, културна и човешка среда и трябва да зачита крехкия баланс на околната среда, който характеризира много туристически дестинации, особено в екологично чувствителните райони. Световният туристически пазар все повече предлага продукти, съобразени с индивидуалните предпочитания и изисквания на туристите или специфични пазарни сегменти, със специален акцент върху сравнителните предимства и особености на отделните туристически дестинации, като наблюдаваните дестинации с природни и климатични предимства, богата и висококачествена гастрономическа оферта. Именно този сегмент на храни и напитки дава основата за по-нататъшно разнообразяване на офертата и приспособяване към изискванията на потребителите, фокусирани върху опазването на здравето - връщане към природата, консумация на органично произведена храна, използване на лечебни билки като естествено лекарство, както и козметика и др. Освен това храната (малки опаковки сладко, лютеница, ракия, билков крем и др.) и продуктите от местните занаяти трябва да бъдат разработени по такъв начин, че да се превърнат в сувенири, които са много важен маркетингов инструмент и са незаменима част от туристическото предложение. Подобренията на туристическите продукти за развлечения и почивка, които привличат местни и регионални посетители, могат да помогнат за укрепването на позицията на организаторите на пътувания. Повечето туристи очакват да им бъде гарантирана изгодна и пълноценна почивка. Тези туристи обичат да споделят своите ваканционни преживявания и се ръководят от идеята за „усилие да се отпуснете“, комбинирайки посещения с множество събития, тържества и активни празници, което по-специално включва допълнителната полза от завръщането у дома с нови умения като готвене или рисуване. Очаква се този начин на мислене да се корени в очакванията за ползите от ваканцията за повечето туристи. Туроператорите трябва да могат да установят връзки с чуждестранни туроператори за достъп до клиенти. В областта на настаняването акцентът трябва да бъде върху малките семейни съоръжения за настаняване, които позволяват организирането на престой и ваканция по техен избор, както и задоволяване на нарастващите нужди на съвременните туристи от контакт с природата и местната култура и околна среда. Туристите търсят по-автентични ваканционни преживявания и сега много компании предлагат на туристите възможност да се насладят на скрити скъпоценни камъни паралелно с традиционните туристически атракции. Настоящата тенденция на растеж на туристическите пристигания и нощувки несъмнено представлява чудесна бизнес възможност за развитие както на съществуващи, така и особено на нови микро и малки предприятия в областта на туризма и ресторантьорството и свързаните с тях дейности.

## **VII. Използвана литература**

1. Green Destinations of South East Europe – Toolkit for Local Governments (GDSEE), разработено от Network of Associations of Local Authorities of South East Europe (NALAS)
2. GSTC Destination Criteria – Performance indicators and SDGs, 2019, Global Sustainable Tourism Council
3. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations – a Guidebook, 2002, World Tourism Organization
4. The European Tourism Indicator System – EITS Toolkit for Sustainable Destination Management, 2016, European Council
5. Sustainable Tourism Implementation: a Framework and Toolkit to Support National Approaches, 2021, European Travel Commission