Interreg - IPA CBC
Bulgaria – Serbia
CCI 2014TC16I5CB007

ПРОГРАМА ЗА РАЗВИТИЕ НА УСТОЙЧИВ ЗИМЕН ТУРИЗЪМ

СОКОБАНЯ (Сърбия) – ВЪРШЕЦ (България)

2020-2029

Проектът е съфинансиран от Европейския съюз чрез Програма за трансгранично сътрудничество Interreg-ИПП България – Сърбия 2014 - 2020

Съдържание

ВЪВЕДЕНИЕ 2

Методология на работа 3

Основа за разработване на програмата 3

Обща информация за общините..... 4

Анализ на настоящото състояние на туризма..... 6

Сокобаня.....6

Вършец.....13

SWOT Анализ – предимства и недостатъци на зимния туризъм 18

ВИЗИЯ.....20

Очертаване на ключови туристически продукти.....20

ЦЕЛИ НА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА И МОДЕЛА НА РАСТЕЖ.....22

Анализ на конкурентоспособността 23

ОСНОВНИ ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТИ –ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ 27

УПРАВЛЕНИЕ.....30

План за изпълнение на дейностите.....32

Наблюдения и оценка.....33

ВЪВЕДЕНИЕ

Програмата за развитие на устойчив зимен туризъм Сокобаня - Вършец е разработена в рамките на Програмата за трансгранично сътрудничество INTERREG България - Сърбия за периода 2020 - 2029 година.

Развитието на проектната идея е резултат от дългогодишно партньорство между двете общини и надграждане на завършени съвместни проекти, а и името на проекта „Зимна трансгранична обиколка: Сокобаня - Вършец“ ясно интегрира идеите, приоритетите и дейностите на заинтересованите страни в двата трансгранични региона.

Сокобаня и Вършец имат определени общи исторически и културни ценности и значителни възможности за сътрудничество, предимно за насърчаване на устойчивото развитие на туризма. По-нататъшното им развитие е тясно свързано с удължаването на туристическия сезон, запазване на съществуващите и идентифициране на нови пазари и разширяване на целевите групи. За да се постигне тази цел е необходимо да се работи за диверсификация, интегриране и висококачествено обслужване за туристите.

Вършец и Сокобаня са курорти с дългогодишна история, красива природа и потенциал за развитие на туризма. Все пак съвременната представа за туризма изисква интегрирани договорености.

Съществуващите туристически пакети включват природни и исторически забележителности, културните календари на двете общини, местен фолклор и фестивали. Тези пакети обаче са непопулярни поради няколко причини - недостатъчна привлекателност на продукта, липса на квалифициран персонал, недостатъчни финансови ресурси за реклама и маркетинг.

Нов съвместен туристически продукт може допълнително да стимулира интереса и търсенето към други природни ресурси във Вършец и Сокобаня, в допълнение към лечебните извори, и да увеличи броя на посетителите в двете спа дестинации, както и средната продължителност на престоя на туристите.

Въпреки сравнително добрата туристическа инфраструктура, използваемостта на капацитета през годината е доста неравномерен и концентриран предимно през летния период, което е показател за недостатъчен и неконкурентен продукт през зимния период, а също и за неадекватна сегментация на пазара и недостатъчен брой дейности насочени към целевите групи. Тази сезонност (силен летен сезон) води до недостатъчно използване на местата за настаняване. В този смисъл разработването на нов трансграничен туристически продукт - зимна трансгранична обиколка, базирана на комбинацията от традиционни туристически продукти и алтернативни форми на туризъм, ще насърчи по-голяма и по-равномерна туристическа заетост през цялата година, а също и осигуряване на работни места и в двете общини.

Методология на работа

Методологията на изследването включва използването на различни качествени и количествени методологически методи, прилагани през различните фази на разработване на Програмата. Изготвянето на Програмата за развитие на зимния туризъм включва тясно сътрудничество с местните власти, а самата методология включва няколко фази:

- Определяне на рамката на Програмата за развитие на зимния туризъм - рамката е създадена в съответствие със заданието, поставено от община Сокобаня, но и в съответствие със Закона за системата за планиране на Република Сърбия, проекта на правилника за съдържанието и метода за Разработване на Програма за развитие на туризма на Република Сърбия и стратегическите документи на община Вършец.
- Събиране на данни от преки участници в предоставянето на туристически услуги в тези две общини. Създаден бе задълбочен въпросник за публичния сектор и въпросник за частния сектор, за да се възприеме мнението на двата сектора върху текущата ситуация. След събиране на 14-те въпросника беше направен анализ на получените данни. Получените отговори бяха обработени подробно и на базата на получените резултати бяха направени заключения и препоръки.
- Анализ на статистическите данни, стратегии и сравнителен анализ на конкурентни дестинации
- Верификация и анализ на записаното по време на работните групи, проведени в Сокобаня на 12/6/2020 г и Вършец 9/7/2020г.

Основа за разработване на програмата

Основата за разработването на програмата са планове и стратегически документи на местно, национално и европейско ниво. Стратегическите документи на ниво Европейски съюз са от особено значение, тъй като те трябва да бъдат хармонизирани с европейската практика.

Европа 2020 - Европейска стратегия за интелигентен, устойчив и приобщаващ растеж е най-важният документ за стратегическо планиране на Европейския съюз, чиято основна цел е да повиши конкурентоспособността на европейската икономика чрез социално приемлив, т.е. икономически и екологично устойчив начин. Стратегията се състои от пет основни взаимосвързани цели:

- заетостта на населението;
- изследвания и разработки;
- климатичните промени;
- образование и
- борбата с бедността и социалното неравенство.

Основните цели се основават на икономически дейности, включително туристически дейности, които са:

- въз основа на знания и информираност,
- насърчаване на ефективното използване на природните ресурси и
- насърчаване на икономическото и териториалното сближаване между държавите-членки на ЕС

Програмата за развитие на зимния туризъм „Сокобаня - Вършец" допринася за постигане на политиката на сближаване на ЕС 2014-2020 г., която има две основни цели: инвестиции в растеж и заетост и европейско териториално сътрудничество. Основната цел на европейското териториално сътрудничество (INTERREG) е насърчаването на хармоничното икономическо, социално и териториално развитие на Съюза като цяло. Проектът също е в съответствие с политиката на ЕС в областта на туризма (2010 г.) 352 Дейност 5.1: Насърчаване на конкурентоспособността в европейския туристически сектор - поощряване на удължаването на туристическия сезон и насърчаване на диверсификация на предлагането на туристически услуги.

Програмата за развитие на зимния туризъм „Сокобаня – Вършец" също се основава на националните и местните стратегии и планове.

Програмата сътрудничи със Сръбската стратегия за развитие на туризма за периода 2016-2025 г., която признава Сокобаня като една от 18-те приоритетни туристически дестинации в Сърбия със следните основни видове туризъм: здравен, събитиен, специализиран и познавателен. Туризмът е една от стратегическите цели в Стратегията за устойчиво развитие на Сокобаня 2015-2025, където като специални цели са посочени: Устойчиво развитие на дестинацията и повишаване на конкурентоспособността на туристическата дестинация.

Програмата също сътрудничи за постигане на целите на Националната стратегия за регионално развитие на България 2012-2022 г., Стратегия за устойчиво развитие на туризма на България в резултат на постигнати принципи за устойчиво развитие, а също и със Стратегията за регионално развитие на област Монтана 2014 - 2020.

Програмата също така отговаря на целите на Стратегията на Европейския съюз за Дунавския регион, като се фокусира върху засилване на иновациите и предприемачеството, опазване на природното и културното наследство и ресурси в Дунавския регион, към който принадлежат и двете общини, и подобряване на връзката между тях. Многобройни туристически и културни забележителности са разположени в Дунавския регион, включително и двата трансгранични региона на Вършец и Сокобаня.

Програмата е средство за насърчаване и иницииране на проектни идеи с цел решаване на общи предизвикателства и нужди в конкретните области, което е насочено към постигане на реални ползи за хората и изграждане на ефективни връзки между властите и организациите в граничния регион. Програмата подчертава важността на съвместната работа на всички нива и предлага начин на работа, основан на сътрудничеството. Успешното му изпълнение ще подкрепи конкурентоспособността и устойчивостта на туристическия сектор в региона, а уникалното му природно и културно наследство ще бъде по-привлекателно и трайно популяризирано.

Обща информация за общините

Община Сокобаня се намира в Източна Сърбия, която е една от най-слабо развитите части на страната. Общата площ е 525 квадратни километра. Общината се състои от общинския център - Сокобаня и 24 села с общо 16 021 жители. Туризмът е най-важният икономически сектор в общината.

Сокобаня е един от най-известните и най-популярните балнео курорти в Сърбия повече от 170 години. Изобилието от минерална извори привлича тези, които се нуждаят от медицинско лечение (хроничен бронхит, бронхиална астма, психоневроза, високо кръвно налягане, хроничен ревматизъм, умора ...), но е и любимо място за релаксация сред недокосната природа и чист планински въздух.

В околностите на Сокобаня има няколко зони за пикник, някои от които са само на 10 минути от центъра на града. Множеството исторически паметници доказват, че територията на община Сокобаня е населена от най-ранни времена и че лечебните свойства на нейната вода и въздух са били известни още в древността.

Градът е кръстен на крепостта Сокоград, разположена на 2 км от центъра на града, по поречието на река Моравица. Разположен е на висока скала и е построен през късното Средновековие върху римски основи. Естествените терапевтични фактори в Сокобаня са термалните извори с минерална вода (с температури от 28 до 45,5 ° C), използвани за къпане, умерения континентален климат, характеризиращ се с благоприятно атмосферно налягане, умерени дъждове, малко дни с мъгла и силен вятър, високата концентрация на кислород , озон и отрицателни йони във въздуха и липса на замърсяване на въздуха. Изворите с минерална вода са разположени в централния парк и парк Банджика.

Голямо разнообразие от спортни, културни и туристически събития се провеждат в Сокобаня през цялата година.

Община Сокобаня има голям опит в сътрудничество на национално и трансгранично ниво. Сокобаня е една от 8-те общини в източна Сърбия, които са основатели на Агенцията за регионално развитие - RARIS.

Община Вършец се намира в България, в югоизточната част на област Монтана, на 35 км от областния център и на 90 км от столицата София.

Общината включва град Вършец и 8 села. По последни данни населението на община Вършец се състои от 7 737 души, като най-голямата част - 6 035 души (78% от населението) са концентрирани в града.

Туризмът е най-важният икономически сектор в общината. Вършец е курортно градче повече от 170 години. Един от най-старите и най-популярни балнео курорти в България е известен със своите лечебни минерални извори, мек планински климат, красива природа и втория по големина парк в България.

Възможностите за подобряване на туризма във Вършец са свързани с потенциала на непокътната природа, богатството на културно-историческото наследство, наличието на изградена туристическа инфраструктура - места за настаняване и хранене. По-нататъшното развитие на община Вършец е тясно свързано с развитието на туризма и съсредоточаването върху нови пазари в чужбина, с цел привличане на чуждестранни туристи. За постигане на тази цел са необходими диверсификация и интеграция на туристическите пакети, както и реклама.

Общият брой на леглата в община Вършец се увеличава всяка година. В град Вършец настанителната база е разнообразна - 3 СПА хотели, къщи за гости, стаи за гости и семейни хотели. Нови туристически атракции се изграждат по проекти, финансирани от ЕС. Заетостта на настанителната база е ниска, въпреки добре изградената туристическа инфраструктура, което е показател за предлагането на недостатъчни и неконкурентни туристически продукти.

Сезонната характеристика (силен летен сезон и много слаб зимен) в двете общини влияе на небалансираното използване на туристическия капацитет на годишна база. В този контекст разработването на нов трансграничен туристически продукт, предимно през зимния период, ще повлияе за по-голямата посещаемост, по-равномерното туристическо търсене през годината и по-голямата заетост и използване на настанителната база.

Анализ на настоящото състояние на туризма

Анализът на настоящото състояние на туризма е на основание на информация дадена от двете общини:

Сокобаня

Сокобаня е една от петте най-посещавани туристически дестинации в Сърбия. Статистическите данни за туристическата посещаемост са обобщени в следващите таблици:

Посетители:

		Месец												Общо
Година	брой	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
	Туристи													
2010	Вътрешни	895	1628	3471	4825	4852	5489	7054	8231	4001	2935	963	925	
	Чужденци	52	59	514	62	58	69	148	71	98	186	129	142	
	Общо	947	1687	3985	4887	4910	5558	7202	8302	4099	3121	1092	1067	**46.857**
2011	Вътрешни	725	1534	3268	3925	4012	5340	6921	8056	3729	2754	879	821	
	Чужденци	41	35	415	52	33	58	123	62	89	156	114	125	
	Общо	766	1569	3683	3977	4045	5398	7044	8118	3818	2910	993	946	**43.267**
2012	Вътрешни	838	1768	2456	4125	4386	5569	6841	8193	4059	3002	983	874	
	Чужденци	75	51	603	93	75	147	187	61	152	169	140	196	
	Общо	913	1819	3059	4218	4461	5716	7028	8254	4211	3171	1123	1070	**45.043**
2013	Вътрешни	905	1965	1964	4091	4382	5426	6854	8092	4005	2867	958	800	
	Чужденци	61	42	598	95	82	159	199	65	164	189	152	203	
	Общо	966	2007	2562	4186	4464	5585	7053	8157	4169	3056	1110	1003	**44.318**
2014	Вътрешни	1129	2325	2004	4911	4998	6542	7111	8183	4470	3009	1284	876	
	Чужденци	82	58	658	142	119	241	289	120	182	248	187	234	
	Общо	1211	2383	2662	5053	5117	6783	7400	8303	4652	3257	1471	1110	**49.402**
2015	Вътрешни	1171	2456	2152	5018	5136	7033	7289	8264	4526	3115	1293	894	
	Чужденци	94	62	654	157	124	258	302	125	193	254	192	265	
	Общо	1265	2518	2806	5175	5260	7291	7591	8389	4719	3369	1485	1159	**51.027**
2016	Вътрешни	1235	2691	2008	4986	5422	7204	7947	8382	4732	3105	1418	845	
	Чужденци	152	81	635	195	135	264	344	138	173	253	187	272	
	Общо	1387	2772	2643	5181	5557	7468	8291	8520	4905	3358	1605	1117	**52.804**
2017	Вътрешни	1247	2623	2021	5065	5707	7315	7923	10100	4555	3693	1588	678	
	Чужденци	149	85	702	208	162	259	180	263	113	189	111	226	
	Общо	1396	2708	2723	5273	5869	7574	8103	10363	4668	3882	1699	904	**55.162**
2018	Вътрешни	1553	2617	4065	8514	12957	11541	12285	15479	8949	5243	2742	2029	
	Чужденци	615	414	1439	877	1144	1300	1513	1656	1689	907	510	1129	
	Общо	2168	3031	5504	9391	14101	12841	13798	17135	10638	6150	3252	3158	**101.167**
2019	Вътрешни	1757	3178	4750	9646	13250	16278	16205	17663	12130	7488	3413	2384	
	Чужденци	628	488	1695	1440	1601	1869	2207	2263	1746	1104	708	977	
	Общо	2385	3666	6445	11086	14851	18147	18412	19926	13876	8592	4121	3361	**124.868**

Източник: Туристическа организация на община Сокобаня

Тези статистически данни показват, че броят на туристите непрекъснато нараства през последните 10 години и че през 2019 г. броят на туристите е три пъти по-голям, отколкото 10 години назад. Също така сезонността през годината е забележима. Пикът на туристическата посещаемост е в периода юни-август. Може да се каже, че туристическият сезон продължава от април до септември. През останалата част от годината броят на туристите е многократно по-малък.

Нощувки:

		месец												Общо
	Брой	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Година	Нощувки													
2010	Вътрешни	2451	2969	5284	14122	18095	31156	36952	42851	18267	10012	2596	2643	
	Чужденци	128	106	1065	256	224	417	668	426	415	358	214	392	
	Общо	2579	3075	6349	14378	18319	31573	37620	43277	18682	10370	2810	3035	**192.067**
2011	Вътрешни	2222	2894	5163	13741	17999	31026	35621	41492	17901	9421	2102	2535	
	Чужденци	125	98	985	195	194	376	643	379	391	359	201	384	
	Общо	2347	2992	6148	13936	18193	31402	36264	41871	18292	9780	2303	2919	**186.447**
2012	Вътрешни	2353	3095	5328	14862	18564	31278	35642	41562	17983	9685	2214	2753	
	Чужденци	176	136	1092	226	242	406	772	444	469	362	271	463	
	Общо	2529	3231	6420	15088	18806	31684	36414	42006	18452	10047	2485	3216	**190.378**
2013	Вътрешни	2401	3006	5274	14232	18451	29541	33878	40125	18542	9781	2111	2756	
	Чужденци	165	124	986	214	241	398	732	428	416	293	223	398	
	Общо	2566	3130	6260	14446	18692	29939	34610	40553	18958	10074	2334	3154	**184.716**
2014	Вътрешни	2602	3394	5968	18564	20159	32639	39856	43689	21737	12956	3562	3006	
	Чужденци	207	182	1204	395	342	545	965	492	521	376	279	461	
	Общо	2809	3576	7172	18959	20501	33184	40821	44181	22258	13332	3841	3467	**214.101**
2015	Вътрешни	2951	3758	6422	20540	23961	34851	41052	45203	22531	13985	4125	2965	
	Чужденци	201	196	1185	425	387	631	1058	512	541	396	280	473	
	Общо	3152	3954	7607	20965	24348	35482	42110	45715	23072	14381	4405	3438	**228.629**
2016	Вътрешни	3002	3952	6502	21010	25243	36451	40354	45230	25806	14763	4241	3364	
	Чужденци	245	215	1112	542	409	627	1189	438	559	386	301	492	
	Общо	3247	4167	7614	21552	25652	37078	41543	45668	26365	15149	4542	3856	**236.433**
2017	Вътрешни	3124	5575	9704	22737	29546	39871	43214	50272	25215	17842	6469	1581	
	Чужденци	286	236	1127	556	414	731	760	947	462	297	239	725	
	Общо	3410	5811	10831	23293	29960	40602	43974	51219	25677	18139	6708	2306	**261.930**
2018	Вътрешни	4485	9750	32454	37085	63775	64759	75730	90937	48562	27353	13102	7553	
	Чужденци	981	909	4814	2175	3530	3958	4810	6902	4849	2582	1364	2169	
	Общо	5466	10659	37268	39260	67305	68717	80540	97839	53411	29935	14466	9722	**514.588**
2019	Вътрешни	6630	11350	17546	48259	67135	81515	85165	95280	62606	41615	15110	8717	
	Чужденци	1079	1000	3736	4392	4799	5647	7605	6621	5298	3451	1793	2073	
	Общо	7709	12350	21282	52651	71934	87162	92770	101901	67904	45066	16903	10790	**588.422**

Източник: Туристическа организация на община Сокобаня

Ръстът на броя на нощувките на годишно ниво също е очевиден, като повратният момент е 2018 г., когато посещението на туристите се удвоява. До голяма степен този внезапен ръст е следствие от издаването на туристически ваучери от правителството на Република Сърбия, но значителния туристически растеж на чуждестранните туристи допринесе използването на онлайн резервационните системи като booking.com, AirBNB и други подобни.

Средният престой през летния сезон е 5 дни, докато през зимния сезон средната продължителност на престоя е 3 дни.

Най-многобройната група туристи са семейства с деца, особено жителите на големите градове в Сърбия, участниците в семинари и конгреси, спортисти и любители на природата. Според данните на туристическата организация на община Сокобаня, около 60% от посетителите са от Белград, 20% от Войводина, а останалите 20% от останалата част на Сърбия.

Що се отнася до чуждестранните туристи, най-голям брой са от България и бившите югославски републики, следвани от Унгария, Румъния, Гърция и Австрия.

Според данните на Туристическа организация на Община Сокобаня основните целеви групи през зимата са:

По възраст	1-15	16-30	31-45	46-65	над 65
	25%	10%	50%	10%	5%
По местоположение	До 50км	До 100км	До 150км	До 200км	Над 200км
		3%	2%	5%	90%
По интерес	бизнес	спорт	уикенд почивка	зимна ваканция	специални интереси
	5	10	65	15	5

Според данните от туристическия сектор, през зимния период мотивът за посещение на хотели и частни квартири е различен. В частните квартири семействата с деца обикновено идват през почивните дни или зимните ваканции, докато в хотелите значителна част от посетителите са спортисти на тренировки, деца на образователни лагери или на организирани празници и в по-малка степен участници в семинари.

В следващите таблици е показан начинът на пристигане на туристите:

Превозно средство	**С кола**	**С автобус**	**Със самолет**	**други**
	75%	20%	5%	

На територията на Сокобаня през лятото има добре организиран таксиметров превоз и местни автобусни линии до туристическите атракции. През цялата година има редовни автобуси от автогарата в Сокобаня до Белград и Ниш, а от Ниш има международни линии към големите градове на съседните държави. През лятото (май, юни, юли и август) пътуват автобусните линии: Сокобаня - Зайчар, Сокобаня - Нови Сад, Сокобаня - Лесковац и Сокобаня - Зренянин.

Голям плюс е близостта на летището в Ниш (60 км). Туристите, които идват чрез нискобюджетни компании в Сърбия и Сокобаня от чужбина, най-вече пристигат на това летище. Около 89% от туристите използват летището в Ниш, 10% летището в Белград и около 1% летището в София. Въпреки това не се използва пълния потенциал на летището в Ниш и в бъдеще трябва да се работи върху по-голямо въвеждане в експлоатация на това летище за нуждите на развитието на туризма в Сокобаня.

Според проведеното проучване, мотивацията на туристите да идват в Сокобаня през зимата е следната:

1	Релакс с уелнес & СПА съоръжения на достъпни цени
2	Активна почивка
3	Подготовка на спортисти - наличието на значителни спортни съоръжения с

	възможност за тренировки
4	Алпинистки спорти събития
5	Ценовата конкуренция – съотношение цена-качество на настаняване и храна

Места за настаняване

Сокобаня разполага със значителен капацитет за настаняване, но по-голямата част функционират сезонно. След като свърши летния сезон голяма част от местата за настаняване са затворени, капацитетът на настанителната база е намален наполовина и възлиза на около 3 300 легла през зимата.

	Наименование на обекта	Вид на обекта	Брой легла:	Съоръжения и оборудване
1	Хотел "Моравица"	Хотел***	193	Зала за тенис на маса и билярд, кабинет, интернет кафе, футболно, баскетболно и волейболно игрище, конферентна зала с 220 места.
2	СБ "Баница"		260	Масаж, спортни съоръжения: баскетбол, футбол, волейболни игрища, интернет кафе, 2 конферентни зали с 400 и 100 места, здравно обслужване.
3	Хотел Гарни "Соко терме"	Хотел***	20	Масаж, сауна, солна стая, фитнес зала, 2 закрит и 1 открит басейн, салон за красота.
4	Натали СПА	Апартаменти	50	Уелнес - масаж, джакузи, парна баня, финландска сауна, тропически дъждове, пейки за кнайп, горещи пейки, солна пещера, басейн, ресторант.
5	Специализирана болница „Сокобаня“	Част от болницата за свободно настаняване	100	Масаж, сауна, солна стая, перлена вана, фитнес зала, 1 закрит термален басейн, спортни игрища, здравна пътека, уелнес, фитнес и програма Soko-life, салон за красота.
6	Хотел „Здравляк“	Хотел*	298	2 закрити басейна, сауна, фризьорски салон, спортни съоръжения: баскетболни, футболни и волейболни игрища, 4 тенис корта, боулинг, интернет кафе, 2 конферентни зали с 210 и 40 места Забележка: Съоръжението се отдава под наем и не работи през цялата година
7	Хотел „Турист“	Хотел	120	Забележка: Съоръжението е отдадено под наем и не работи през цялата година
8	Хотел“Сунце“	Хотел	270	2 закрити басейна, 1 външен басейн, уелнес и СПА център, 3 конгресни зали със 120, 80 и 30 места Забележка: Сградата е в последна фаза на строеж. Очаква се скоро да отвори.
9	Пансион “Александър”	Пансион	20	
10	Пансион “Палма”	Пансион	40	
11	Пансион “Чикаго”	Пансион	57	
12	Пансион “Сплендид”	Пансион	19	
13	Пансион "Жупан"	Пансион	24	
14	Пансион „Каскаде”	Пансион	10	
15	Пансион "Лав"	Пансион	31	
16	Пансион „Съни“	Пансион	29	
		Общ брой обекти	Общ брой легла:	
10	Частни квартира	120	1800	
11	Селски домакинства	8	35	

Подобна е ситуацията и със заведенията за хранене, които функционират в значително по-ограничен капацитет през зимата. Сокобаня предлага разнообразни предложения през деня, както и вечерни такива, предимно през почивните дни.

В следващата таблица са показани броя на заведенията за хранене и развлечение, които функционират през зимния сезон:

		Брой обекти:
1	Брой ресторанти	8
2	Брой пицарии	3
3	Брой традиционни / етно ресторанти	1
4	Брой заведения за бързо хранене	11
5	Брой бар/ кафенета	7
6	Брой интернет бар/ кафенета	0 *Повечето съоръжения разполагат с безплатен wi-fi*
7	Брой пъбове	1
8	Брой специализирани заведения за вино, китайска храна, мексиканска храна, и т.н...	0
9	Брой нощни клубове	2
10	Брой дискотеки	1
11	Брой кетъринг фирми	3

Туристически атракции

Атракция	Кратко описание	Брой посетители през 2019:	Възможност за туристическа валоризация през зимата
Турска баня „Амам“	Построен е през 16 век от турците върху основите на римските бани и е единствената оригинална функционираща турска баня в Сърбия.	20.000	√ √ √
Пързалка за кънки и тобоган	Кънки, размери 16 * 14 и тобоган, със синтетичен лед, който може да се използва през цялата година.	построена 2020	√ √ √
Средновековен град Сокоград	Построен е в края на XIII и началото на XIV век в основите на стара римска крепост.	около 50.000	√√
Място за пикник „Лептерия“	Защитена природна местност (2-ра степен на защита) - пейзаж с изключителни характеристики. Тук се намира църквата, природен феномен на Пресвета Богородица в скалата, средновековният град Сокоград и бдител Поповица	60.000	√√√
Планината „Озрен“	Много подходяща планина за активен туризъм, колоездене и релакс сред природата. В централната си част има озеленена зона със спортни игрища и кафене. Това е много атрактивна природна забележителност Рипалка. В планината има няколко атрактивни зони за пикник и маршрути за планинско ходене.	70.000	√√√

Място за пикник „Врело – Борици“	Местността „Врело“ е свързана със стълби към зоната за пикник в Борици, разположена в борова гора и оборудвана с дървени маси и детска площадка. На Местността „Врело“ има изградено съоръжение за лятна сцена.	Няма точни данни	√√
Планината „Ртан“	Много атрактивна планина, която представлява естествен феномен на карстов релеф и привлича значителен брой посетители. Обявен за специален природен резерват от държавата поради ендемична и реликтна флора и фауна, както и специфичната форма и състав на релефа. Много алпинисти извършват организирани посещения Ртан през цялата година.	50.000	√√√
Връмджа – село Връмджа и езерото Връмджа	Връмджа е близо до село Връмджа. Построен е през 6 век като крепост за отбрана на императорския път към Близкия изток. Връмджанското езеро е разположено в подножието на планината Ртан и е идеално място за почивка.	Няма точни данни	√√
Етно кът Водни мелници на Грудонци	Етно къта се състои от две мелници. Голямата мелница е превърната в етно кухня и в двора има малък амфитеатър.	около 5.000	√
Пещера „Сесалак“	Пещерата Сесалак в село Сесалак, е с дължина 200 м и има богати пещерни орнаменти: сталактити, сталагмити, травертинови бани и нежни драперии.	Няма точни данни	√√√
Извор на река Моравица	Това е приятно място за почивка и пикник, в близост до извора на кристално чистата река Моравица.	Няма точни данни	√
Езерото „Бован“	Това е изкуствено направено езеро богато на риба. Има няколко плажа.	Няма точни данни	√
Място за пикник Врело (планина Буковик)	Основната атракция на тази зона за пикник са изворите с топла и студена минерална вода, запазената природа и чист въздух.	Няма точни данни	√

От представените данни е видно, че основните туристически атракции са природните ресурси, които няма как да се използват през зимния сезон. Разбира се, през зимните месеци най-популярни са уелнес центровете с минерална вода, които са широко известни със своите лечебни свойства.

Възможност за активна почивка и спорт

Благоприятните климатични фактори, идеалната надморска височина, чистият въздух, недокоснатата природа, многобройните планини и богатството на хидрографски ресурси са идеални условия за развитие на спортно-рекреационен туризъм, както и за подготовка на спортисти.

За целта са изградени няколко спортни съоръжения и игрища, които се стопанисват от Спортно-рекреационен център „Подина“. Множество професионални спортни клубове извършват подготовката си в Сокобаня, защото са осигурени отлични условия за фитнес тренировки, с възможност за използване на разнообразен терен и писти на различна височина.

Околностите на Сокобаня са идеални за колоездене, както за любители, така и за професионалисти. Има над 400 км маркирани пътеки за всички фенове на планинското колоездене (МТВ - планинско колоездене).

Планините около Сокобаня са истинско предизвикателство за алпинистите. Има маркирани пешеходни пътеки за начинаещи и стръмни и недостъпни върхове за професионалисти.
В следната таблица са представени спортните съоръжения:

#	Спортни съоръжения	Възможност за спорт (футбол, баскетбол.....)	Възможност за наемане
1	Спортна зала	футбол, баскетбол, т.н.	да
2	Спортен комплекс „Подина“	Комплекс от футболни игрища - 2 спомагателни футболни игрища, 3 игрища за по-малките, мини терен с изкуствена трева,прожектори, съблекални и фитнес зала	да
3	Пързалка за кънки и тобоган	Кънки , шейни	не

Събития

Няма много събития, организирани извън летния сезон. Тези, които се организират от местното управление са около Нова година, както и няколко алпинистки мероприятия организирани от Алпинистките асоциации.

Списъкът на събитията е представен в следната таблица:

	Наименование на зимното събитие	Вид събития (бизнес / конгреси, спорт, изложби, концерти, панаири ...)	Местоположение	Брой посетители (вътрешни/ чужденци)	Организатор
1	Състезание по катерене "Връмджила"	спорт	Връмджа/Ртан	900/200	ПД "Остра Чука"
2	Състезание по катерене "Раденковане"	спорт	Планините Озрен и Девица	1100/150	ПД "Остра Чука"
3	Коледно катерене на планината Ртан	спорт	Ртан	1200/200	ПД Болевац и ТО Болевац
4	"Градината на отвореното сърце"	забавление	Центъра на Сокобаня	1200/500	ТОСБ
5	Новогодишен панаир	панаир	Центъра на Сокобаня	500	Община Сокобаня

Културни събития

Културният календар показва, че мероприятия извън лентния сезон почти няма.

Обектите на културата са: Музеят на родината, Наследството на Милун Митрович, Музеят на отечеството във Врмджа и Родния дом-музей на Йошаница. Тези съоръжения се предлагат най-вече през лятото, когато работят всеки ден. През зимата тези обекти не се посещават от туристи, с изключение на организирани посещения.

Кино „Моравица“ е във фаза на реконструкция, но след приключване на работата, това съоръжение ще даде възможност за организиране на различни събития и през зимата. Залата

разполага с 250 места, със сцена и осветление, която позволява организирането на различни събития.

КОНГРЕСИ, СЕМИНАРИ И ТИЙМ БИЛДИНГ

Благодарение на дългогодишната традиция, значителния капацитет за настаняване и няколко различни конферентни зали в хотелите, Сокобаня предлага прекрасни условия за организиране на конгреси, семинари и други професионални събирания, както и за организиране на тийм билдинг. Оборудването на тези зали обаче не съответства на съвременните тенденции и е необходимо да се реновира.

#	Обект	Капацитет	Брой на конферентните зали	Брой на заседателните зали
1	Хотел „Моравица“	250	1	1
2	Специализирана болница „Баница“	100	1	
3	Хотел „Здравляк“ Забележка: Не работи през цялата година. Очаква се приватизация	250	1	1
4	Хотел „Сунце“ Забележка: Очаква се скоро да отвори	230	2	1

Възможност за пазаруване

Има около 15 бутика, няколко магазина за сувенири, магазини за бижута и модни аксесоари и производители на кожени изделия, здравословна храна и домашни продукти. Най-близкият търговски център е в Ниш на разстояние 60 км.

Туристически агенции

Според Туристическата организация на Сокобаня, в Сокобаня има 8 туристически агенции. Не всички туристически агенции обаче работят през цялата година. Нито една туристическа агенция няма лиценз за организиране на пътувания, но всички се занимават с прием и предоговаряне за пътуване с други туристически агенции.

Вършец

Вършец е известен спа курорт в северозападна България, в област Монтана. Минералните извори на Вършец са познати още от римския период, а лечебната вода се използва при сърдечно-съдови и нервни заболявания, обща профилактика и укрепване на организма. Статистическите данни за туристическата посещаемост са представени в следващите таблици:

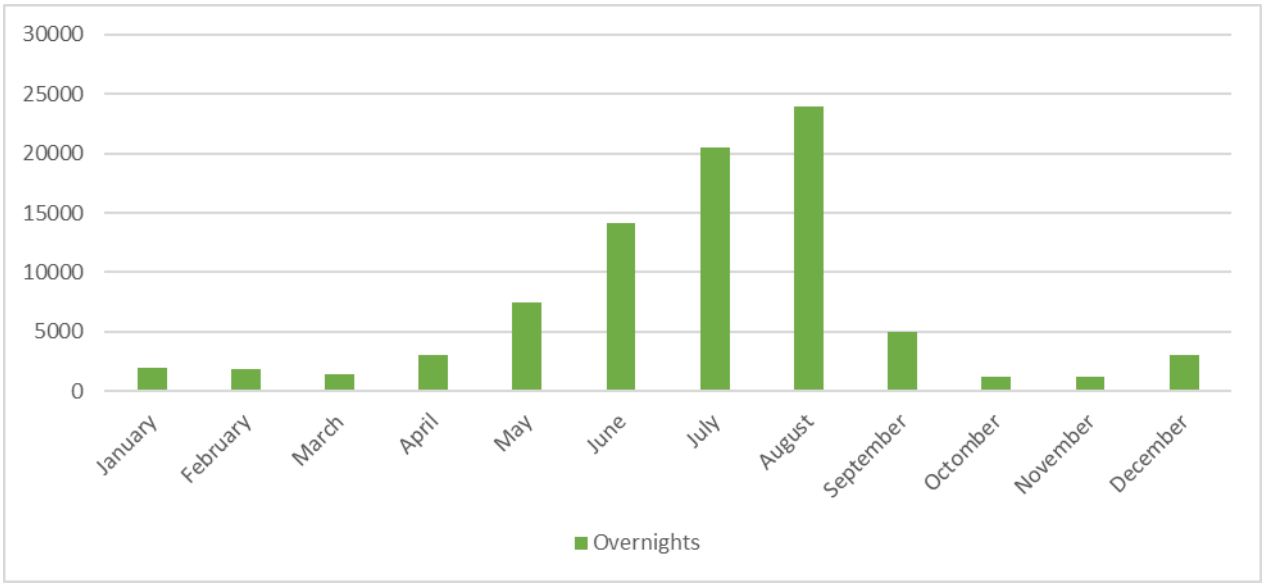
Посетители:

2010	**Вътрешни**	**16838**
	Чужденци	162
	Общо	**17.000**
2011	**Вътрешни**	24780
	Чужденци	220
	Общо	**25.000**

2012	**Вътрешни**	26200
	Чужденци	300
	Общо	**26.500**
2013	**Вътрешни**	31980
	Чужденци	520
	Общо	**32.500**
2014	**Вътрешни**	34355
	Чужденци	645
	Общо	**35.000**
2015	**Вътрешни**	54050
	Чужденци	950
	Общо	**55.000**
2016	**Вътрешни**	83700
	Чужденци	1300
	Общо	**85.000**
2017	**Вътрешни**	60650
	Чужденци	1350
	Общо	**62.000**
2018	**Вътрешни**	37500
	Чужденци	2500
	Общо	**40.000**
2019	**Вътрешни**	42000
	Чужденци	3500
	Общо	**45.500**

Според тези данни може да се заключи, че Сокобаня е два пъти по-посещаван от Вършец. Основният силен туристически сезон обаче съвпада.

Прегледът на реализираните нощувки по месеци във Вършец е представен в следната таблица:



Както в Сокобаня, така и във Вършец туристите пристигат предимно с кола (80%), както и с обществен транспорт. Има редовен транспорт до столицата София, областния център Монтана, Враца, Берковица и гара Лакатник. Международното летище София е на 100 км.

Според община Вършец, най-много туристи са от София (70%), останалите 30% са от по-големите градове в региона: Монтана (10%), Враца (15%), Видин (5%).

Структурата на туристите по различни критерии е представена в следната таблица:

По възраст	1-15	16-30	31-45	46-65	над 65
		10%	30%	60%	
По местоположение	До 50км	До 100км	До 150км	До 200км	над 200km
	25	70	5		
По интерес	бизнес	спорт	уикенд почивка	зимна ваканция	специални интереси
	10%	3%	67%	20%	5

Според данни от община Вършец петте основни причини за пристигането на туристи са:

1. минерална вода
2. красива природа
3. чист въздух
4. културни събития
5. спокойствие, тишина

Места за настаняване

Капацитетът за настаняване във Вършец е количествено значително по-малък, отколкото в Сокобаня, 723 легла през зимата, но качествено настанителната база във Вършец е на по-добро ниво.
В следващата таблица са показани местата за настаняване в община Вършец:

	Наименование на обекта	Вид на обекта	Брой легла:	Съоръжения и оборудване
1	СПА ХОТЕЛ „АТА”	Хотел ****	158	Вътрешен басейн, СПА и уелнес, детски кът
2	СПА ХОТЕЛ „МЕДИКУС”	Хотел ****	78	Вътрешен басейн, СПА и уелнес, детски кът
3	СПА ХОТЕЛ „СЪНИ ГАРДЪН”	Хотел ***	82	Вътрешен басейн, СПА и уелнес, детски кът
4	Балнеохотел ”Тинтява”	Хотел ***	90	Вътрешен басейн
5	Хотел ” Тинтява 2”	Хотел **	36	
6	Хотел „Чинарите“	Хотел **	60	
7	"Св. Георги"	Къща за гости	14	
8	"Берлин”	Къща за гости	23	
9	„Да Винчи“	Къща за гости	24	
10	“Лъчи“	Къща за гости	24	
11	„ Гарата”	Къща за гости	10	
12	„Елина”	Къща за гости	12	

13	„На капитана“	Къща за гости	16	
14	„Sunday house“	Къща за гости	10	
15	„Панорама 3 Д“	Къща за гости	10	
16	"Тянкови къщи"	Къща за гости	36	
17	” ВИК” ООД. - Монтана”	Къща за гости	22	
18	„Исаева къща“	Къща за гости	18	

Общият брой на заведенията за хранене и развлечение е 52, с капацитет 2994 места и са категоризирани, както следва: 1 звезда - 26, 2 звезди - 15, 3 звезди - 11.

		Брой обекти:
1	Брой ресторанти	11
2	Брой пицарии	
3	Брой традиционни ресторанти	
4	Брой заведения за бързо хранене	3
5	Брой барове/кафенета	30
6	Брой интернет кафенета	
7	Брой пъбове	6
8	Брой специализирани заведения за вино, китайска храна, мексиканска храна, и т.н...	
9	Брой нощни заведения	1
10	Брой дискотеки	1
11	Брой кетъринг фирми	

Туристически атракции

Най-важната туристическа атракция според община Вършец през зимата е пързалката със специално тефлоново покритие, която се посещава от около 400 посетители годишно.

Много атрактивен е и Градския парк в центъра на Вършец, както и местният музей и галерия, които са безплатни за посетители.

Възможност за активна почивка – спорт

Най-важното спортно съоръжение във Вършец е модерната многофункционална спортна зала, която предоставя отлични възможности за подготовка на спортисти и за спортни състезания. Всички спортни съоръжения се управляват от община Вършец. Съоръженията, които се използват през зимата са обобщени в следващата таблица:

#	Спортно съоръжение	Възможности за спорт (футбол, баскетбол.....)	Възможност за наемане
1	Многофункционална спортна зала	спортната зала е предназначена за волейбол, баскетбол, хандбал, тенис	да
2	Фитнес	Фитнес център в парка	абонамент
3	Фитнес на открито		безплатно

Събития

Няма много събития, организирани извън летния сезон.

Списъкът на събитията е представен в следната таблица:

	Наименование на зимното събитие	Вид на събитието	Местоположение	Брой посетители	Организатор	
1	ЙОРДАНОВДЕН	Хрисиянски празник	м. „Банския вир“, близо до минералната чешма	100	Община Вършец	Ритуал по спасяване на светия кръст
2	ТРИФОН ЗАРЕЗАН	Празник	Централен площад	150	Община Вършец	Традиционно състезание за най-добре направено домашно вино
3	ТРАНСГРАНИЧЕН ПРАЗНИК "ЗИМА, ЗВЕЗДИ И ВИНО"	Фестивал	Центъра на града	250	Община Вършец	Изложба-базар на местни производители и гости от Сокобаня и Вършец, както и богата концертна програма
4	ТОДОРОВДЕН	Хрисиянски празник	Местност близо до вършец	150	Община Вършец	Атрактивно състезание с коне
5	ТРЕТИ МАРТ – НАЦИОНАЛЕН ПРАЗНИК НА БЪЛГАРИЯ	Концерт	Централен площад	250	Община Вършец	Церемония по издигане на националния флаг, както и концертна част
6	НОВОГОДИШНИ ПРАЗНИЦИ	Празник	Централен площад		Община Вършец	

В допълнение към тези събития във Вршец се организират театрални представления на гост театри, както и местни театрални групи.

КОНГРЕСИ, СЕМИНАРИ И ТИЙМ БИЛДИНГ

Благодарение на висококачествените хотели, Вършец има значителни възможности за организиране на конгреси и семинари. Около 10% от посетителите през зимата се реализират по този начин, но със сигурност има място за по-нататъшно подобрение. Таблицата показва възможностите за конгресен туризъм:

#	Обект	Капацитет	Брой конферентни зали	Брой заседателни зали
1	СПА ХОТЕЛ „АТА”	100	1	1
2	СПА ХОТЕЛ „МЕДИКУС”	50	1	
3	СПА ХОТЕЛ „СЪНИ ГАРДЪН”	80	1	
4	Балнеохотел ”Тинтява”	60	1	

Възможности за пазаруване

Във Вършец има няколко магазина за дрехи, парфюми, потребителски стоки. Предлага богат избор от сувенири - поздравителни картички, магнити, тениски, шапки и други. Не може да се каже обаче, че Вършец е развит търговски център.

Туристически агенции

Според данните на община Вършец, на територията на общината не функционира нито една туристическа агенция.

SWOT Анализ – предимства и недостатъци на зимния туризъм

Силни страни	Слаби страни
• Традиции в туризма • Изградена марка • Изключителни природни ресурси за туризъм (термални минерални извори и геоморфологични стойности) • Наличие на зони за пикник в непосредствена близост • Богато културно и историческо наследство • Наличие на защитени природни ресурси • Благоприятни климатични условия • Здравословна природна среда • Наличие на предпоставки за екстремни спортове • Наличие на голям брой заведения за хранене • Автентична кухня • Голям брой места за настаняване • Значителни стимули за инвестиции в изграждането на хотели от по-висока категория - Сокобаня • Тенденция на непрекъснат растеж на посетителите и нощувките	• Изразена сезонност на туристическото търсене • Липса на предлагане на атрактивни съоръжения през зимата • Липса на туристически пакети и програми • Пренебрегват се съвременните тенденции на световния туристически пазар • Сравнително лоша инфраструктура • Липса на централно отопление през зимата • Неспазване на мерките за защита в защитените природни зони (многобройни примери за пренебрегване и замърсяване на околната среда) • Изоставени сгради и паметници държавна собственост - Сокоград, Ловна хижа • Недостатъчно подредени зони за пикник, пешеходни и велосипедни алеи • Недостатъчно използван капацитет за екстремни спортове • Недостатъчни туристически събития през зимата • Амортизиране на настанителната база (хотели) – Сокобаня • Недостатъчно развит селски туризъм • Ниско образован персонал и липса на качествено предлагане на услугите в туризма • Недостатъчно добре подготвен персонал за обслужване на чужденци • Липса на стратегически подход за маркетинг и промоция • Недостатъчен бюджет за реклама • Липса на сътрудничество между публичния и частния сектор в разработването на общ туристически продукт, създаването на цялостна търговска верига и маркетингови дейности • Липса на адекватни програми за субсидиране на микропредприемачите в туризма както на държавно, така и на местно ниво
Възможности	**Заплахи**
• Удължаване на туристическия сезон • Приватизация на съоръжения в несъстоятелност (Лептерия) • Възможност за отопление (Сокобаня) • По-добро използване на природните ресурси за туристически цели по устойчив начин • Развитие на спортно-рекреационен и приключенски туризъм • Развитие на селския туризъм • Развитие на конгресен туризъм	• Финансово и икономическо положение • Незнание за правилното използване на средствата от фондовете • Лоша приватизация в Сокобаня • Безконтролно строителство • Недостатъчен контрол на развитието на туризма и опазването на околната среда • Липса на иновации и нови технологии • Трайно обезлюдяване

• Разработване на нови спортни съоръжения - адреналинов парк, ски писта • Създаване на партньорства на регионално ниво, предимно за външни пазари • Реализиране на проекти • По-добра валоризация на околностите около летищата в Ниш и София • Ускоряване на процеса на интеграция на Република Сърбия в ЕС и възможност за използване на голям брой програми и проекти за подпомагане и финансиране на дейности в туризма	

Въз основа на горния анализ могат да се направят следните заключения:

1) Сокобаня и Вършец разполагат с възможности за развитие на туризма през зимата - атрактивна и разнообразна природна среда, автентична гастрономия и културно наследство, вековна традиция в туризма и изградена марка;

2) Необходимо е да се работи за преодоляване на слабостите, а именно: намаляване на сезонността чрез създаване на атрактивни съоръжения през зимата, изграждане на зони за пикник, пешеходни и велосипедни алеи, разработване на нови спортни съоръжения - адреналинов парк, ски пътеки и организиране на събития;

3) Необходимо е да се създадат туристически пакети и програми за зимния период, да се подобри маркетингът и да се работи за установяване на регионално сътрудничество, предимно за външни пазари;

4) Възможностите за развитие на зимното туристическо предлагане се изразяват в развитието на уелнес, спортно-рекреационен, приключенски, бизнес туризъм;

5) Заплахите са свързани с пасивността и некоординирането, както и с липсата на по-активна роля на местните власти в създаването на зимното туристическо предложение.

Със сигурност при проектирането на стратегическите направления и ключови инвестиционни проекти трябва да се имат предвид ефектите от глобалното затопляне и последиците от пандемията COVID-19.

ВИЗИЯ

Визията на развитието на зимен туризъм се основава на системата от правила, които представляват отговори на следните три въпроса:

В съответствие с тези детерминанти, Визията е:

Сокобаня и Вършец са развити туристически дестинации с конкурентно и атрактивно туристическо предлагане през цялата година, стимулиращи инвестициите, управляват развитието в целия си регион по устойчив начин, поддържат културното наследство и предлагат на своите гости автентичнст и преживявания на достъпни цени.

Очертаване на ключови туристически продукти

Както е дефинирано от Световната туристическа организация (UNWTO): „Туристическият продукт е комбинация от материални и нематериални елементи, както природни и културни, така и създадени от човека ресурси, атракции, съоръжения, услуги и дейности обединени от общ център на интереси, който представлява ядрото на маркетинговия микс на дестинацията и създава цялостно изживяване на посетителите, включително създаване на емоционални аспекти за потенциалните клиенти. Туристическият продукт се цени и продава по каналите за дистрибуция и има жизнен цикъл ".

Определянето на приоритетни продукти бе извършено въз основа на отговорите от въпросника, но също и от директни интервюта, за тези продукти, за които е реално, че могат да бъдат

комерсиализирани на пазара през следващите пет до десет години. В съответствие със Стратегията за развитие на туризма е дадена следната матрица:

Вид на стратегическата бизнес среда	Мотив, опит	Продукт/ дейност
УДОВОЛСТВИЕ	Забавете темпото, отпуснете се, насладете се, заредете се с енергия, намерете време за себе си, променете начина си на живот	Уелнес & СПА, гастрономия
ПРИРОДА	Избягайте от ежедневието, върнете се към природата, почувствайте се здрави и свободни	Природни паркове, наслаждавайки се на природата, селски туризъм, летен лагер
СПОРТ & ПРИКЛЮЧЕНИЕ	Усетете адреналина, изпитайте лимита на собствената си физическа издръжливост, бъдете готови да направите усилия	Туризъм, алпинизъм, колоездене, катерене, парапланеризъм, кънки, зимни спортове, спортни лагери
ЗДРАВЕ	Бъдете здрави, отпуснете се, живейте дълго, изглеждайте добре, направете нещо за собственото си здраве и добър външен вид	Медицински процедури, масаж, стоматология, упражнения, хранене програмата – Soko life, медитация
БИЗНЕС ТУРИЗЪМ	Бъдете успешни, срещайте се с други успешни хора, бъдете част от бизнес събития	Индивидуални командировки, конгреси, семинари, бизнес училища
КУЛТУРА	Научете нещо ново, получете нови исторически знания, открийте нови художници и литература, почувствайте се интелектуални	Забележителности, църкви, манастири, стари крепости, археологически обекти, местен фолклор и обичаи, музеи, събития

ЦЕЛИ НА РАЗВИТИЕ НА ТУРИЗМА И МОДЕЛА НА РАСТЕЖ

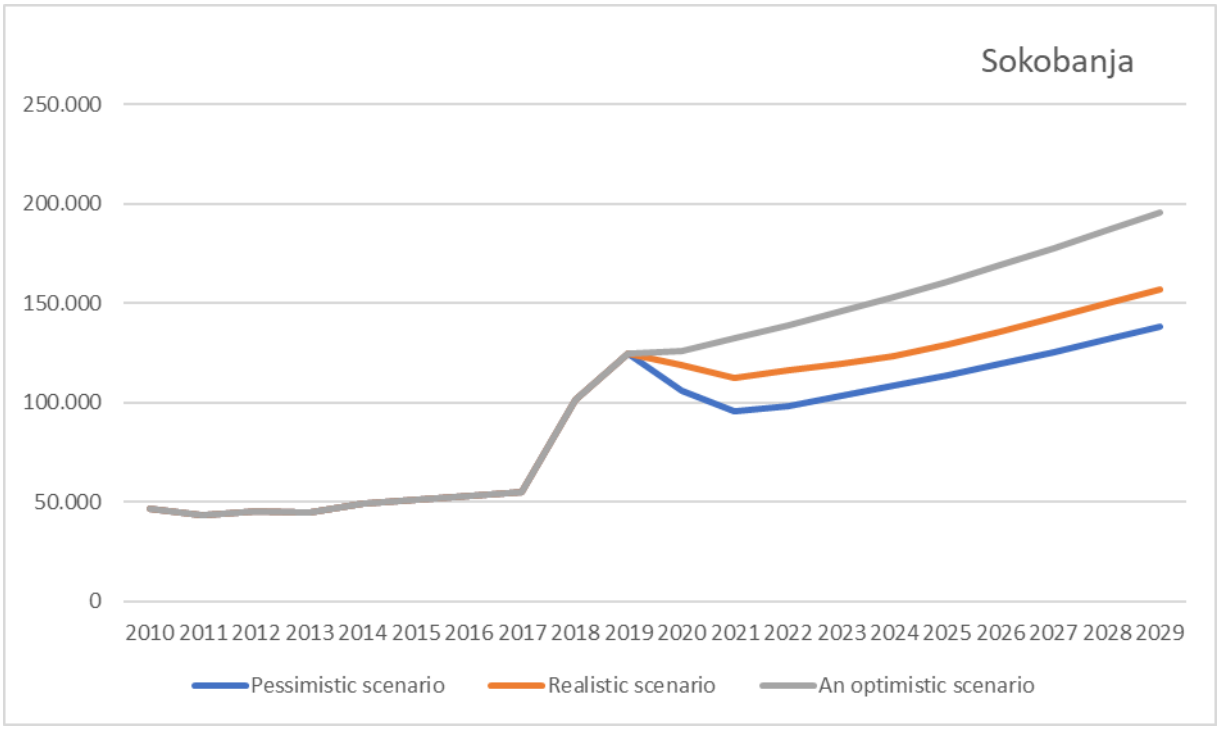
В следващия период Сокобаня и Вършец трябва да се съсредоточат върху няколко ключови цели за развитие на туризма през зимния период:

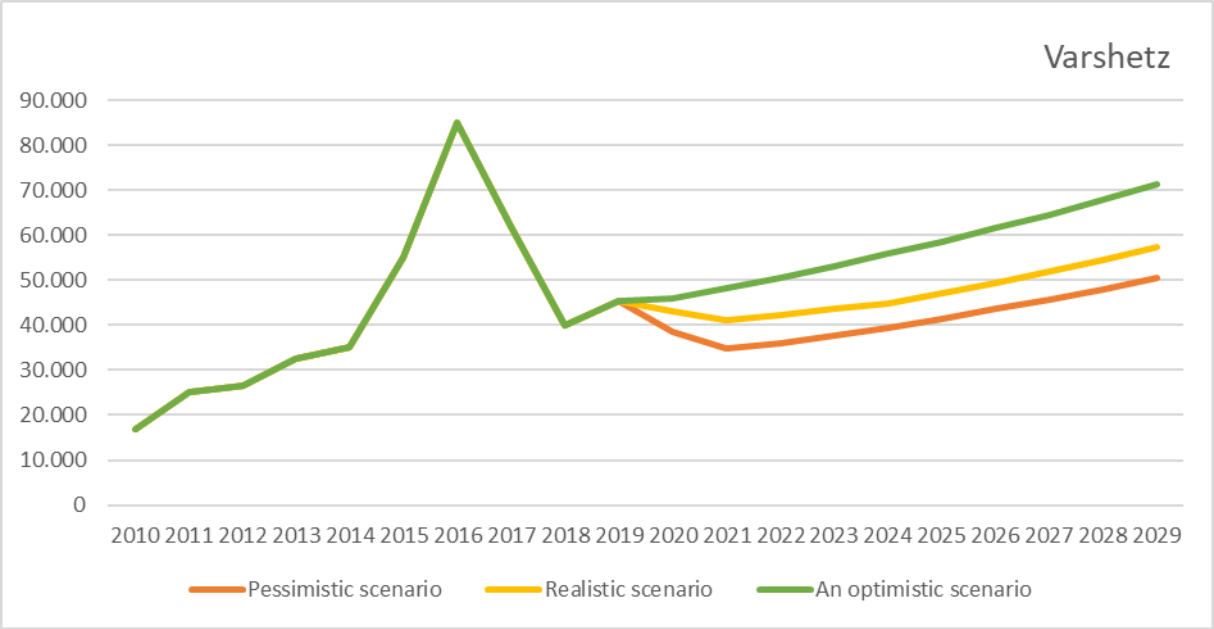
1. Повишаване на посещаемостта през зимния период чрез използването на привлекателността и конкурентоспособността на дестинацията извън летния сезон;
2. Адекватно позициониране на дестинацията на туристическия пазар през зимния сезон;
3. Устойчиво развитие на дестинацията - което предполага икономическото развитие на дестинацията при запазване на природните и културните ресурси и социални аспекти.

Моделът за растеж е много трудно да се прави по време на пандемията COVID-19, когато все още не са възможни точни прогнози и вече е ясно, че последствията ще са най-големите в туризма.

Освен това е много трудно да се създаде някакъв математически модел на растеж и ефект на умножение, защото не се води адекватна статистика на местно ниво.

В съответствие с наличните данни, дадени от двете общини, е възможно да се направи прогноза за броя на туристическите посещения, като: основен сценарий, песимистичен сценарий и оптимистичен сценарий.





Анализ на конкурентоспособността

Има няколко дефиниции за конкурентоспособност на туристическите дестинации, но можем да я обединим по следния начин:

Конкурентоспособността на туристическата дестинация може да се счита способността ѝ да увеличава разходите на туристите, да привлича значително повече туристи, предоставяйки им удовлетворяващи и запомнящи се преживявания и в същото време да прави това по печеливш начин, като същевременно подобрява благосъстоянието на жителите на дестинацията и запазва природните богатства на дестинацията за бъдещите поколения. (Ritchie& Crouch, 2003)

За да бъде една туристическа дестинация успешна, е необходимо да се задоволят два параметъра, а те са нейната конкурентоспособност и устойчивост, които трябва да бъдат взаимно подкрепящи и допълващи се.

Използвайки Диаманта на конкурентните предимства на М. Портър, ще анализираме следните елементи:

- Фактори на предлагането – насочени към предлагането в дестинацията: природни, културни и човешки ресурси, цените като фактор и ефективност на производството;
- Фактори на търсенето - размер на пазара и структура на пазара;
- Допълващи и поддържащи сегменти - достъпност на дестинацията чрез различни транспортни средства, възможности за паркиране, културни, развлекателни и спортни съоръжения, производство на сувенири, възможности за пазаруване, здравеопазване и др.;
- Стратегия, структура и конкуренция - условия за създаване, организиране и управление, както и характера на вътрешната конкуренция и наличието на стратегически план за развитие на туризма, подкрепян както от публичния, така и от частния сектор.

Разбира се, ситуацията, причинена от COVID - 19 пандемията, ще има дългосрочни ефекти върху оцеляването и по този начин върху конкурентоспособността на работещите в областта на туризма, а следователно и на самите туристически дестинации. Поради тази причина Стратегията за развитие на туризма трябва да бъде съобразена с тази обстановка.

Предлагането в Сокобаня и Вършец се основава на природните ресурси, т.е. великолепна природа, уникални пейзажи, чист въздух, културни събития и богата история. Със своето разнообразие от ресурси, Сокобаня представлява голям интерес за бъдещите посетители. Сегашните туристи, които посещават Сокобаня и Вършец са предимно местни туристи с по-скромни финансови ресурси, по този начин цените на предлагане са много по-ниски и се адаптират към такива клиенти. Като се има предвид, че при такива условия не може да се очаква голям брой туристи да генерират доходи, стратегическата цел на тези балнеоложки курорти е насочена към създаване на много по-изгодна оферта, която трябва да привлече по-взискателни, но по-добре платени клиенти. Туристите с добро финансово състояние очакват да вземат максимума от предлаганата услуга за най-кратко оптимално време. Ето защо стратегията за по-нататъшно развитие на туризма, предимно през зимния период, трябва да бъде насочена към подобряване на местата за настаняване и предлагането на кетъринг, създаването на различни атрактивни събития през този период и използването на природните ресурси при тяхното максимално запазване. Непокътнатата природна среда „На една ръка разстояние“ за туристите е най-голямото богатство на Сокобаня, която трябва да запази името си „Зеленото сърце“ на Сърбия и да потвърди концепцията, за която се стреми, а това е устойчивото развитие.

Местата за настаняване в Сокобаня трябва да оправдаят очакванията на туристите за един от водещите СПА курорти. В следващия период трябва да се създадат различни съоръжения за настаняване, от хотели с по-високи категории, тъй като те представляват основата на всеки туристически пазар до добре направени и атрактивни етно къщи. В Сокобаня определено липсват 4 или дори 5-звездни хотели с по-голям капацитет, които да позволят развитието на зимния туризъм, а също така и по-големи открити и закрити басейни с термална минерална вода, СПА центрове, фитнес зали, места за практикуване на различни спортове и др. В този ред на мисли интерес представлява откриването на 4-звездния Хотел „Сунце“. Приватизацията на хотел „Здравляк“ скоро ще приключи и ще се предлага настаняване от по-висок клас.

Структурата на заведенията за хранене и развлечение е сравнително добра. Гастро аспектът е като цяло нова тенденция в съвременния туризъм и предполага автентичност, високо качество, които да се допълват с останалите продукти, предлагани в Сокобаня. Вече съществуващо предимство без конкуренция е използването на домашно приготвени продукти, които съществуват в района.

Вършец към момента разполага с по-висококачествено предлагане за настаняване в хотелите. Няма голямо разнообразие на заведения за хранене и развлечение, което трябва да се подобри. Като цяло по-голямата част от доходите от туризъм се генерират от хотелите, докато настаняването в къщи и стаи за гости е сравнително по-слабо застъпено.

Пешеходните маршрути, алпинизмът и колоезденето са важни елементи на предлагането. Тъй като в околностите на Сокобаня има много зони за пикник, до които може да се стигне пеша, развитието на пешеходните зони са част от развитието на курорта. Поради тази причина е необходимо да се изградят или да се допълнят пешеходните зони и след това да се изградят зелени площи не само в Сокобаня, но и по пътя към зоните за пикник и около тях, а също и места за паркиране. Естествената среда на която се основава предлагането в Сокобаня се характеризира с подреждане, красота, автентичност и гледка, която е повече от привлекателна, с максимално уважение към опазването на природните и културните ценности. За да може да се задоволят максимално нуждите на туристите и да запомнят по-добре своите преживявания и впечатления, се препоръчва да се създаде система от специалисти за микро дестинации, например специалист по колоездене и т.н.

Предложенията за спорт са задоволителни, с тенденция за по-нататъшно развитие в съответствие с изискванията и тенденциите на туристите, особено през зимния период. В допълнение към това, акцентът е върху развитието на съоръжения за спортни лагери.

За да се допълни зимното предлагане, културните събития трябва да се осъществяват и през този период, поне под някаква форма, и да се активира излъчването им в цифров формат. Културните (музей на отечеството и други) и исторически ресурси (крепостта Сокоград и други) и забележителности са много важни, за да се подчертаят през цялата година, защото тези ресурси са основата на съществуването и автентичността на дестинацията, важни за културния туризъм, тематичните и учебните посещения.

Капацитетът за семинари и конгреси е сравнително слабо развит и не задоволява съвременните нужди и стандарти за този вид туризъм. С новите хотели и реконструкцията на старите ситуацията трябва да се промени значително и Сокобаня може да се превърне в дестинация, която ще може да се конкурира по-сериозно с другите в развитието на конгресния туризъм през зимния период.

Постоянният ръст на броя на посетителите, както и броят на нощувките през периода 2010-2019 г. показва, че Сокобаня е на правилния път и че чрез бъдещо разнообразно туристическо предлагане може да разчита на по-голям ръст на броя на туристите и през следващия период.

Като се има предвид, че 50% от посетителите са на възраст между 31-45 години, Сокобаня все повече се ориентира към потребителите, които биха искали да се насладят на природата и термалните води, да се отпуснат или да играят някакъв спорт и за тази цел в курорта се развиват дейности като адреналинови паркове, пътеки за спускане, зип лайн и други подобни.

Въпреки че най-голям брой туристи пристигат с кола и автобусните линии работят редовно. Въздушният транспорт до летището в Ниш е голямо предимство и потенциал, който все още не е използван достатъчно. Таксиметровата услуга е добре развита. Местата за паркиране трябва да са по- добре организирани и това ще бъде голямо предимство за Сокобаня.

Най-голям интерес проявяват местните туристи. Чуждестранният пазар все още не се използва, но за да влезе в този пазар Сокобаня, трябва да има адекватно предлагане. Увеличение на посещаемостта на чуждестранни туристи беше отчетено след пускането на местата за настаняване в международните системи за резервации като Booking.com, Airbnb и други, които сега се използват широко. За пристигането на организирани и по-големи групи определено трябва да се използва сътрудничество с чуждестранни оператори.

Селският туризъм е с голям потенциал за развитие в Сокобаня и Вършец. Определя се като туристическо пътуване с цел престой в селска среда и наслада от традиционните местни гастрономически специалитети и участие в ежедневните традиционни дейности на местното население. Фактът, че този продукт е подходящ за всеки сезон е особено важен, защото предлага ново изживяване, а от друга страна допълва впечатлението за дестинацията. Вършец, който разполага със средства от Европейския съюз, вече използва значителни средства за развитието на селския туризъм. Етно селата и етно домовете в района на община Сокобаня стават все по-важни, тъй като отговаряме на прилагането на Мярка 7 по Програма IPARD 2 от програмата на Република Сърбия. Всички населени места на община Сокобаня могат да се класират и да бъдат място на възможна инвестиция. Селският туризъм представлява добавена стойност към предлагането на Сокобаня, тъй като добавя емоционална нотка на престоя (селска среда, наслада на гастрономическите ястия и др.). Трябва да се има предвид, че тук е много важно да се създаде добър маркетинг, добро качество на офертата, но също така и хората трябва да са достатъчно обучени да дават информация, да бъдат в услуга на клиентите, винаги в добро настроение и приятни, за да направят впечатление, заради което туристите ще дойдат отново.

Сокобаня е една от петте най-посещавани дестинации в Сърбия. Освен големите градски центрове, които генерират голям брой посетители, основната конкуренция за Сокобаня са Върнячка баня и Златибор. И двете дестинации предлагат настаняване с по- високо качество в сравнение със Сокобаня, предимно хотели с по-висока категория, а също и туристическо предлагане с организирани дейности. Поради тази причина, за да бъде в крак с конкуренцията, предлагането на Сокобаня трябва да се основава на разнообразни дейности в дестинацията, на конкурентни цени и със сигурност да започне да измества фокуса си от гостите с по-малко пари и неорганизирано предложение към по-платежоспособни клиентите и добро управление на туристическата дестинация.

По-нататъшното развитие на Сокобаня и Вършец е немислимо без съвременните процеси и бързото технологично развитие, което влияе на туризма. Развитието на информационните и комуникационни технологии се превърна в необходимост и в този смисъл трябва да разгледаме подобни инструменти, преди всичко в областта на маркетинга, а също и да обобщим цялата необходима информация за туристите, което би направило тези курорти във всеки смисъл по-модерни и по-конкурентоспособни в сравнение с конкуренцията.

Частната инициатива е в начален етап и в двете общини и те трябва да продължат да създават среда, която ще насърчи тази инициатива. Въпреки че Сърбия няма много опит в създаването на публично-частни партньорства в областта на туризма, могат да се използват различни положителни примери. Необходимо е активно сътрудничество на частния и публичния сектор в този процес, особено при различни проекти и инициативи. Предполага се, че този тип партньорство ще получи своето пълно значение през следващия период.

При липса на образовани кадри в двете общини, възможността за създаването на компания за управление на дестинацията или създаването на партньорства с най-важните представители на частния сектор се превърна в необходимост и основната му роля би била в реализацията на вдъхновяващи и уникални преживявания в самата дестинация. Като се има предвид, че туризмът е основният икономически сектор както за Сокобаня, така и за Вършец, подобряването на знанията, уменията и способностите на служителите в туризма на дестинацията трябва да бъде наложително. Човешките ресурси са от решаващо значение за развитието на туризма и затова е необходимо непрекъснато да им се обръща голямо внимание и да се използват предимствата, предлагани от двойното образование като форма на средно професионално образование.

Човешките ресурси в туризма могат да се разглеждат от няколко аспекта: като създатели на туристически продукти, като професионални изпълнители, промоционални и планиращи дейности, като организатори и изпълнители на различни туристически атракции, като предлагащи настаняване и хранителни услуги в духа на сръбската традиция и др. и т.н.

Със сигурност в следващия период следва да се работи за разработването на възможности за по-нататъшно сътрудничество между Сокобаня и Вършец. Трудно е да се очаква създаването на оферта, в която туристите, които посещават един спа център, да посещават и другия за почивка. Но могат да се използват канали за промоция, както и обмен на опит и съвместно използване на различни фондове за по-нататъшно развитие на туристическите база.

ОСНОВНИ ИНВЕСТИЦИОННИ ПРОЕКТИ – ПЛАН ЗА ДЕЙСТВИЕ

ЦЕЛ 1: Увеличаване на посещаемостта през зимата чрез повишаване на атрактивността и конкурентоспособността на дестинацията извън летния сезон					
No	Проект	Управление на проекта	Прогнозна стойност EUR	Срок	Индикатори
Община Сокобаня					
1.1	Изграждане на кей на р. Моравица	Община Сокобаня / дарителски средства	3.000.000,00	2021-2029	Изпълнен проект, Решени имуществени отношения, Реализирани дейности - подредено речно корито с пешеходни и велосипедни алеи
1.2	Адреналин парк	Община Сокобаня / частен партньор	120.000,00	2021-2023	Сключен договор за строителство Реализирани работи на мин. 500м2
1.3	Спускане с въже над каньона Моравица	Община Сокобаня / частен партньор	200.000,00	2021-2024	Получено съгласие на от Института за защита на природата на Република Сърбия Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.4	„Пътят на желязото“ над каньона на река Моравица	Община Сокобаня / частен партньор	30.000,00	2022-2024	Получено съгласие на от Института за защита на природата на Република Сърбия Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.5	Висящ мост към Сокоград	Община Сокобаня / дарителски средства	150.000,00	2023-2026	Получено съгласие на от Института за защита на природата на Република Сърбия Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.6	Изграждане на градски целогодишен ски център с изкуствена повърхност - ски парк Соко	Община Сокобаня / Хотел „Моравица“	1.770.000,00	2022-2029	Подготвена проектно-техническа документация Реализиран доклад за работа / отчет за предаване
1.7	Оборудване на детски площадки в съответствие със стандартите за безопасност	Община Сокобаня	250.000,00	2020-2022	Разположение на 4 детски площадки в съответствие с Наредбата за безопасност - централен парк, парк в близост до училището , парк на Подина, Екстремна детска площадка -

					Банджика
1.8	Изграждане на сглобяема спортна зала в рамките на спортен център „Подина“	Спортно-възстановителен център „Подина“	250.000,00	2022-2025	Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.9	Зимна спортна магия - спортен фестивал	Спортно-възстановителен център „Подина“ Туриситческа организация, Сокобаня	5.000,00/год	2020-2029	Организиран двудневен спортен фестивал Минимум 200 участници
1.10	Организиране на културни събития през зимния сезон	Публична библиотека на Стефан Сремач Туриситческа организация, Сокобаня	6.000,00/год	2020-2029	Организирани минимум 3 културни събития Минимум 200 посетители
Община Вършец					
1.1	Реконструкция на спортни съоръжения	Община Вършец / дарителски средства	50.000,00	2020	Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.2	Обновяване на градския парк	Община Вършец / дарителски средства	50.000,00	2021	Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.3	Изграждане на Палеопарк и информационен център с изложбена зала във Вършец и създаване на съвместен туристически продукт "Трансграничен музей"	Община Вършец / дарителски средства	800.000,00	2021	Сключен договор за строителство Реализирани дейности
1.4	Зимен културен фестивал "Зима, звезди и вино"	Община Вършец / дарителски средства	5.000,00/год	2020-2029	Организиран 2-дневен зимен фестивал Минимум 200 участници
ЦЕЛ 2: Адекватно позициониране на дестинацията на туристическия пазар през зимния сезон					
Община Сокобаня					
2.1	Разработване на план за популяризиране на зимното туристическо предлагане	Туриситческа организация, Сокобаня	5.000,00	2021	Приет план за популяризиране
2.2	Изработка на рекламни материали	Туриситческа организация, Сокобаня	15.000,00	2021	Каталог на зимното туристическо предлагане, Каталог на събитията, зимна туристическа карта
2.3	Подобряване на туристическата информационна система	Община Сокобаня / Министерство на туризма	50.000,00	2020-2021	Преглед на съществуващата туристическа сигнализация, план и реализиране на подобренията, мобилно приложение за туристи

2.4	Обединяване на атракциите	Туриситческа организация, Сокобаня / Министерство на туризма	20.000,00	2022-2024	Създаване на туристическа карта - Сокобаня и партньори (създаване на стратегически бизнес зони)
2.5	Създаване на туристически пакети	Туриситческа организация, Сокобаня	10.000,00	2022-2023	Създаване на най-малко 3 пакета за зимния туристически сезон
2.6	Промоционални дейности в социалните мрежи	Туриситческа организация, Сокобаня	150.000,00	2020-2029	Създадена маркетингова кампания в Instagram Story, платена кампания в Youtube, платени банери в ежедневни портали, създадени промо материали за интернет
2.7	Модели за изграждане на капацитет и управление на дестинацията	Туриситческа организация, Сокобаня	10.000,00	2021-2022	Образование - професионално обучение и придобиване на умения, Разработен модел за управление на дестинациите
Община Вършец					
2.1	Разработване на план за популяризиране на зимното туристическо предлагане	Община Вършец / Туристически информационен център	5.000,00	2021	Приет план за популяризиране
2.2	Изработка на рекламни материали	Община Вършец / Туристически информационен център	15.000,00	2021	Каталог на зимното туристическо предлагане, Каталог на събитията, зимна туристическа карта
2.3	Подобряване на туристическата информационна система	Община Вършец / Туристически информационен център	50.000,00	2020 - 2023	Преглед на съществуващата туристическа сигнализация, план и реализиране на подобренията, мобилно приложение за туристи
2.4	Обединяване на атракциите	Община Вършец / Туристически информационен център	20.000,00	2020-2021	Създаване на туристическа карта -Вършец и партньори (създаване на стратегически бизнес зони)
2.5	Създаване на туристически пакети	Община Вършец / Туристически информационен център	10.000,00	2021-2023	Създаване на най-малко 3 пакета за зимния туристически сезон
2.6	Промоционални дейности в социалните мрежи	Община Вършец / Туристически информационен център	55.000,00	2020-2026	Създадена маркетингова кампания в Instagram Story, платена кампания в Youtube, платени банери в ежедневни портали, създадени промо материали за интернет
2.7	Модели за изграждане на капацитет и управление на дестинацията	Община Вършец / Туристически информационен център	10.000,00	2021-2022	Образование - професионално обучение и придобиване на умения, Разработен модел за управление на дестинациите

ЦЕЛ 3: Устойчиво развитие на дестинацията - икономическо развитие на дестинацията при запазване на природните и културните ресурси					
Община Сокобаня					
3.1	Възстановяване на средновековния град Сокоград	Институт за защита на паметниците на културата, Ниш / Община Сокобаня	1.500.000,00	2023-2029	Подготвена проектно-техническа документация Реализирани действия през 1-ва фаза
3.2	Изграждане на пешеходни пътеки по планините Озрен, Ртан и Девица (с поставяне на туристически табели, изграждане на зони за почивка)	Туриситческа организация, Сокобаня / Министерство на туризма	100.000,00	2021-2029	Изпълнен проект / Реализирани дейности / отчет за предаване
3.3	Изграждане на планински вело пътеки	Община Сокобаня / дарителски средства	70.000,00	2021-2029	Картографиран терен и спецификация на работата, Реализирани дейности, маркирани пътеки, рекламни материали
3.4	Подреждане на музея на родината	Публична библиотека на Стефан Сремач/ дарителски средства	200.000,00	2022-2025	Изпълнен проект / Реализирани дейности / отчет за предаване
3.5	Подреждане на наследството на Милун Митрович	Публична библиотека на Стефан Сремач/ дарителски средства	350.000,00	2022-2025	Изпълнен проект / Реализирани дейности / отчет за предаване
Община Вършец					
3.1	Изграждане на планински вело пътеки	Община Вършец / дарителски средства	70.000,00	2021-2029	Изпълнен проект / Реализирани ейности, картографирани и маркирани планински вело пътеки
3.2	Изграждане на пешеходни пътеки	Община Вършец / дарителски средства	100.000,00	2021-2029	Изпълнен проект / Реализирани дейности / отчет за предаване

УПРАВЛЕНИЕ

Терминът управление на дестинацията все повече се използва в контекста на съвременния туризъм. Този термин става особено важен от гледна точка на развитието на веригата на стойността, която би осигурила на туристите незабравимо изживяване. Поради сложността на туристическия продукт е необходимо внимателно и комплексно да се планира, организира и управлява туристическото предлагане, за да се направи туристическото предлагане на дестинацията конкурентоспособно в световен мащаб. Освен това въпросът за човешкият фактор е изключително важен за развитието на туризма, затова трябва постоянно да се грижим

за подобряването на човешкия ресурс. От голямо значение е да се следи развитието на конкуренцията в таза област по професионален и ефикасен начин.

Развитието на туризма и в двете общини се управлява от публичния сектор. В община Сокобаня инвестициите в развитието на туризма се осъществяват от общинска администрация. Създадена е Туристическата организация на община Сокобаня за насърчаване на туризма в съответствие със Закона за туризма. В община Вършец функционира Туристическия информационен център като част от общинска администрация. Общината има тясно сътрудничество в различни проекти с местната НПО „Местна инициатива Вършец“.

Изследванията показват, че потребностите на съвременното туристическо търсене постоянно се променят и че са обусловени от различни технологични, социални и пазарни фактори и тенденции. На нарастващата конкуренция и все по-взискателните гости създателите на туристическото предлагане трябва да създават нови, иновативни и интересни туристически продукти. Успешните туристически дестинации предлагат съчетанието от традиции с уникални изживявания. Поради тази причина от особена важност е качеството на управление на дестинацията, базирано на сътрудничеството на различни заинтересовани страни, както от публичния, така и от частния сектор и по различни начини да се даде възможност да се допринесе за създаването на интересни туристически изживявания. Освен това трябва да се направи значителен напредък в областта на маркетинга и управлението на дестинациите.

Успешните модели на управление на туристическите дестинации в света показват необходимостта от формализирано сътрудничество на частния и публичния сектор със силно и с течение на времето нарастващо влияние на частния сектор с цел създаване на добра корпоративна структура. Поради тази причина се предлагат два варианта за управление на туризма във всяка отделна дестинация, а на по-късен етап и създаването на стратегическото партньорство между двете общини.

Управлението на туризма в самите туристически дестинации се прилага чрез **формиране на публично-частно партньорство** по следния начин:

1. *„деликатно сътрудничество“* под формата на Съвет за развитие на туризма като нов механизъм за управление, който се занимава с развитието и управлението на туристическата дестинация в Сокобаня или Вършец.

   Формирането на Съвета като формален консултативен орган включва частни партньори (хотели, заведения за хранене и развлечение, алпинистки дружества, колоездачни клубове и др.,) които участват във вземането на всички решения в областта на туризма със задължителното становище на това Съвет.

2. *„Твърдо сътрудничество“* под формата на организация за управление на дестинацията, чиито учредители са както от публичения, така и от частения сектор. По този начин управлението на дестинацията е на по-високо ниво. В съответствие със Закона за туризма Организацията за управление на дестинации (DMO) е компания или друго юридическо лице, създадено с цел управление на туристическа дестинация (планиране, организиране, маркетинг и водещи), чиито учредители могат да бъдат от публичния или частния сектор. Имайки предвид, че партньорството е дългосрочен процес и че се развива и укрепва по време на изпълнението на съвместни проекти, е необходимо да се установят основите на системата за управление на дестинация.

Стратегическото сътрудничество между общините Сокобаня и Вършец предполага непрекъснато сътрудничество, което може да бъде организирано чрез **годишни / полугодишни** форуми, където участниците от тези двете общини да се срещат, да установят сътрудничество и да правят планове за следващия период. Форумите трябва да бъдат организирани по веднъж годишно във всяка община.

План за изпълнение на дейностите

Като се вземат предвид целите, заложени в тази програма, планът за изпълнение на дейностите следва да допринесе за:

- Удължаване на туристическия сезон и в двете общини;
- Увеличаване на броя на туристите в периода октомври – април, привличане на по-платежоспособни туристи и чужденци;
- Увеличаване на средния брой нощувки и средния престой за периода октомври – април

Препоръки за създаване на последователна маркетингова система, която да се прилага в двете общини:

Създаване на уникална марка	Сокобаня е изградила марката „Зелено сърце на Сърбия“. Тази марка обаче трябва да бъде адаптирана към туристическото предлагане през зимата. Марката на Вършец - „Градът на здравето“, също трябва да бъде адаптиран към зимното предложение.
Професионално управление на марката	Необходимо е да се осигури последователно и правилно прилагане на марката и визуалните стандарти според дефинирани критерии
Рационализиране на онлайн рекламата	Трябва внимателно да се прецени кои медийни и рекламни канали са най-ефективни, чрез измерване и контрол според зададените ключови показатели за успех. Трябва да се внимава с избора на канали предвид динамиката на развитие на туристическите продукти като се имат предвид ключовите пазари и сегменти.
Преглед на съществуващите и създаване на нови рекламни материали	Необходимо е да се синхронизират всички материали (визуално, съдържателно и информативно), като се спазват новосъздадените марки и тяхното приложение
Разработване на мултимедийна база	Създаване на база данни от мултимедийно съдържание, предимно фотографии, които трябва постоянно да се актуализират.
Фокус върху дигиталния маркетинг	Необходимо е да се приложи интегрирана онлайн стратегия, която предполага комбинация от използване на социалните мрежи, услугите на Google и инструменти за бюлетин в индивидуална мярка, която да съответства на поведението на целевата група
Маркетингово проучване	Професионални проучвания на пазара с цел вземане на бизнес решения и определяне на целевите пазари и групи.
Създаване на оперативен маркетингов и медиен план	Дефиниране на задачи и инструменти за популяризиране на дестинациите и осигуряване на желаното позициониране на пазара.

Наблюдения и оценка

Мониторингът включва систематичен и редовен мониторинг на напредъка в изпълнението на стратегията и плана за действие и измерване на напредъка, постигнат през наблюдавания период чрез мониторинг на показателите. Тоест, мониторингът наблюдава нивото на подготовка на предложените проекти и тяхното изпълнение по отношение на плана.

Редовната проверка на напредъка на програмата трябва да включва лицата, отговорни за оперативното управление и изпълнение, както и лицата, отговорни за вземането на ключови решения, от приемането на програмата и одобряването на резултатите от мониторинга до вземането на необходимите коригиращи мерки (т.е. Общинското събрание и / или Комитет за наблюдение, Общински съвет). Напредъкът, постигнат в изпълнението на програмата, трябва да бъде представен в годишния доклад за изпълнение.

Оценката помага да се определи стойността на програмата и проектите, които са изпълнени, но също така и да се подготви времева рамка за мониторинг на всяка дейност, определена от програмата. Тя се занимава по-подробно с различни аспекти, напр. оценява какви ползи са постигнати за гражданите, какви причини са довели до успех или провал и какво са научили по пътя. Оценката трябва да даде смислени препоръки за текущи интервенции или стратегическо планиране в бъдеще. Предлага се да се проведе непрекъсната оценка по време на изпълнението на програмата от Общинския съвет, за да се актуализира самата програма, като се има предвид, че програмата е създадена за десетгодишен период, както и последваща оценка след периода.

ОБЩИНА СОКОБАНЯ

Свети Сава 23, Сокобаня

www.opstinasokobanja.com

ОБЩИНА ВЪРШЕЦ

Бул. България 10, Вършец

www.varshetz.bg

Този документ е изготвен със съдействието на Европейския съюз чрез Програмата за трансгранично сътрудничество Interreg-IPA България-Сърбия, CCI No 2014TC16I5CB007. Съдържанието на този документ е отговорност единствено на Община Сокобаня и Община Вършец и по никакъв начин не трябва да се възприема като израз на становището на Европейския съюз или на Управляващия орган на Програмата