



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

СЪВМЕСТНА СТРАТЕГИЯ ЗА УСТОЙЧИВ ТУРИЗЪМ
за трансгранична област Елин Пелин и Лесковац
2021-2026

- Предизвикателствата днес – Възможности утре-

Място: Елин Пелин & Лесковац

Дата: Април 2021 година

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 <Център за развитие на Ябланица и Пчиня области в Сърби> 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



TURISTICKA ORGANIZACIJA LESKOVAC



**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.

Съдържание

Акроними и Съкращения	3
1. Увод.....	4
2. Методология.....	7
3. Устойчив туризъм	14
4. Ситуационен анализ	25
4.1 Елин Пелин.....	25
4.2 Лесковац	38
4.3 SWOT анализ.....	66
4.4 Анализ на конкурентоспособността	67
5. Съвместна Стратегия.....	75
5.1 Визия	75
5.2 Стратегически цели	76
5.2.1 Туристически продукти	78
5.2.2 Маркетинг	89
5.3 План за действие	93
6. Наблюдение и оценка	95
6.1 Показатели за устойчиво развитие на туризма	95
6.2 Институционална и организационна инфраструктура.....	97
7. Литература	101

Акроними и Съкращения

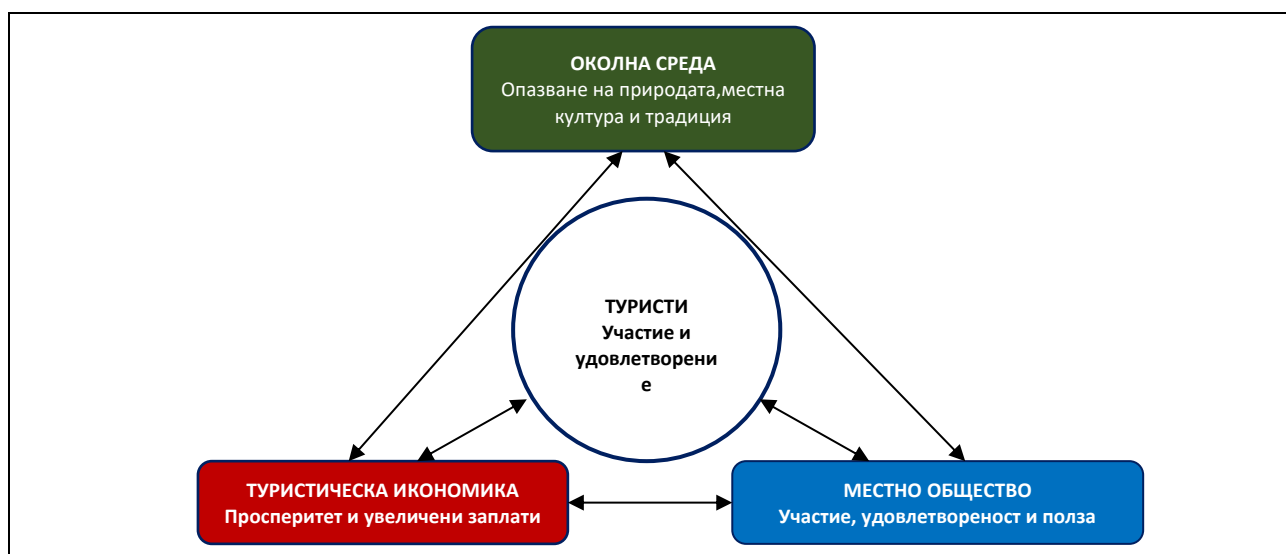
АПР	Агенция за търговски регистри
БВП	Бруто вътрешен продукт
ЕС	Европейски съюз
ИКТ	Информационно-комуникационни технологии
ИПА	Инструмент за предприсъединителна помощ
ЈЛС	Звено за местно самоуправление
МСП	Малки и средни предприятия
НПО	Неправителствена организация
НСИ	Национален статистички институт
ОЦД	Организация на гражданско общество
РДА	Регионална агенция за развитие
РЗС	Републикански статистически институт
РРА	Регионални агенции за развитие
РС	Република Сърбия
ТО	Туристическа организация
COVID-19	Болест предизвикана от корона вирус (Coronavirus Disease 2019)
DG	Генерална дирекция на Европейската комисия
MICE	Бизнес и конгресен туризъм (срещи, поощрителни пътувания, конференции и изложби / събития)
OECD	Организация за икономическо сътрудничество и развитие (Organisation for Economic Co-operation and Development)
PKS	Търговска камара на Сърбия
UNESCO	Организация на ООН за образование, наука и култура (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
UNWTO	Световната организация по туризъм на ООН
WTTC	Световен съвет за пътувания и туризъм (World Travel and Tourism Council)

1. Увод

Пътуванията и туризмът са един от най-големите сектори в света, които движат социално-икономическото развитие и създаването на работни места. В допълнение към създаването на работни места, туризмът помага за развитието на връзки между обществата. Туризмът генерира 9,5% от БВП и представлява 11,20% от общата заетост в Европейския съюз. Чрез преки, косвени и индуцирани ефекти в икономиката туризмът създава работни места за 26 милиона души в ЕС, особено за млади хора, жени и хора с мигрантски произход. Европа запазва лидерството си на световния туристически пазар. Международният туризъм представлява 6% от общия износ на ЕС и 22% от износа на услуги. Конкурентоспособността на туристическия сектор е тясно свързана с неговата устойчивост, тъй като качеството на туристическите дестинации е силно повлияно от тяхната природна и културна среда и тяхната интеграция в местната общност. Устойчивостта на туризма обхваща редица аспекти: отговорното използване на природните ресурси, като се отчита въздействието на дейностите върху околната среда (производство на отпадъци, водно налягане, земя и биологично разнообразие и др.). Следователно туризмът като социално и икономическо явление, т.е. икономическа дейност, е най-пряко изложен на постоянни и силни промени. Тези промени са резултат от адаптирането на туристическата индустрия към световните икономически, технологични, комуникационни, информационни, климатични, социално-психологически и други промени. Правилата на играта и ключовите фактори за успех в туристическата индустрия се променят, както се вижда от появата на нови дестинации на глобалната туристическа карта. Промените в продължителността на живота, работното време, начина на живот, начина на избор и закупуване на туристически пътувания и особено цените на транспортните услуги, революционно променят парадигмата на еднократните пътувания поради почивки. Диверсификацията и постоянните продуктови иновации, опит и емоции, търсенето на нови преживявания, пътуванията за култура и образование се превърнаха в нови стандарти и пазарни факти, без които вече не е възможно да се играе в световната туристическа индустрия. Разпознавайки факта, че всяко евро, похарчено за туризъм, генерира допълнителни 3 евро чрез икономиката, правилното и устойчиво управление е основата за признаване и умножаване на положителните ефекти на туризма върху икономиката. Ето защо туризмът е важен за трансграничната зона България - Сърбия, както и за община Елин Пелин и град Лесковац. Interreg - Програма за трансгранично сътрудничество IPA България-Сърбия чрез приоритетната ос устойчив туризъм, финансира проекти, които допринасят за развитието на устойчив туризъм и създаването на трансгранични туристически продукти. Туризмът представлява възможност за развитие на община Елин Пелин и град Лесковац. Гастрономическият фестивал „Седмицата на скарата в Лесковац“ е потвърден като едно от основните кулинарни събития в Югоизточна Европа. В допълнение към този фестивал през последните няколко години значение придоби и фестивалът "Дни на лесковашката мучкалица". Традиционният фолклорен фестивал "Дни на Шопите" в община Елин Пелин е един от много популярните национални фестивали, организирани в България. Всяка година голям брой посетители се наслаждават на магията на този фестивал, чиято основна цел е да отпразнува традицията и културното многообразие. Фестивалите и събитията оказват голямо влияние върху имиджа на граничната зона като туристическа дестинация и предоставят възможности за развитие на трансгранични партньорства, базирани на синергии и взаимни ползи. Разпознавайки тези възможности, общините Елин Пелин, България, Туристическата организация на Лесковац, Сърбия и Центърът за развитие на областите Ябланица и Пчиня в Сърбия (оттук нататък: партньори по проекта) съвместно изпълняват проекта „Магия на синергиите“ (№ СВ007.2.12 002) в рамките на програмата Interreg - програма IPA за трансгранично сътрудничество България - Сърбия. Тази съвместна инициатива има следните цели: i) Създаване на синергичен ефект от съвместни действия на туристическите участници в областта на свързването на фестивали, разработване на съвместни политики за развитие на туризма и нови туристически продукти в граничната зона на Елин Пелин и Лесковац ; ii) Прилагане на маркетингови дейности, насочени към туристически оператори и доставчици на туристически услуги във връзка с популяризирането на общ туристически продукт; iii) Увеличаване капацитета на туристическите участници в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац за прилагане на модел за устойчиво развитие на туризма чрез обмен на най-добри практики, опит и знания. Проектът се фокусира върху това как общностите могат съвместно да разработят общи политики за развитие на туризма и нови туристически продукти / услуги.

Валоризацията на синергията между фестивалите се осъществява чрез съвместната работа на ключови туристически действащи лица от Елин Пелин и Лесково и партньори по проекта по разработване на съвместни политики за развитие на туризма и разработване на нови съвместни трансгранични туристически продукти / услуги. Целта на тези политики е да идентифицират и разработят модели за устойчиво развитие на туризма в трансграничния район на Елин Пелин и Лесковац. Общите политики за развитие на туризма трябва да допринесат за увеличаване на капацитета на местните общности за стратегическо планиране, управление и ефективно използване на потенциала в областта на нематериалното наследство и туризма. Аналитичната основа за разработването на тези политики е реализираното изследване „Диагностика на веригите на стойността в туризма“. Целта на това изследване беше да се оцени и анализира настоящата ситуация в туристическия сектор в трансграничната зона на Елин Пелин България и Лесковац Сърбия. В този конкретен случай подходът на веригата на стойността е използван като средство за идентифициране на заинтересованите страни, отношенията на властта и икономическите ползи, свързани с туристическите предложения в Елин Пелин и Лесковац. Диагнозата на веригите за създаване на стойност в туризма показва достоверни Пътища към просперитет и перспективи за устойчиво развитие на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Тъй като планирането е ключов инструмент за осигуряване на развитието, маркетинга и управлението на устойчив туризъм, партньорите по проекта стартираха процес на стратегическо планиране, водещ до разработването на Съвместна стратегия за устойчив туризъм за трансграничния район Елин Пелин и Лесковац 2021- 2026 (по-долу: Съвместната стратегия). Целта на тази съвместна стратегия е да идентифицира и разработи модел за устойчиво развитие на туризма в трансграничния район на Елин Пелин и Лесковац. Това е модел, който допринася за повишаване на конкурентоспособността и по-силно пазарно позициониране на дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Съвместната стратегия е резултат от няколкомесечна работа и ангажираност на представителите на туристически участници от Елин Пелин и Лесковац. Чрез усилията на всички участници в процеса на изготвяне на съвместната стратегия са определени приоритети, цели за развитие и е определен конкретен план за действие. Планът за действие е жив организъм, който съдържа всички основни елементи, необходими за развитието на социално желани и устойчив туризъм, но той не е твърд и непроменим, а приспособим към реалното време и позволява приспособяване към удовлетворението на всички заинтересовани страни. Участието на заинтересовани туристически участници и устойчивото развитие са основните принципи, прилагани в процеса на стратегическо планиране.

Илюстрация 1. Модел на устойчиво развитие на туризма в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац



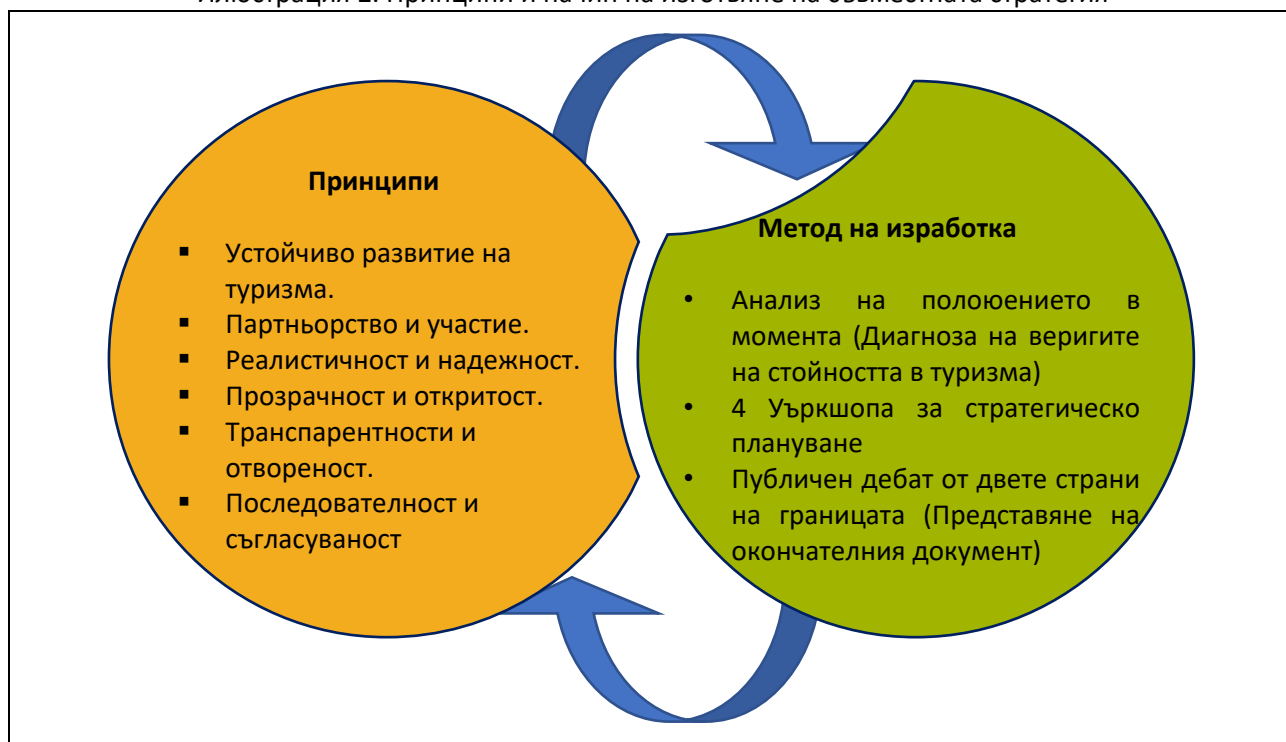
Процесът на стратегическо планиране включва туристически субекти, които са преки и непреки участници във веригата на стойността на туризма. В този смисъл беше сформирана Съвместна работна група за туризъм, която се състои от представители на 10 туристически участници от Елин Пелин и 10 туристически участници от Лесковац.

Непосредствените цели на съвместната работна група по туризъм са i) създаване на синергичен ефект от съвместно влияние на туристическите действащи лица в областта на свързването на фестивали, разработване на общи политики за развитие на туризма и нови туристически продукти в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац и ii) увеличаване на капацитета на туристическите участници в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац за прилагане на модела за устойчиво развитие на туризма чрез обмен на най-добри практики, опит и знания. Оперативно наблюдавано, Съвместната работна група по туризъм с активното съдействие на членовете на екипа по проекта на партньора по проекта 3 (Център за развитие на областите Ябланица и Пчиня Лесковац) разработи Съвместната стратегия. Съвместната работна група по туризъм е приела модел за развитие (илюстрация 1.), който представлява баланс между търсенето на туристическия пазар и укрепването на местната общност и предоставя рамка и насоки за действие на заинтересованите страни за постигане на целите за развитие.

2. Методология

Намирането на точния баланс между автономното развитие на дестинациите и тяхната защита, от една страна, и развитието на конкурентна икономическа дейност, от друга, е предизвикателство. Устойчивото развитие на дестинацията предполага защита, подобрене, устойчиво използване на съществуващите природни и създадени ресурси и валоризация на съществуващите туристически потенциали. Методологията за изготвяне на съвместната стратегия се основава на прилагането на тази концепция и намирането на оптималната форма на развитие на туризма, която няма да влоши ресурсите, за да могат бъдещите поколения да отговарят на техните туристически нужди. Вземайки предвид заявената концепция, са приложени принципите и процедурите за изготвяне на Съвместната стратегия, които с ефективното участие на заинтересованите страни предоставят решения за устойчивото развитие на туризма.

Илюстрация 2. Принципи и начин на изготвяне на съвместната стратегия



Принцип на устойчиво развитие на туризма: Устойчивият туризъм се основава на интегрален и сложен подход, който поставя еднакъв акцент върху опазването на околната среда, утвърждаване на социалната цялост, подхранване на културните характеристики на местното население, оптимално задоволяване на туристическите нужди и икономическа печалба. Тези принципи на устойчивост бяха приложени по време на разработването на Съвместната Стратегия. Прилагането им гарантира оптималното използване на екологичните ресурси, които съставляват елементите на развитието на туризма, чрез подкрепата на важни екологични процеси и защитата на природното наследство и биологичното разнообразие. Предложените интервенции зачитат социално-културната оригиналност на местните общности от двете страни на границата, защитават тяхното културно наследство и традиционни ценности и допринасят за културното разбиране и толерантност. Съвместната стратегия предоставя решения, които осигуряват дългосрочен икономически растеж, осигурявайки икономически ползи за всички съответни участници в процеса на стратегическо планиране.

Принцип на партньорство и участие: Той включва участието на представители на публичния, частния и гражданския сектор във всяка фаза на стратегическото планиране. По време на разработването на този съвместен документ за развитие са включени ключови туристически участници от Елин Пелин и Лесковац. Принципът на партньорство е приложен чрез създаването на Съвместна работна група по туризъм.

Тази група се състои от представители на 10 туристически участници от Елин Пелин и 10 туристически участници от Лесковац. Участниците са бизнес субекти, туристически организации, субекти, които управляват природното и културното наследство, местните власти и други специфични субекти, които влияят върху развитието на туристическа дестинация. Партньорството се основава на доброволното участие на тези туристически участници. Устойчивият туризъм изисква информиране на всички участници в туризма и вземане на решения с консенсус. Участието на заинтересованите страни беше отразено чрез дискусии и постигане на консенсус по важни въпроси за развитието.

Принцип на реалистичност и надеждност: Съвместната стратегия има за цел да предложи модел за устойчиво развитие на туризма и намеса въз основа на съответните налични данни и информация. Съвместната стратегия се основава на анализ на вътрешната и външната среда, включително последните световни тенденции в развитието на туризма. Подходът се основава на фактите и характеристиките на туристическите дестинации на Елин Пелин и Лесковац, което предполага зачитане на икономически, социални, културни, пространствени, екологични, регионални, административни и други възможности и ограничения при планирането. Данните, въз основа на които се разработва този стратегически документ, са резултат от изследване, проведено в рамките на "Диагностика на веригите на стойността в туризма". За целите на изготвянето на този стратегически документ бяха проведени допълнителни анализи на участието и консултации със заинтересованите страни. Също така, за целите на изготвянето на този документ бяха използвани проучвания от значение за развитието на туризма, които бяха обект на проекти на Европейския съюз, Световния съвет за пътуване и туризъм и Световната организация по туризъм на ООН.

Принцип на прозрачност и откритост: Включването на обществеността е принцип, без прилагането на който не е възможно да се очаква високо ниво на стратегически документ. А именно, създаването на имидж на туристическа дестинация не е възможно без готовността да се привлече обществеността в различни действия за повишаване на качеството на туристическите услуги на цялата територия на дестинацията. Туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац не могат и не трябва да разчитат на туризъм в изолирани оазиси за гостите, а напротив, те трябва да осигурят система от интересни туристически преживявания на цялата им територия. Съвместната стратегия е изготвена в рамките на прозрачен и консултативен процес с всички заинтересовани страни. Резултатите от изследването "Диагностика на веригите на стойността в туризма" и информация за работата на Съвместната работна група по туризъм са публично публикувани на уебсайтовете на партньорите по проекта. Проектът на съвместна стратегия също е публикуван и публикуван на уебсайтовете на партньорите по проекта. Черновата на съвместна стратегия също е публикувана и е достъпна на уебсайтовете на партньорите по проекта. Всички публикувани публикации са на български, сръбски и английски език. В края на процеса на изготвяне на съвместната стратегия бяха организирани публични дебати по проекта за стратегически документ в Елин Пелин и Лесковац. На широката общественост беше дадена възможност да изпраща становища, мнения и предложения за подобряване на проекта на Съвместна Стратегия.

Принцип на последователност и съгласуваност: Съвместната стратегия е интегрирана в по-широка стратегическа и планова рамка за развитие на туризма. По време на разработването на Съвместната стратегия бяха консултирани следните основни документи: Програма 2030, Европа 2020, Европа - световна туристическа дестинация № 1. Програма за трансгранично сътрудничество IPA България-Сърбия, Стратегия за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 и Стратегия за развитие на туризма на Република Сърбия 2016-2025 г. Повече подробности за тези документи в частта стратегическа рамка за развитие на туризма.

Стратегическа рамка: Съвместната стратегия допринася за постигането на целите на политиката за развитие на туризма на глобално, европейско и национално ниво. Глобалната рамка за развитие на туризма е изложена в Програма 2030. Това е глобална програма за развитие, която насърчава целите на устойчивото развитие чрез мобилизиране на ресурси за изкореняване на бедността, неравенството и осигуряване на адекватен отговор на изменението на климата.

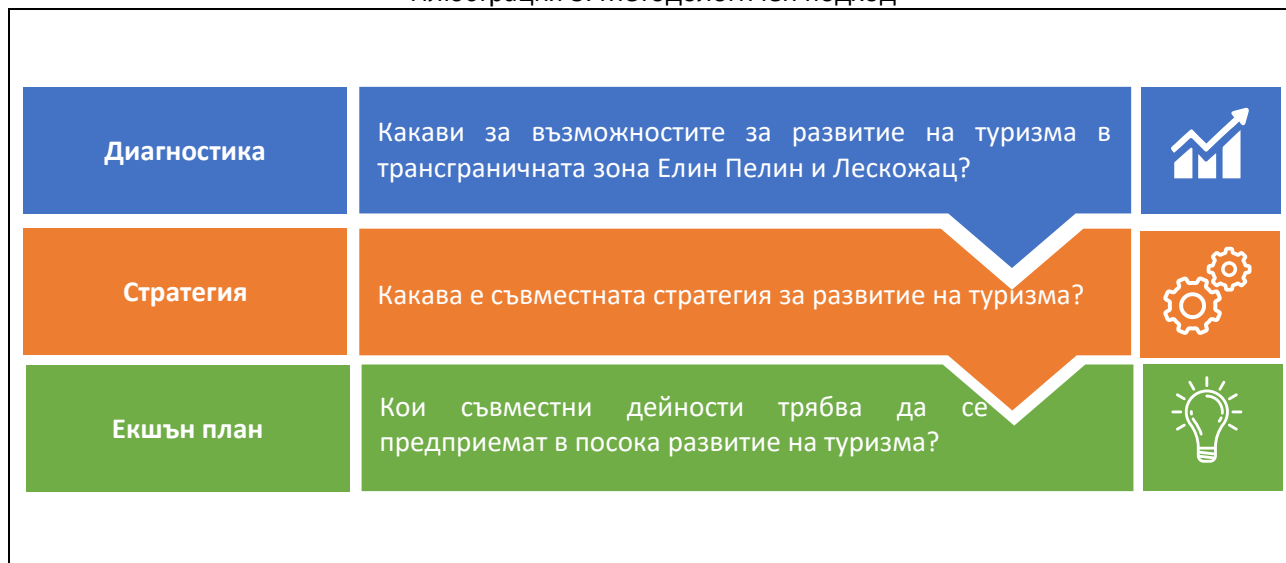
Принципът на устойчивия туризъм е проникнат през всички дейности на Съвместната стратегия и той пряко допринася за постигането на цел 8.9 от Програмата за 2030 г. за разработване и прилагане на политики през 2030 г. за насърчаване на устойчив туризъм, който създава работни места и популяризира местната култура и продукти. Той също така допринася за постигането на подцел 12.b Разработване и прилагане на инструменти за наблюдение на въздействието на устойчивото развитие върху устойчивия туризъм. Съвместната стратегия допринася за целите на Европейската стратегия 2020 (P1 Устойчив растеж) чрез създаване и прилагане на публични политики, които насърчават устойчивия туризъм, изграждат човешки капацитет в туризма, провеждат туристическа валоризация на нематериалното културно наследство (фестивали) и популяризират местната култура. Съвместната стратегия е хармонизирана със стратегията на Европейското териториално сътрудничество, тъй като дава възможност за по-добро използване на потенциала за развитие на нематериалното културно наследство. Съвместната стратегия е в съответствие с политическата рамка „Европа - световна туристическа дестинация № 1“ за туризма в Европа (COM / 2010/0352 окончателен)¹. Тази туристическа стратегия на Европейския съюз определи четири приоритетни области за действие: i) стимулиране на конкурентоспособността на европейския туристически сектор; ii) развитие на устойчив, отговорен и висококачествен туризъм; iii) консолидиране на имиджа и профила на Европа като набор от устойчиви и висококачествени дестинации; iv) максимизиране на потенциала на финансовите политики и инструменти на ЕС за развитие на туризма. Насоките на този документ са хармонизирани с основния стратегически документ „Европа 2020“ и са предназначени да повишат конкурентоспособността на туристическия сектор и да подобрят капацитета за устойчиво развитие. Значителна част от планираните дейности в Съвместната стратегия са посветени на диверсификацията и подобряването на качеството на туристическите продукти, както и на повишаването на капацитета на участниците в сферата на туризма. Тъй като иновациите са ключов фактор за конкурентоспособността, силен акцент се поставя върху използването на нови ИКТ решения в туризма. Съвместната стратегия подчертава значението на популяризирането на нематериалното културно наследство, като предлага нова платформа за сътрудничество между туристическите действащи лица и укрепване на връзката между общностите в граничните райони. Съвместната стратегия допринася за целите на Програмата за трансгранично сътрудничество IPA България-Сърбия (2014-2020 г.), като създава основа за развитие на устойчив туризъм и изгражда модел на трансгранично сътрудничество между туристическите участници от Елин Пелин и Лесковац. Съвместната стратегия интегрира идеите и действията на туристическите участници от двете страни на границата. Тя основно съдържа действия, които заинтересованите страни от Елин Пелин и Лесковац осъществяват съвместно на територията, обхваната от стратегическия документ. Областта на Съвместната стратегия включва административната територия на община Елин Пелин и град Лесковац. Тази трансгранична зона обхваща площ от 1458,01 km² или 3,32% от територията на Програмата за трансгранично сътрудничество IPA България - Сърбия. Съвместната стратегия предлага решения на идентифицираните общи проблеми на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Приоритетите и целите на съвместната стратегия са специално насочени към постигане на съгласуваност и допълване с националната стратегическа рамка. В този смисъл той е хармонизиран със Стратегията за устойчиво развитие на туризма в България 2014-2030 и Стратегията за развитие на туризма на Република Сърбия 2016-2025). Предприемането на съвместни действия от страна на туристическите участници допринася за укрепване на съществуващия потенциал в сферите на туризма, културното и природното наследство чрез изпълнение на съвместни инициативи за брендиране и популяризиране на съществуващи и нови туристически продукти и разнообразяване на туристическото предложение.

Методологичен подход: Стратегическото планиране е систематичен процес на идентифициране на рационални нужди, изграждане на връзки и съгласуване на приоритетите между ключовите заинтересовани страни, комбиниране на дългосрочна перспектива (визия и цели) и краткосрочни мерки (проекти, които могат да бъдат изпълнени в рамките на предварително определен период, до 5 години).

¹ Източник: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/?uri=celex%3A52010DC0352>.

Съвместната стратегия върви в посока модернизация и развитие на туристическото предложение на дестинациите Елин Пелин и Лесковац чрез системата на отговорно планиране и чрез прилагане на решения, изградени върху техните собствени предимства, потенциали и предизвикателства на глобалната конкуренция. Избраният методологичен подход (илюстрация по-долу) дава отговори на основните общи предизвикателства за развитие.

Илюстрация 3. Методологичен подход



Подходът се основаваше на добро разбиране на изходните точки и предизвикателствата, които трябва да бъдат преодоляни. Същността на този подход на участие е, че стъпка по стъпка, от широка картина на текущата ситуация, със събиране на необходимата информация и подробен анализ на данни, се стига до конкретни проекти, изпълнението на които ще доведе до видими и измерими подобрения в туризъм. Използвайки метода на анализа на участието, на семинарите бяха обсъдени привлекателността и конкурентоспособността на дестинациите, както и пазарното позициониране на потенциалните продукти. За тази цел бяха използвани инструменти за оценка под формата на матрици. По този начин анализът на конкурентоспособността в областта на туризма беше извършен по начин на участие. Освен това чрез обединяване на констатациите за дестинациите на Елин Пелин и Лесковац бяха създадени точки на синергия, които са в основата на планираните съвместни интервенции. Този метод изследва възможността за комбиниране на различни видове туризъм с цел постигане на по-добри резултати в туристическия бизнес или някои видове туризъм са анализирани от гледна точка на различните целеви групи. Методът за анализ на съдържанието на документа е използван за анализ на събраните данни. Извършен е анализ на наличната литература, изследователски статии, стратегически документи, свързани с въпросните туристически дестинации. Като подходящи източници на данни бяха използвани статистически данни, научни статии от няколко области, архивна документация и интернет презентации на национални и регионални образувания, местни самоуправления и други съответни институции. Разработването на Съвместната стратегия се основава на участието на всички важни туристически участници и принципите на съвместно развитие на туристическия потенциал на дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Процесът на изготвяне и приемане на съвместната стратегия се състои от няколко фази и дейности, които са взаимосвързани. Преглед на процеса на изготвяне на Съвместната Стратегия е даден в таблицата 1.

Анализ на текущата ситуация - Диагностика на веригите на стойността в туризма: Съвместната стратегия се основава на специфичен анализ и идентифицира нуждите на трансграничния район на Елин Пелин и Лесковац. За да се постигнат надеждни резултати и оперативни решения, бяха проведени изследвания и бяха проведени консултантски процедури. Аналитичната основа е реализираното изследване „Диагностика на веригите на стойността в туризма“. Районът на реализираното проучване е територията на община Елин Пелин (оттук нататък: Дестинация Елин Пелин) и територията на град Лесковац (оттук нататък: Дестинация Лесковац).

Целта на това изследване беше да се оцени и анализира настоящата ситуация в туристическия сектор в трансграничната зона на Елин Пелин България и Лесковац Сърбия. В този конкретен случай подходът на веригата на стойността е използван като средство за идентифициране на заинтересованите страни, отношенията на властта и икономическите ползи, свързани с туристическите предложения в Елин Пелин и Лесковац.

Таблица 1. Процес на изработка на Съвместна стратегия

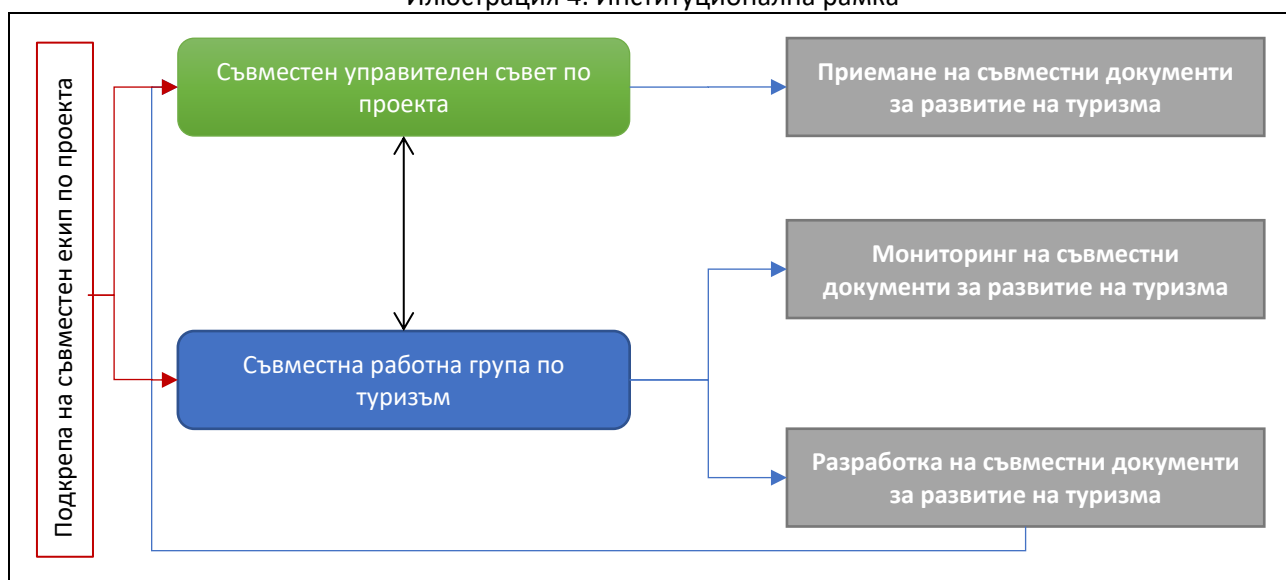
№	Наименование на дейността	Описание на дейността	Време на реализация
1	Анализ на текущата ситуация - Диагностика на веригите на стойността в туризма	Събиране и анализ на данни, свързани с оценката на ситуацията в туристическия сектор в трансграничната зона на Елин Пелин и Лесковац. Анализът съдържа всички най-важни количествени и качествени данни и описания на туристическия сектор на Елин Пелин и Лесковац.	Септември 2020- Февруари 2021
2	Създаване на институционална рамка за изготвяне на Съвместна стратегия	Създаване на съвместен надзорен съвет на проекта (Joint Steering Committee).	Септември 2020
3		Идентифициране на ключови заинтересовани страни и създаване на Съвместна работна група по туризъм.	Февруари 2021
4	Стратегическа част	Първа сесия на Съвместната работна група по туризъм и стратегическо планиране Семинар 1. Партньорство за съвместно развитие и ситуация на туризма и анализ на тесните места. Място: Елин Пелин България.	Февруари 2021
5		Втора сесия на Съвместната работна група по туризъм и стратегическо планиране Семинар 2. Поставяне на цели за развитие, стратегически цели и приоритети. Място: Елин Пелин България.	Февруари 2021
6	Оперативна част	Трета сесия на Съвместната работна група по туризъм и стратегическо планиране Семинар 3. Разработване на план за действие и бюджет за изпълнение на документа за развитие. Място: Лесковац Сърбия	Март 2021
7		Четвърта сесия на Съвместната работна група по туризъм и стратегическо планиране Семинар 4. Механизъм за координация и система за мониторинг и оценка. Място: Лесковац Сърбия	Март 2021
8	Публичен дебат	Подготовка на първата работна версия на документа - Чернова на Съвместна стратегия	Април 2021
9		Разработване на програма за публично изслушване	Април 2021
10		Публичен дебат в Елин Пелину	Април 2021
11		Публичен дебат в Лесковц	Април 2021
12	Приемане на Съвместната стратегия	Приемане на окончателната версия на Съвместната стратегия на сесия на управителния съвет на проекта.	Април 2021

Анализът на веригата на стойността беше приложен за идентифициране и оценка на синергиите и потенциалите за сътрудничество между туристическите субекти, състоянието на местните туристически атракции, характеристиките на местните туристически продукти / оферти, участниците в пазарната верига и връзките, ролята на заинтересованите страни в разработването на продукти и възможностите за диверсификация на туризма продукти. Диагнозата на веригите на стойността в туризма показва достоверни **Пътища към просперитет** и перспективи за устойчиво развитие на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Чрез това изследване бяха дефинирани профилите на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац, анализирана е конкурентоспособността на туристическите продукти и е събрана важна качествена информация. За събиране на тази информация беше проведено теренно проучване въз основа на проучвания и интервюта на туристическите актьори Елин Пелин и Лесковац. В обобщение са проучени 76 организации, които пряко и косвено участват в туристическата верига на стойността. Освен това бяха интервюирани 13 туристи и 7 туристически участници бяха интервюирани лице в лице. Процесът на интервюта се проведе в условията на епидемия COVID-19.

Поради това някои от стопанските субекти отмениха участието си в интервюто. Приложеният инструмент „анкетна анкета“ съдържаше въпроси, които са пряко свързани с възможностите за развитие на споменатите туристически дестинации. По този начин във фазата на подготовка на изследването за диагностика на веригите за създаване на стойност в туризма беше събрана важна информация за разработването на този стратегически документ. Диагнозата на веригите на стойността в туризма като обща оценка на ситуацията е изготвена с цел определяне на визията, ключовите приоритети и цели, които ще бъдат посочени в петгодишния План за действие за развитие на туризма.

Институционална рамка: Съвместният ръководен комитет на проекта и Съвместната работна група по туризъм формират институционалната рамка за разработване и приемане на съвместната стратегия. Техните роли са показани на илюстрацията по-долу. Основната функция на Съвместния управителен съвет е да наблюдава изпълнението на проекта, финансовите операции и устойчивостта на проекта. Също така, тази комисия е отговорна за приемането на създадените политики за развитие на устойчив туризъм. Членовете на Съвместния ръководен комитет са представители на партньорите по проекта и град Лесковац. Съветът се състои от 6 членове, 3 от България и 3 от Сърбия.

Илюстрация 4. Институционална рамка



Процесът на стратегическо планиране включва туристически участници, които са преки и косвени участници във веригата на стойността на туризма. В този смисъл беше сформирана Съвместната работна група за туризъм, която се състои от представители на 10 туристически участници от Елин Пелин и 10 туристически участници от Лесковац. Формално това беше постигнато чрез подписването на Протокол за сътрудничество между проекта и туристическите участници от Елин Пелин и Лесковац. Предмет на настоящия протокол е установяването на продуктивно сътрудничество между Проекта и организациите / институциите, относно съвместното развитие на туризма в трансграничната зона на Елин Пелин и Лесковац. Подписани са общо 20 протокола, от които 10 организации от Елин Пелин и 10 организации от Лесковац. Подписалите протокола са преки и непреки участници в туристическата верига на стойността. Непосредствените цели на съвместната работна група по туризъм са i) създаване на синергичен ефект от съвместното влияние на туристическите действащи лица в областта на свързването на фестивали, разработване на общи политики за развитие на туризма и нови туристически продукти в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац и ii) увеличаване на капацитета на туристическите участници в трансграничната зона Елин Пелин и Лесковац да прилагат модела на устойчиво развитие на туризма чрез обмен на най-добри практики, опит и знания. Оперативно наблюдавано Съвместната работна група за туризъм с активното съдействие на членовете на екипа по проекта на партньор 3 (Център за развитие на областите Ябланица и Пчиня Лесковац) разработи Съвместната стратегия.

Организиране на процеса на изготвяне на стратегически документ: Определянето на бъдещи насоки за развитие на туризма и подобряване на неговата конкурентна позиция се основава на консултации със заинтересованите страни. Семинарите са инструмент за оценка, базиран на взаимодействието на участниците в семинара и модераторите по конкретни теми. Дизайнът на мисловния поток е адаптиран към различни предизвикателства, специфични за общата област на интереси и развитието на туризма. Семинарите за развитие позволяват идентифициране на тематичния потенциал и откриване на възможни сценарии за развитие. Присъствието на туристически участници от двете страни на границата на всеки семинар гарантира необходимото ниво на обективност и достоверност на информацията. Семинарите бяха тематични, съобразени с различни предизвикателства, специфични за общата област на интереси и развитието на устойчив туризъм. Използвайки отворен метод на участие, участниците постепенно се съсредоточиха върху мисленето за спецификите на туристическите дестинации, вътрешните и външните предизвикателства, целевата група туристи, вариантите на туристически фокус и ясното разграничаване кои проекти / инициативи трябва да бъдат стартирани за постигане на устойчиво развитие на туризма. Всеки семинар по стратегическо планиране е структуриран в 3 сесии с продължителност 1 ден. Общият брой на участниците в семинара, т.е. преките бенефициенти на проекта е 20. Според вида на институциите / организациите половината идват от икономиката и те представляват преки участници във веригата на стойността. По-конкретно това са организатори на пътувания (15,00%) и доставчици на услуги за настаняване (25,00%) и производители на местни продукти (5,00%). От институциите и подпомагащите организации в семинара участваха представители на: местното самоуправление, музей, културен център, туристическа организация, организация за подкрепа на бизнеса, образователна институция и неправителствени организации. В периода февруари - март 2021 г. в Елин Пелин и Лесковац бяха успешно реализирани 4 семинара. Процесът на изготвяне на съвместната стратегия даде възможност за пълно сътрудничество на заинтересованите страни чрез редовни срещи, работни срещи, презентации, обмен на имейли и други начини за комуникация с всички членове на Съвместната работна група по туризъм, която е основният участник в процеса на стратегическото планиране.

Публична дискусия: Планирането с участие предполага също така участие на обществеността в процеса на стратегическо планиране. Публичните изслушвания са част от процеса на планиране на участието и осигуряват окончателното съгласие на общността, преди приемането на стратегическия документ от управителния съвет на проекта. Бяха организирани две публични изслушвания, едното в Елин Пелин, а другото в Лесковац. Организирани бяха публични изслушвания с цел подобрене на черновата на Съвместната стратегия. Очакванията от обществения дебат са да насърчи експертите и широката общественост да се включат в процеса на стратегическо планиране и да дадат конкретни предложения, становища и коментари по предложението на Съвместната стратегия.

Приемане на съвместната стратегия: Съвместната стратегия беше приета на редовната сесия на Съвместния управителен съвет на проекта.

3. Устойчив туризъм

Устойчивото развитие означава задоволяване на непрекъснато нарастващите нужди на непрекъснато нарастващото човешко население, подобряване на начина на живот и начин на живот за дълъг период от време. Това е концепция, която предполага балансирано икономическо, социално и културно развитие, без да застрашава околната среда, което ще позволи на бъдещите поколения да се развият чрез използване на ресурси на същото или дори по-високо ниво. Концепцията за устойчиво развитие се основава на три ключови компонента:

- i. екологична устойчивост, която гарантира, че развитието е съвместимо с жизненоважни екологични процеси, биологично разнообразие и биологични ресурси
- ii. социално и културно многообразие, което гарантира, че развитието е съвместимо с културните и традиционните ценности на човешките общности и допринася за укрепване на техния интегритет
- iii. икономическа устойчивост, която гарантира, че развитието ще бъде икономически ефективно с отворена възможност и бъдещите поколения да използват ресурсите.

Илюстрация 5. Основни компоненти на устойчиво развитие



Предизвикателството на устойчивото развитие е да се намерят възможности за увеличаване на доходите, като същевременно се запазят природата и околната среда. Това означава, че са необходими коренни промени в обществата и икономиките, начините на производство и потребление. Това изисква промени във всички сектори - в енергетиката, селското стопанство и рибарството, транспорта, строителството и туризма и т.н. голямо въздействие върху околната среда и екосистемите, но също така и върху икономиката, обществото и културата. Ако туризмът и неговото развитие се управляват ефективно, той със сигурност може да допринесе за регионално и трансгранично развитие. Ако туризмът не се управлява по правилния начин, тогава неговото развитие може да има отрицателни ефекти както върху природата, така и върху обществото. Ако сравним туризма с други отрасли на икономиката, ще видим, че той зависи повече от националните, регионалните и местните ресурси на дадена страна, че е много силно обвързан с територията и че зависи много от природните ресурси и услуги.

Развитието на туризма влияе върху околната среда, природните и културните ресурси. Ако тези въздействия не бъдат адекватно контролирани, идва до стихийно развитие на туризма, което може да застраши собственото им оцеляване чрез влошаване на околната среда. Може да се каже, че това правило е за всички икономически отрасли, но трябва да се посочи, че то е по-важно за туризма, отколкото за индустрията или някои други сектори. Ето защо е изключително важно развитието на туризма да се разглежда в контекста на устойчивото развитие. Значението на тази тема показва необходимостта от глобални действия, тъй като лошото управление на околната среда в дадена държава може да има далечни последици извън нейните граници. Програмата за 2030 г. предоставя глобална рамка за прекратяване на крайната бедност, борба с неравенството и несправедливостта и за поправяне на изменението на климата до 2030 г. Тя се основава на Целите на хилядолетието на ООН за развитие и представлява набор от 17 цели за устойчиво развитие и 169 свързани подцели. Целите за устойчиво развитие (ЦУР) трябва преди всичко да допринесат за намаляване на бедността, както и на неравенствата и несправедливостите, като същевременно се обърнат към причините и минимизират последствията от изменението на климата. За разлика от Целите на хилядолетието за развитие, Програмата до 2030 г. не е фокусирана само върху развиващите се страни, но и върху всички страни, тъй като за постигането на тези цели е необходимо глобално сътрудничество. Европейският съюз прие целите на устойчивото развитие и работи по тяхното изпълнение. България и Сърбия също се ангажираха да приведат своите политики и действия в съответствие с целите за устойчиво развитие.

Илюстрация 6. Устойчив туризъм и цели на устойчивото развитие



Източник: The T4SDG Platform (<http://tourism4sdgs.org/>)

Целите на устойчивото развитие са взаимосвързани, тъй като ключът към успеха на една цел често се крие във възприемането на предизвикателствата, присъщи на друга цел. Устойчивият туризъм е стабилно позициониран в Програма 2030. Той е особено свързан с постигането на цели 8, 12 и 14. Въпреки това, за да се постигнат целите, определени в тази програма, трябва да има ясна рамка за изпълнение, адекватно финансиране и инвестиции в технологии, инфраструктура и човешки ресурси. Според Световната туристическа организация на ООН (UNWTO) туризмът има потенциал да допринесе пряко или косвено за всички цели. Преглед на целите на устойчивото развитие и мястото на туризма в Програмата за 2030 г. е даден по-долу².

² Източник: UNWTO. Tourism in the 2030 Agenda <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>

SDG 1	<p>Като един от най-големите и най-бързо развиващите се икономически сектори в света, туризмът е в добра позиция да стимулира икономическия растеж и развитие на всички нива и да осигурява доходи чрез създаване на нови работни места. Устойчивото развитие на туризма и неговото въздействие на общностно ниво могат да бъдат свързани с националните цели за намаляване на бедността, тези, свързани с насърчаването на предприемачеството и малкия бизнес, и овластяването на по-малко привилегированите групи, особено младите хора и жените.</p>
<p>Свят без бедност: Прекратете бедността навсякъде и във всичките ѝ форми</p>	

SDG 2	<p>Туризмът може да повиши селскостопанската производителност, като популяризира местните продукти, използва и продава местни продукти в туристическите дестинации и ги интегрира изцяло във веригата на стойността на туризма. В допълнение, агротуризмът е нарастващ туристически сегмент и може да допълни традиционните селскостопански дейности. Полученият в резултат ръст на приходите в местните общности може да доведе до устойчиво земеделие, като същевременно увеличи стойността на туристическия опит.</p>
<p>Свят без глад: прекратете глада, постигнете безопасност на храните и подобро хранене и популяризирайте устойчиво земеделие</p>	

SDG 3	<p>Приносът на туризма за икономическия растеж и развитие също може да окаже влияние върху здравето и благосъстоянието. Чуждестранните печалби и приходите от данъци върху туризма могат да бъдат реинвестирани в здравеопазването и услугите, които трябва да имат за цел да подобрят здравето на майките, да намалят детската смъртност и да предотвратят болести, наред с други неща.</p>
<p>Добро здраве: Осигурете здравословен живот и насърчете благосъстоянието на всички хора от всички поколения</p>	

SDG 4	<p>Добре обучената и квалифицирана работна сила е от решаващо значение за напредъка на туризма. Секторът може да осигури стимули за инвестиции в образование и обучение и да подпомогне трудовата мобилност чрез трансгранични споразумения за квалификации, стандарти и сертификати. По-специално младите хора, жените, възрастните граждани, коренното население и тези със специални нужди трябва да се възползват чрез образователни ресурси, където туризмът има потенциал да насърчава приобщаването, ценностите на културата на толерантност, мир и ненасилие и всички аспекти на глобалния обмен и гражданството.</p>
<p>Качествено образование: Осигурете приобщаващо и справедливо качествено образование и насърчете възможността за учене през целия живот за всички</p>	

SDG 5	<p>Туризмът може да овластява жените по много начини, особено като предоставя работни места и възможности за генериране на доходи в малки и големи туристически и хотелиерски бизнеси. Като един от секторите с най-голям дял на заети жени и предприемачи, туризмът може да бъде инструмент за жените да разгърнат потенциала си, като им помага да се ангажират изцяло и да водят във всички аспекти на обществото.</p>
<p>Равенство между половете: постигане на равенство между половете и овластяване на всички жени и момичета</p>	

<p style="text-align: center;">SDG 6</p> <p>Чиста вода и канализация: Осигурете достъпност и устойчиво управление на водата и канализацията за всички</p>	<p>Туризмът може да играе решаваща роля за постигане на достъп до вода и безопасност, както и хигиена и санитария за всички. Ефективното използване на водата в туристическия сектор, заедно с подходящи мерки за безопасност, управление на отпадъчните води, контрол на замърсяването и технологична ефективност могат да бъдат ключови за защитата на най-ценния ресурс.</p>
<p style="text-align: center;">SDG 7</p> <p>Налична и възобновяема енергия: Осигурете достъп до достъпна, надеждна, устойчива и модерна енергия за всички</p>	<p>Като сектор, който изисква значително енергийно потребление, туризмът може да ускори прехода към възобновяеми енергийни източници и да увеличи техния дял в света. Следователно, чрез насърчаване на здравословни и дългосрочни инвестиции в устойчиви енергийни източници, туризмът може да помогне за намаляване на емисиите на парникови газове, да смекчи изменението на климата и да допринесе за иновативни и нови енергийни решения в градските, регионалните и отдалечените райони.</p>
<p style="text-align: center;">SDG 8</p> <p>Достоен труд и икономически растеж: Насърчаване на непрекъснат, приобщаващ и устойчив икономически растеж, пълна и продуктивна заетост и достоен труд за всички</p>	<p>Туризмът е една от движещите сили на глобалния икономически растеж и генерира 330 милиона работни места (1 на 10 работни места) в целия свят. Чрез преки, косвени и индуцирани ефекти в икономиката, туризмът създава работни места за млади хора и жени и уязвими общности. Предоставяйки достъп до достойни възможности за заетост в туристическия сектор, обществото - особено младите хора и жените - могат да се възползват от повишените умения и професионално развитие. Приносът на сектора за създаване на работни места е признат в цел 8.9 за разработване и прилагане на политики за насърчаване на устойчив туризъм, създаващ работни места и популяризиране на местната култура и продукти до 2030 г.</p>
<p style="text-align: center;">SDG 9</p> <p>Индустрия, иновации и инфраструктура: Изграждане на адаптивна инфраструктура, насърчаване на устойчива индустриализация и насърчаване на иновациите</p>	<p>Развитието на туризма разчита на добра публична и частна инфраструктура. Туристическият сектор може да повлияе на инфраструктурната политика, като я направи по-устойчива, иновативна и по-ефективна към ресурсите. В същото време това е средство за привличане на туристи и други източници на чуждестранни инвестиции. Това също трябва да улесни по-нататъшната устойчива индустриализация, необходима за икономически растеж, развитие и иновации. Приоритети са инвестициите в екодизайн, ново оборудване и технологии за използване на енергийни и водни ресурси, възобновяеми енергийни източници, оборудване и материали за рециклиране на отпадъци и непрекъснато обучение на персонала.</p>
<p style="text-align: center;">SDG 10</p> <p>Намаляване на неравенството: Намаляване на неравенството между и вътре в страните</p>	<p>Туризмът може да бъде мощен инструмент за развитие на общността и намаляване на неравенството, ако ангажира местното население и всички ключови участници в неговото развитие. Туризмът може да допринесе за обновяване на градовете и развитие на селските райони и да намали регионалните дисбаланси, като даде възможност на общностите да напредват в мястото на произход. Туризмът също е ефективно средство за участие на развиващите се страни в глобалната икономика.</p>

<p>SDG 11</p> <p>Устойчиви градове и общности: Направете градовете и населените места приобщаващи, безопасни, адаптивни и устойчиви</p>	<p>Град, който не е добър за своите граждани, не е добър за туристите. Устойчивият туризъм има потенциал да подобри градската инфраструктура и универсалната достъпност, да насърчи възстановяването на разпадащите се райони и да запази културното и природно наследство, богатството, от което зависи туризмът. По-големите инвестиции в зелена инфраструктура (по-ефективни транспортни съоръжения, намалено замърсяване на въздуха, опазване на наследството и откритите пространства и т.н.) трябва да доведат до по-интелигентни и зелени градове, от които могат да се възползват не само жителите, но и туристите.</p>
<p>SDG 12</p> <p>Отговорно потребление и производство: Осигурете устойчиви форми на потребление и производство</p>	<p>Туристическият сектор, който възприема практики за устойчиво потребление и производство, може да играе важна роля за устойчивото развитие. За тази цел е необходимо да се разработят и внедрят инструменти за наблюдение на въздействието на устойчивото развитие върху устойчивия туризъм, който създава работни места, популяризира местната култура и продукти. Тези инструменти включват мониторинг на потреблението на енергия, водата, генерирането на отпадъци, състоянието на биологичното разнообразие и създаването на работни места.</p>
<p>SDG 13</p> <p>Действия по климата: Предприемете спешни действия за борба с изменението на климата и неговите последици</p>	<p>Туризмът допринася, но също е засегнат от изменението на климата. Участниците в туризма трябва да играят ключова роля за намаляване на изменението на климата. Чрез намаляване на потреблението на енергия и преминаване към възобновяеми енергийни източници, особено в сектора на транспорта и настаняването, туризмът може да помогне за справяне с едно от най-спешните предизвикателства на нашето време.</p>
<p>SDG 14</p> <p>Подводен живот: Съхранявайте и използвайте устойчиво океаните, моретата и морските ресурси за устойчиво развитие</p>	<p>Крайбрежният и морският туризъм са важни туристически сегменти, особено за малките островни развиващи се държави и разчитат на здрави морски екосистеми. Развитието на туризма трябва да бъде част от интегрираното управление на крайбрежната зона, за да спомогне за запазването и запазването на крехките морски екосистеми и да служи като средство за насърчаване на синята икономика и по този начин да допринесе за устойчивото развитие на морските ресурси (защита на морските екосистеми и морски животни, намаляване на замърсяването, пречистване на отпадъци и отпадъчни води), информиране на гости и служители в туризма, с участието на местната общност).</p>
<p>SDG 15</p> <p>Животът на Земята: Защита, възстановяване и насърчаване на устойчиво използване на сухоземните екосистеми, устойчиво управление на горите, борба с опустиняването, спиране и обръщане на процеса на деградация на земята и спиране на загубата на биологично разнообразие</p>	<p>Конвенция о биолошкој разноврсности Уједињених нација признаје суверено право сваке државе потписнице да располага својим ресурсима и биодиверзитетом, али се од држава очекује да пруже подршку у заштити биолошке разноврсности и одрживом коришћењу компоненти биодиверзитета. Величанствени пејзажи, нетакнуте шуме, богати биодиверзитет и места природног наслеђа често су главни разлози због којих туристи посећују дестинацију. Одрживи туризам може играти главну улогу у одрживом управљању осетљивим областима, не само у очувању и заштити биодиверзитета, већ и у обезбеђивању прихода локалном становништву како би им обезбедио алтернативни извор прихода.</p>

SDG 16	Туризмът насърчава срещите на милиарди хора от различни културни среди. Следователно туристическият сектор може да насърчава мултикултурна и междурелигиозна толерантност и разбирателство, като по този начин изгражда основите на световния мир. Устойчивият туризъм, който е от полза и ангажира местната общност, също може да осигури източник на поминък, да укрепи културната идентичност и да насърчи предприемаческата дейност, като по този начин спомогне за предотвратяване на насилие и конфликти. Туризмът допринася за укрепването на мира в обществата след конфликта. Повишаването на осведомеността за правата на човека, укрепването на местното предприемачество, наемането на работа на местните хора и насърчаването на продажбата на местни продукти, зачитането на разнообразието, лечението на гостите и ангажирането на местното население са някои от мерките, които могат да допринесат за постигането на тази цел.
Мир, справедливост и силни институции: Насърчаване на мирни и приобщаващи общества за устойчиво развитие, осигуряване на достъп до правосъдие за всички и изграждане на ефективни, отговорни и приобщаващи институции на всички нива	

SDG 17	Поради своя междусекторен характер туризмът има потенциала да укрепи публично-частните партньорства и да ангажира повече заинтересовани страни: международни, национални, регионални и местни - да работят заедно за постигане на целите за устойчиво развитие и други общи цели.
Партньорство към целта: укрепване на глобалното партньорство за устойчиво развитие.	

Устойчивият туризъм се основава на интегрален и сложен подход, който поставя еднакъв акцент върху пет компонента: опазване на околната среда, утвърждаване на социалната цялост, опазване на културните особености, утвърждаване на социалната цялост, опазване на културните особености на местното население, оптимално задоволяване на туристическите нужди и икономически печалба. Ето защо устойчивият туризъм е представен схематично като петоъгълник (илюстрация по-долу), тъй като в същото време той допринася за постигането на целите на пет различни нива, нито едно от които не трябва да стане доминиращо спрямо останалите. Тази концепция задава такъв модел, който максимално ще подчертае положителните отношения между споменатите категории цели и ще намали отрицателните до минимум.

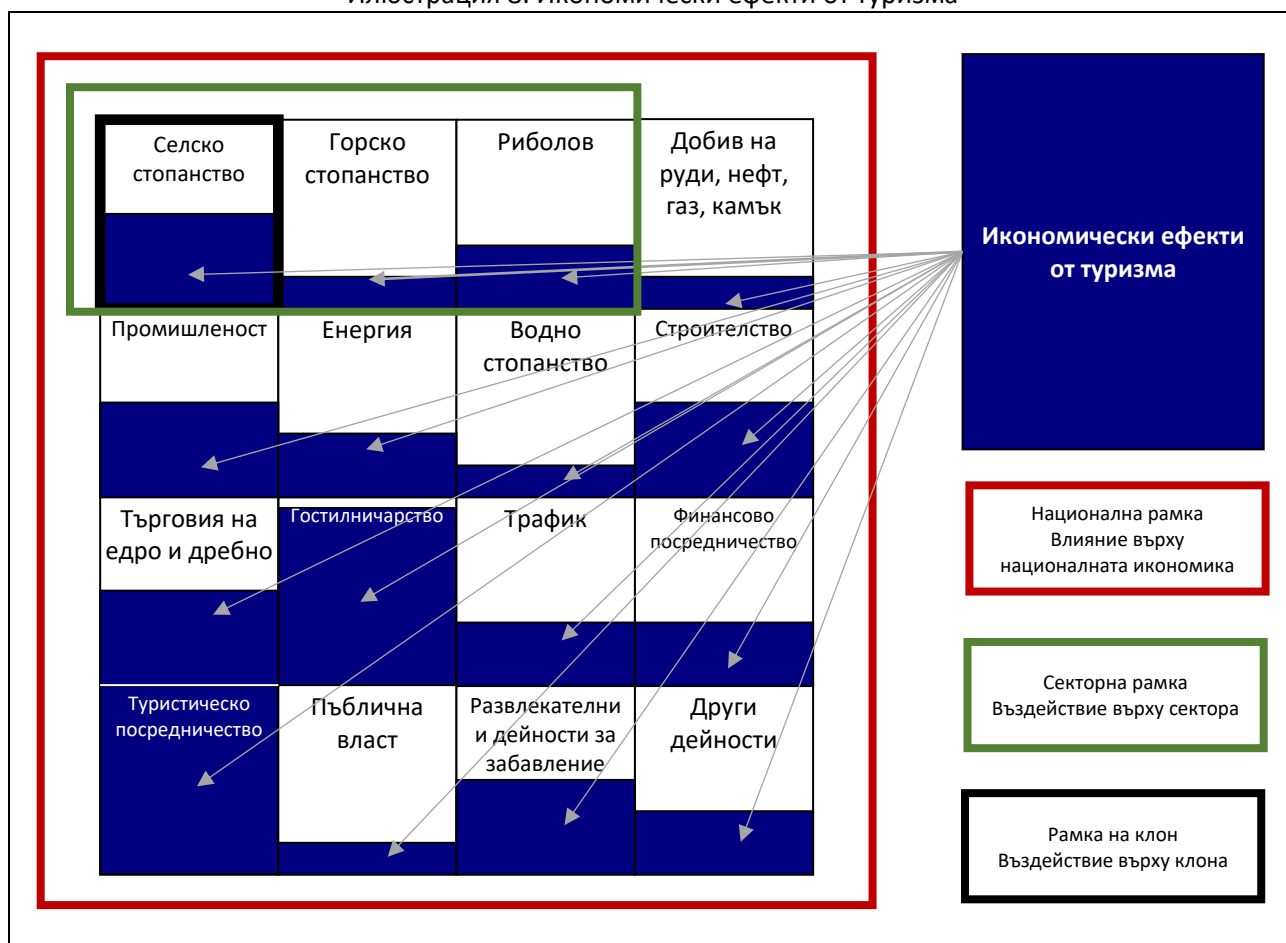
Илюстрация 7. Устойчив туризъм



Извор: Jovičić, D. Turizam i životna sredina - koncepcija održivog razvoja, Zadužbina Andrejević, Beograd 2000.

Туризмът е една от най-динамичните и перспективни дейности в цялостната икономика. До избухването на пандемията Covid-19 приходите от туризма нарастваха стабилно и съставляваха около 1,5% от световния социален продукт, над 8% от стойността на общия световен износ и около 35% от световната търговия с услуги. Туризмът има пряко и косвено въздействие върху националната икономика и растежа на заетостта. Според приходите и оборота икономическата дейност е важна в много отношения (илюстрация по-долу).

Илюстрация 8. Икономически ефекти от туризма



Най-значимите икономически ефекти от туризма са въздействието върху социалния продукт и националния доход, въздействието върху платежния баланс на страната чрез така наречения невидим внос и износ, въздействието върху развитието на слабо развити сектори на икономиката и районите и въздействието относно заетостта. Туризмът се изразходва на мястото на производството, така че туристът трябва да пътува до дестинацията и да прави потребление там, създавайки възможност за развитие на местния бизнес от всякакъв вид и давайки възможност на местните общности да печелят пари чрез неформалната икономика, чрез продажба на стоки и услуги директно на посетителите. Туризмът е по-разнообразна индустрия от много други. Той има потенциал да подкрепя други икономически дейности, както чрез предоставяне на гъвкави, излишни работни места, които могат да допълват други дейности, така и чрез генериране на приходи чрез по-сложна верига за доставки на стоки и услуги. Туризмът е трудоемък и предоставя широка гама от различни възможности за заетост, особено за жените и младите хора. Което е силно представено в сектора на хотелиерството. Положителните икономически фактори на туристическото потребление в дестинацията се реализират чрез мултиплицирания ефект на парите, т.е. циркулацията на пари през сектори на икономиката, когато промяната на паричното и икономическо ниво, производството и продажбите се ускоряват. Парите, които туристите харчат директно, представляват преки приходи. Това потребление отива за туристически компании, които предоставят стоки и услуги на туристи, които обслужват ваканции (например настаняване, храна, екскурзии и т.н.).

След това туристическите компании ще похарчат част от тези спечелени приходи, като набавят стоки и услуги от своите доставчици, което им позволява да изпълняват задълженията си към туристите. Примери за това са туристическите работни места като предоставяне на различни услуги или отделяне на част от средствата от входните такси за заплащане на водачи и други подобни. Освен това туризмът има непряко и индуцирано въздействие върху икономиката. Косвени въздействия са тези, които възникват в резултат на реакция на парите под формата на местни бизнес трансакции. Например, това може да е нова инвестиция от собственик на хотел в оборудване и консумативи. Индуцирани въздействия са тези, които произтичат от допълнителен доход и които възникват поради допълнително потребление. Например това е закупуването на стоки и услуги на служители в хотела. Туризмът има важна и положителна роля в социално-икономическото развитие на много страни, допринасяйки за културния обмен, подобряването на международните отношения и световния мир. Голям брой туристически дестинации обаче са изпитали негативните последици от развитието на туризма за околната среда, културата и обществото, което постави под въпрос целесъобразността на туризма като вариант за развитие. Някои от важните аспекти на негативните последици са:

- a) икономически аспекти: въздействието на сезонните фактори върху туристическия бизнес, конкуренцията, възможна висока зависимост от внос, което значително намалява валутния приток от туризъм, последиците от глобализацията, дела на неквалифицираните и лошо платени работни места в общата заетост, унищожаване на традиционните форми на заетост (селско стопанство, рибарство).
- b) социално-културни аспекти: загуба на културна идентичност, изчезване на традиционната ценностна система, застрашаване на човешките права, престъпност, проституция и др.
- c) екологични аспекти: емисии на вредни газове от туристически превозни средства, огромно използване на ресурси и производство на отпадъци, значително потребление на вода, използване на земя за туристически цели и др.

Негативните последици от изключително интензивното развитие на туризма наложиха необходимостта тази дейност да се постави под егидата на устойчивото развитие. Масовият туризъм определено има отрицателно въздействие върху околната среда и местните общности до такава степен, че след определен, дори относително кратък период от време, той застрашава природните и културните ресурси до такава степен, че вече не може да функционира икономически оправдано. С правилното планиране и развитие на туризма тези по-лоши въздействия могат да бъдат намалени. В тази позиция дестинацията, местната общност, държавата и туристите ще споделят положителните ползи от икономическото развитие, сред които най-важни са: заетостта, увеличеният трафик и потребление от посетителите, повишения жизнен стандарт, укрепване на инфраструктурата и подобряване на инвестициите в този сектор, както и други резултати от положителни влияния. При създаването на политики за развитие на туризма трябва да се вземат предвид положителните и отрицателните въздействия на туризма върху устойчивото развитие (таблица по-долу).

Таблица 2. Въздействие на туризма върху устойчивото развитие

Положително влияние	Отрицателно влияние
<ul style="list-style-type: none"> • Осигурява икономическото развитие на даден район, засяга заетостта на населението, насърчава инвестициите и предоставя подкрепа на местните общности. • Това засяга определянето на икономическата стойност на природните и културните ресурси, което води до създаване на доходи, предназначени за опазване на природното и културното наследство. • Допринася за разбирането между различните култури и нации 	<ul style="list-style-type: none"> • Създава пряк натиск върху чувствителните екосистеми, причинявайки тяхното разграждане и нарушаване на флората и фауната. • Оказва натиск върху местните общности и влияе върху техните традиции • Засяга неблагоприятното потребление на природни ресурси, особено на вода и земя • допринася за глобалното замърсяване

Намирането на точния баланс между автономното развитие на дестинациите и тяхната защита, от една страна, и развитието на конкурентна икономическа дейност, от друга, е предизвикателство за туристическата дестинация. Устойчивото развитие на дестинацията предполага защита, подобряване, устойчиво използване на съществуващите природни и създадени ресурси и валоризация на съществуващите туристически потенциали. За да бъде устойчив, туризмът трябва:

- i. гарантира оптималното използване на природните ресурси и биологичното разнообразие, които са в основата на развитието на туризма, чрез подкрепата на важни екологични процеси и опазването на природното наследство.
- ii. подкрепя социално-културното наследство на местните общности, защитава тяхното архитектурно и друго традиционно наследство, за да допринесе между културното разбиране и толерантност.
- iii. осигуряване на дългосрочен икономически растеж, осигуряване на икономически ползи за всички съответни участници в процеса.

Устойчивият туризъм е концепция за развитие, която ще балансира екологичните, социално-културните, икономическите компоненти на околната среда и удовлетвореността на туристите. Тази концепция ни помага да намерим оптималната форма на развитие на туризма, която няма да влоши ресурсите, за да могат бъдещите поколения да отговарят на техните туристически нужди. Устойчивото развитие предполага съществуването на граници на развитие, определени от текущото състояние на технологиите и социалната организация по отношение на околната среда, както и способността на биосферата да абсорбира ефектите от човешките дейности. В контекста на устойчивото развитие се смята, че икономическото развитие, социалното развитие и опазването на околната среда се считат за взаимозависими и взаимопомощни компоненти на устойчивото развитие, което е подходяща рамка за насочване на усилията към постигане на по-високо качество на живот за всички хора. За да се предотвратят и ограничат негативните ефекти от туризма върху природата, много страни, успоредно с политиката за развитие на туризма, прилагат политика на защита на природата. Препоръките за опазване на природата от туризъм са формулирани от множество международни организации, включително Организацията за икономическо сътрудничество и развитие (ОИСР). Тази организация предлага следните дейности на национално ниво:

1. **Норми и разпоредби:** Приемане на подходящи норми, разпоредби и закони на национално ниво. Това важи и за туристическите дестинации, които трябва да отговарят на нуждите на туристите по отношение на опазването на околната среда. В туристическите региони нормите трябва да се определят в съответствие с изискванията на туристите по отношение на здравето, свободното време и релаксацията. Всички аспекти на развитието на туризма трябва да бъдат в съответствие с условията на околната среда на даден регион, особено когато става въпрос за планини и региони, където хармонизирането на туризма с околната среда трябва да вземе предвид както селското, така и горското стопанство.
2. **Мерки за териториално планиране:** За да се защитят природните, културните и архитектурните ресурси, е необходимо да се разработят насоки, които ще се спазват при разработването и приемането на планове за развитие на туризма, особено що се отнася до качеството на водата и въздуха, защитата на земите, опазване на природното и културното наследство и подобни. Отговорните органи трябва да обърнат специално внимание на туристическите зони и проблемите, свързани със сезонното търсене, пречистването на отпадъците и отпадъчните води, шума, контрола на плътността на строежи, регулирането на движението и други подобни. Необходимо е да се вземат мерки за равномерно разпределение на търсенето във времето. Решенията за плановете за развитие на туризма следва да се вземат въз основа на възможно най-пълна информация относно въздействието на туризма върху околната среда. По този начин трябва да се разгледат всички алтернативни варианти, като се вземат предвид местните условия и капацитета на пространството. Необходимо е постоянно да се наблюдава състоянието на опазване на околната среда в туристическите региони, за да се оценят настъпилите промени и да се вземат своевременно подходящи мерки за защита.

3. **Специфична роля на правителството:** Необходимо е да се идентифицират следните типове региони: развити туристически региони, чийто капацитет може да бъде допълнително увеличен, райони, които предлагат възможности за развитие като нови туристически региони, райони, които изискват мерки за възстановяване от екологична гледна точка. За тази цел могат да се използват определени пространствени показатели.
4. **Информация и обществено участие:** Необходимо е постоянно да се информира обществеността за необходимостта от опазване на природата, особено ценни и чувствителни зони. Този тип действия могат да се извършват чрез различни медии, телевизионни клипове, плакати, брошури, училищно образование за млади хора и други подобни. При вземането на решения за развитието на мерки за туризъм и защита на природата е желателно местното население да участва възможно най-активно.
5. **Финансови аспекти:** Като се има предвид, че приходите от туризъм не винаги са достатъчни, за да покрият разходите за опазване на околната среда, правителствата трябва да поемат част от тези разходи в рамките на своите възможности. Всеки план за развитие на туризма на национално, регионално и местно ниво трябва да включва финансова оценка на разходите и ползите за определена околна среда и да предоставя начин за финансиране на защитни мерки. Основните източници на финансиране на опазването на околната среда в туристическите региони и места могат да бъдат: пребиваващ данък; данъци върху недвижими имоти и различни икономически дейности; доходи от билети за плажове, паркинги, след това от пътни такси и други подобни; доходи от издаване на лицензи за лов и риболов; приходи от такси за залагане и хазарт в казината; пряко обезщетение за екологични щети; разходи за превенция и защита в случай на потенциални замърсители и други подобни.
6. **Защита на туристите от потребители на ресурси:** Необходимо е да се запази интегралната стойност на туристическите ресурси, за да могат те да отговорят на очакванията и нуждите на туристите. Рецептивните региони трябва да осигурят такава среда, която да има положителен ефект върху здравето на туристите и да им даде възможност за отдих и почивка. Личната безопасност на туриста трябва да бъде гарантирана. На туристите също трябва да се осигури подходящо гостоприемство, което до голяма степен зависи от отношението на местното население към туризма и туристите.

Развитието на туризма трябва да се ръководи от внимателно разработена политика на планиране, която не трябва да бъде изключително отражение на желанието за печалба, а се основава на идеалите и принципите на човешкото благосъстояние и щастие. Балансираната политика за развитие може да доведе до желания резултат от туристическия бизнес и защитата на природните и културните ресурси. Следователно проблемът с планирането на туризма е тясно свързан с устойчивото развитие. Доказаната необходимост от опазване на околната среда при планирането и организацията на туризма, особено в светлината на негативните взаимодействия между туризма и средата, в която се осъществява, се превърна в общ интерес на правителството, неправителствените организации, местните общности и местния сектор. Всяка от тези групи по интереси има роля в развитието на туризма и по свой начин е отговорна за въздействието, което туризмът има върху околната среда, независимо дали тези въздействия са положителни или отрицателни. Добрата процедура на планиране определя дефинирането на желания резултат и реализацията в посока систематичност към постигане на целите. Моделът на устойчиво развитие, който е приложен за туризма, е показан в таблицата по-долу. Този глобален модел беше приложен по време на разработването на Съвместната Стратегия. С цел увеличаване на ползите от туризма и намаляване на негативните въздействия са установени връзки между местната общност и други туристически субекти.

Таблица 3. Модел на устойчиво развитие - Модел одрживог развоја - принципи и цели³

Основни принципи	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Холистичен подход: проблемите на развитието и околната среда са интегрирани в рамките на социалното развитие. ▪ Бъдещето: фокус върху концепцията за дългосрочно планиране. ▪ Справедливост: справедливо и справедливо развитие, което предоставя възможност за използване на ресурсите на всички членове на обществото, както сега, така и в бъдеще.
Цели за развитие	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Подобряване качеството на живот на всички хора. ▪ Задоволяване на основните нужди. ▪ Изграждане на самочувствие и вземане на местни решения за местни нужди.
Цели за устойчивост	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Минимално изчерпване на невъзобновяемите ресурси ▪ Устойчиво използване на възобновяемите ресурси ▪ Емисии на замърсители в рамките на способността за асимилация на околната среда ▪
Условия за устойчиво развитие	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Приемане на нова социална парадигма, свързана с устойчивото развитие. ▪ Международни и национални политически и икономически системи, посветени на устойчивото развитие и справедливото използване на ресурсите ▪ Технологични системи, които непрекъснато търсят нови решения на екологичните проблеми. ▪ Място, което се грижи за околната среда, също така се грижи за туристите и тяхното удовлетворение.

Устойчивият туризъм изисква информиране на всички участници в туризма и вземане на решения с консенсус. Също така устойчивият туризъм изисква мониторинг на въздействието, включително всички адекватни превантивни мерки, когато е необходимо. В крайна сметка е необходимо туристите в такъв процес да имат високо ниво на удовлетворение и опит, който е отражение на качествен туристически продукт. В този смисъл Съвместната стратегия разработва модел, който насърчава развитието на туристическа оферта, която отчита защитата на природата и околната среда и дава възможност на посетителите да научат повече за дестинациите Елин Пелин и Лесковац.

³ Източник: Sharpley, R., Tourism and Sustainable Development: exploring the theoretical divide, Journal of Sustainable Tourism, No. 8, 2000

4. Ситуационен анализ

4.1 Елин Пелин

Обща характеристика: В чест на големия български писател през 1950 г. град Новоселци е преименуван на Елин Пелин, а през 1960 г. е обявен за град. Община Елин Пелин като туристическа дестинация обхваща площ от 433,01 км² в централната част на Софийска област. Административният център на общината се намира на 24 км източно от столицата София. Дестинацията Елин Пелин заема източната част на Софийското поле и склоновете на Стара планина и Средна гора. В този район има 19 населени места. Общински център Елин Пелин и осемнадесет села (гара Елин Пелин, село Нови Хан, село Габра, село Крушовица, село Мусачево, село Равно поле, село Григорово, село Столник, село Елешница, село Потоп, село Чурек, село Петково, село Лесново, с. Доганово, с. Караполци, с. Богданлия, с. Огняново и с. Голема Раковица). Релефът е равнинен и хълмист и планински. Централната част на община Елин Пелин е разположена в източната част на Софийската долина (Софийско поле) с надморска височина от 550 до 650 m. Северозападно от село Равно поле, в коритото на река Лесновска, е най-ниската точка на общината на 530 м надморска височина. Югоизточните склонове на планината се простират в северната част на общината. В крайния север на общината, където границите се сливат с община София и община Ботевград, тя се издига до върха на планината Мургаш на 1687 м надморска височина. В южните части на община Елин Пелин се простират северните склонове на Ихтиманска Средна гора и в нейните граници влизат части от три планини, които са част от Ихтиманска Средна гора. Южно от Софийското поле са източните части на Лозенска планина. На границата със Софийска община, северозападно от село Габра, връх Попов Дял се издига на 1190,2 м надморска височина. Югоизточно от Софийското поле се простират най-северните склонове на Вакарелската планина. Най-високата му точка е връх Червени брегове 1105,6 м надморска височина, който се намира североизточно от село Габра. Земеделските площи заемат 54,04% от територията (23398,18 ха), 37,62% са горски земи, а 5,21% са урбанизирани площи (2257,18 ха). Горите покриват 16287,78 хектара. В горския фонд преобладават широколистни гори с 98,95%. По отношение на педологичния състав най-често се появяват кафяви горски почви, рендзини и различни видове ливадни почви.

Климатични характеристики: Климатът в района е умерено континентален. Коритообразен басейн, в който е разположен Елин Пелин, във формата на подкова от север, изток и юг в комбинация с планински огради, допринася за умерения континентален климат. Средна температура на въздуха (юли) 20,9 ° С. Средната годишна температура на въздуха е 9,8 ° С, количеството на валежите е около 640 mm, а инсолацията е 2015 часа. Отчетената средна годишна температура от метеорологична станция Вакарел е 8,0 ° С, средната януарска температура е -3,9 ° С, а средната юлска температура е 18,1 ° С. Средната годишна температура, регистрирана в метеорологичната станция Ихтиман, е 8,8 ° С, средната температура през януари -2,9 ° С, а средната температура през юли 19,0 ° С. Екстремни температури в общината се наблюдават през януари и юли.

Население: Според Националния статистически институт през 2019 г. Елин Пелин има 21 882 жители. Плътноста на населението е 50,53 жители / км². Елин Пелин има 19 населени места, едно от които със статут на градска зона и 18 със статут на селска зона (село). Съотношението между мъже и жени 49.4: 50.7 в полза на жените. В сравнение с 2011 г. общият брой на жителите е намалял с 3,97%. Естественият прираст в общината е отрицателен. Основният контингент от населението е трудоспособен (59,6%). Социалната структура на икономически неактивните лица включва студенти 9,5%, пенсионери 73,2% и лица, заети със семейни задължения 11,2%.

Заетост: Общият брой на заетите в община Елин Пелин е 9 213 души. Най-голям е процентът на заетите в градската част на общината. Според данните на НСИ за 2019 г. равнището на безработица е 3,69%. В него са ангажирани 5,02% от общия брой служители в туризма и свързаните с него дейности.

Природа: Територията на община Елин Пелин е богата на природни ресурси. Сред съществуващите природни забележителности са планината Мургаш, езерото Огняново, геотермалният извор в село Равно поле, геотермалният извор в село Елешница, защитена местност "Долни Богров - Казичене",

защитена зона "Етрополе - Байлово", защитена зона " Средна гора ", защитена местност „ Елешнишки манастир ". Само части от защитените зони са разположени на територията на общината и те са част от по-широка защитена зона, която се простира до съседни общини. Преглед на природните забележителности е даден по-долу.

Планина Мургаш	Намира се в крайния север на общината на границата със община София и община Ботевград. Върхът на тази планина се намира на 1687 м надморска височина. Планината е интересна за туристи и любители на природата. Жителите на столицата София често посещават тази планина.
Езеро Огняново	Изкуственото езеро Огняново с обем от около 40 милиона м ³ има отлични предпоставки за развитие на водни спортове. Мястото е подходящо за отдих, къмпинг и риболов. Около езерото е започнало изграждането на пешеходни пътеки и озеленяване. В близко бъдеще се очаква тези пътеки за отдих и здраве да привлекат значителен брой посетители.
Геотермален извор в село Равно поле	Той е един от трите геотермални извора, разположени в община Елин Пелин. Изворът в село Равно поле има статут от държавно значение, където минералният състав на водата и течението позволяват развитието на балнеологичния център.
Геотермален извор в село Елешница	Геотермалният извор в село Елешница вместо Топлика представлява потенциал за развитие.
Защитена местност "Етрополе - Байлово"	Защитената местност "Етрополе - Байлово" обхваща 27 448,25 ха. Районът е изключително важен за миграцията на мечки, тъй като осигурява адаптивни местообитания и също така е основна зона за възстановяване на популацията на мечки. Районът е защитен съгласно Директива 92/43 / ЕИО за опазване на естествените местообитания и дивата флора и фауна. С решения от 12 декември 2008 г. Европейската комисия включи района в списъка на континенталните и алпийските биогеографски региони от значение за ЕС. Районът включва части от селата Голяма Раковица и Огняново.
Защитена местност Средна гора "	Защитената местност "Средна гора" заема площ от 110 373,64 ха. Част от тази защитена зона се намира на територията на общината. Районът е известен със своите красиви широколистни букови и дъбови гори. Това е и най-подходящото местообитание за мечките. Районът е защитен съгласно Директива 92/43 / ЕИО за опазване на естествените местообитания и дивата флора и фауна. Със своите решения от 12.12.2008 г. и 16.11.2012 г. Европейската комисия включи района в списъка на континенталните и алпийските биогеографски зони от значение за ЕС26. Районът обхваща малка част от територията на общината и обхваща село Голяма Раковица.
Защитена местност "Долни Богров Казичене"	Защитената местност "Долни Богров Казичене" обхваща площ от 2251,18 ха. Районът е от международно значение за глобално застрашените езерни птици, които се размножават там. През зимата тази зона не замръзва поради минерални извори. Районът е защитен съгласно Директива 79/409 / ЕИО за защита на дивите птици. В рамките на района се намира село Равно поле.
Защитена местност "Елешнишки манастир"	Защитеният обект "Елешнишки манастир" е от национално значение и представлява ценен паметник на културата и територия с характерен пейзаж. Тази площ обхваща площ от 3,5 ха. Малка част от територията на община Елин Пелин е включена в защитени зони и в екологичната мрежа NATURA 2000. От общата площ на общината 1,9% от територията попада под защитени зони по Директивата за птиците и 2,0% попада под защитени зони съгласно Директивата за местообитанията. Обект на защита са 48 вида птици, 16 вида бозайници, 6 вида земноводни и влечуги, 5 вида риби, 13 вида безгръбначни и два растителни вида. На територията на общината има едно защитено дърво.

Културно наследство: Районът на Елин Пелина е един от най-добре запазените центрове на шопската култура и традиция (типичен твърд говор, бели дрехи, характерни народни танци, песни и хумор). Традициите на местното население изразяват ежегодното си проявление на Шопския фестивал в град Елин Пелин, който се провежда от 1970 г. до днес. Общата характеристика на жителите на Елин Пелин (по-известни като Шопи) е, че те са изключително любезни домакини и страхотни приятели. На територията на общината са запазени множество недвижими културни ценности. Регистрирани са общо 136 недвижими културни ценности от национално и местно значение. Открояват се 55 археологически паметника, 53 архитектурни и строителни паметника, 14 архитектурни и строителни паметника от времето на античността и Средновековието, 10 исторически паметника, 3 паметника на изкуството и 1 етнологичен паметник. Изследванията потвърждават съществуването на селища, укрепления и развита пътна мрежа от времето на траките. Софийското поле е било център на народи и култури, защото там са минавали важни пътища, които са свързвали Азия и Западна Европа. Един от тях минава през територията на община Елин Пелин и това е Траяновият път от II век. Тракийски селища, гробници и находки, които са намерени свидетелстват за високата духовна и материална култура на античността. Римската и византийската култура също са оставили значителни следи. Близко до село Лесново, до римския път (III век), имало голяма транзитна станция, наречена „Бурагара“ (известна още като Българка). На югозапад от град Елин Пелин са открити и проучени археологическите останки от караулна кула и малко селище от 4 век, както и останките от по-късно славянско селище. На 4 км северно от село Елешница се намира Елешнишкият манастир „Свето Успение Богородично“ - паметник на културата с национално значение, който съхранява стенописи от XV - XVI век. Манастирът е част от така наречената „Софийска малка Света гора“. В село Нови хан са запазени останките от турски керван-сарай (хан), построен през XVII век. Заемал площ от 20 хектара, бил заобиколен от здрави стени и можел да побере 1000 конници в двора си. На три километра южно от село Нови хан се намират руините на тракийско селище с крепостна стена. На няколко места западно от селото има останки от римски селища. В град Елин Пелин се намира църквата "Свети Николай Чудотворец", построена през 1846 г., която е паметник на културата заради ценните си стенописи. Сред забележителностите в общината са килийното училище в село Доганово, построено през 1835 г., паметникът на падналите въстаници на Ботев край село Елешница, манастирът "Св. Димитър" край село Габра от 1867 г. и манастир Равнополски. В центъра на града се намира паметник на големия български писател (Димитър Иванов Стоянов, по-известен с псевдонима Елин Пелин). Културните дейности в община Елин Пелин са представени от няколко културни институции, сред които най-важни са читалищата или социалните домове (читалища)⁴. Като сложни културни места те имат дълга традиция. Днес те представляват центрове за масова културна дейност като библиотеки, клубове, музикални училища и други културни дейности. В град Елин Пелин от 1985 г. в читалище „Елин Пелин“ има музейна сбирка, а от 1997 г. е открита постоянна етнографска изложба - „Бит и култура на шопите“. От 2012 г. в община Елин Пелин има 16 читалища. Читалището в град Елин Пелин е основана през 1896 г. под името "Саморазвитие" в тогавашното село Новоселци (днешния град Елин Пелин). Читалището е културен център, в който работят: Шопски ансамбъл за народни песни и танци, Женски народен хор, Фолклорна певческа група, Ансамбъл за стари градски песни, Детска вокална група "Камбанки", Музикална школа по пиано, Музейна колекция с постоянна етнографска експозиция. От 1997 г. в читалището е открит Занаятчийски център за изработване на български народни носии от всички региони на страната. Читалището разполага с два салона- голям (кинозала) с 320 места и малък с 80 места. Духовият оркестър "Стефан Стефанов" работи в рамките на читалище "Светлина". Оркестърът има петдесетгодишна традиция и е първият по рода си създаден в страната. От 1981 г. към оркестъра е създадена фенска група. Библиотечната дейност в общината се реализира главно чрез 27 библиотеки, от които 15 обществени и 12 училищни. В тях има библиотечен фонд, който включва над 280 000 библиотечни единици. Музейните дейности са представени от музейни колекции - индивидуални или в общности.

⁴ Читалищата в България са признати като единствен феномен на гражданското общество. Институцията на читалището датира от времето на Възраждането в България. Днес читалищата са единствените опорни точки на културологичните и инициативи основани на обществото в по-малките градове и селища. Съответните институции в Сърбия е център на културата.

В общинския дом на културата от 1985 г. в читалище „Елин Пелин“ има музейна сбирка, а от 1997 г. е открита постоянна етнографска експозиция, която представя бита и културата на местното население. В деветнадесет населени места в общината има 16 читалища и 14 библиотеки. На територията на общината са идентифицирани 19 исторически и културни забележителности, които имат туристически потенциал, а именно: Антично селище, Исторически обект "Жерковско дере", Историческо място, местност Радина река, Късноантична и ранновизантийска крепост, Радин дол, Късноантична и ранновизантийска крепост, обект Стражата, късноантична ранновизантийска крепост, местност Голямо Градище, късноантична крепост, местност Калето, хижа Орлово гнездо, мястото на гибелта на Гочо Гопин, мястото на гибелта на Йорданка Николова, праисторическо селище Елин дол, римски път - Траянов път, Стара крепост, местност Черни връх, местност Черни връх, Камик, църквата „Света Троица“, църквата „Свети Григорий“, църквата „Свети Димитър“, църквата „Свети Никола“ и църквата „Св. Харалампий.

Икономика: Според Националната концепция за териториално развитие общинският център Елин Пелин се определя като град от IV ниво с микрорегионално значение. През територията на общината преминават три участъка от българската железопътна мрежа в обща дължина 27,8 км. В южната част - участъкът от железопътната линия Калотина - София - Пловдив - Свиленград, в централната част - участъкът от железопътната линия София - Карлово - Бургас и в най-южната част - последният участък от железопътната линия Вакарел - Габра (гара Чукурово). През общината изцяло или частично преминават 7 пътища от републиканската пътна мрежа на България с обща дължина 86,9 км: магистрала Тракия, магистрала Хемус, републикански път I-1, републикански път I-6, републикански път I-8, републикански път III-105, републикански път III-6002. През територията на община Елин Пелин преминава и основният национален газопровод и нефтопровод. Поради близостта на столицата, община Елин Пелин е индустриален център със силен сектор на услугите. Структурата на икономиката се състои от производство с 19,96%, Енергетика и комунални услуги с дял 1,05%, Строителство с 6,93%, Търговия на едро и дребно 24,79%, Трафик и складиране 8,40%, Настаняване и хранителни услуги 10,29%, Информация и комуникация с 1,68%, финансови и застрахователни дейности с 1,47%. Бизнесът с недвижими имоти с 2,1%, административните и спомагателните услуги с 2,94%, публичната администрация и публичните институции имат дял от 3,99% в структурата на икономиката, докато образованието и здравеопазването и социалната защита имат равен дял в структурата на икономика, 4,83%. Изкуствата, развлеченията и отдих участват в структурата на икономиката с 4,41%. Значително място в общината заема производството на порцеланова, керамична и огнеупорна промишленост. Индустриален парк "Елин Пелин" е място на концентрация на екологична лека и високотехнологична индустрия. Това е и най-големият транспортен и логистичен център. Индустриалният парк обхваща 160 ха и е напълно инфраструктурно оборудван. Предимствата на индустриалния парк са близостта на столицата и достъпът до важни инфраструктурни съоръжения и връзки, както и най-голямото българско летище, близостта до главните пътища E79, E83, E871 и E772 и близостта до две ЖП гари (Елин Пелин и Столник), които имат добра техническа инфраструктура. Стратегическата позиция, съчетана с инфраструктурата, предоставя на компаниите добри възможности за бизнес и развитие. Комуналните дейности се извършват от фирма "БКД-Елин Пелин". Основните дейности на тази компания са: снегопочистване, поддръжка и ремонт на улична и пътна мрежа и спомагателни съоръжения, пешеходни зони, хоризонтални и вертикални пътни знаци, събиране, транспорт и изхвърляне на отпадъци, поддържане на реки и други водоизточници, поддържане зелени площи, почистване и премахване на нерегламентирани сметища и др⁵.

Туризм: Средният годишен брой посетители е 2670, средният годишен брой туристически нощувки в Елин Пелин е 5875. От общия брой туристи, посетили Елин Пелин, 75% са местни и 25% са международни туристи. Средното туристическо потребление е 30-50 EUR на човек на ден, докато средната продължителност на престоя е 2,2 дни. Туристическата инфраструктура в община Елин Пелин е във фаза на развитие. Според Националния туристически регистър 50 стопански субекта предоставят гостилничарски и туристически услуги на територията на общината (данни от октомври 2020 г.).

⁵ Източник: Општина Елин Пелин Додатак № 1 Одлуке №1100 према Протоколу бр. 44. / 31.01.2019. општине Елин Пелин

Услугите за организация на пътувания се извършват от два икономически субекта, за които това е допълнителна дейност в рамките на превоза на пътници. Предоставя се настаняване в хотели и курорти за кратък престой. Регистрирани са общо 12 съоръжения, с капацитет от 71 стаи и 186 легла. Гостилничарските услуги се предоставят в 38 съоръжения, а именно 13 ресторанта, 5 ресторанта за бързо хранене, 18 кафенета и барове и 2 сладкарници. Пандемията COVID 19 оказва разрушително въздействие върху туристическия сектор на Елин Пелин. Изследванията в рамките на диагностиката на веригите на стойността в туризма показват, че COVID 19 е доминиращият фактор, който бележи бизнеса през 2020 г. (таблица по-долу). Ограничителните национални мерки за забрана на събирания с цел предотвратяване на разпространението на епидемията са довели до намаляване на приходи за над 90% от предприятията, работещи в туризма. В същото време загубите се увеличиха в резултат на високите постоянни разходи за поддържане на туристическите съоръжения. Всичко това се отрази на заетостта в този сектор, която е намалена с 30 до 50%. Смята се, че поради пандемията на COVID-19 броят на икономическите субекти, които предоставят гостилничарски и туристически услуги на територията на общината, е намален с 30% (данни от февруари 2020 г.). Някои ресторанти са намерили краткосрочно решение при приготвянето и доставката на храна при поискване. Реализираните приходи обаче позволяват само частично намаляване на загубите.

Таблица 4. Въздействието на епидемията COVID -19 на бизнеса в туристическия сектор в Елин Пелин

Степен на въздействие	Организатори на пътувания	Доставчици на услуги за настаняване	Доставчици на гостилничарски услуги	Спомагателни услуги и доставчици
Няма въздействие	0,00%	0,00%	10,00%	0,00%
Леко въздействие	0,00%	0,00%	50,00%	25,00%
Значително въздействие	100,00%	100,00%	40,00%	75,00%

Според споменатото изследване представените форми на туризъм в Елин Пелин са фестивален туризъм, културен туризъм и бизнес туризъм. Елин Пелин има условно развит бизнес туризъм поради местоположението си, т.е. близостта на столицата и факта, че е водещият складово-дистрибуционен център в България. Този логистичен център, разположен в индустриалната зона на Елин Пелин, е седалището на много чуждестранни компании. Туризмът се проявява в основната си форма, в предоставянето на гостилничарски и хотелиерски услуги на работници, работещи по изграждането на съоръжения в рамките на индустриалната зона. Туризмът със специални интереси под формата на голф отпих е наличен в община Елин Пелин. Този тип туризъм разчита на спортна и развлекателна инфраструктура, т.е. голф игрище "Света София". Голф игрището се намира в село Равно поле и заема площ от 526,32 ха. Теренът предлага уникална комбинация от модерно голф игрище, модерен ресторант и спа център. Фестивалите и проявите отделят специално внимание в Елин Пелин. Установени са 11 фестивала и събития, които ежегодно привличат голям брой посетители от страната и чужбина. Всяка година общината организира културни и развлекателни събития като: Национален календарен фестивал „На гости у шопско“; Национален фестивал „Празник на любовта и виното“; Празник на автентичния фолклор "Чойжна" с. Мусачево; Празник на „Нежни струни“; Национален фолклорен фестивал "Лазарица"; Национален фолклорен фестивал "На хоро при Шопите"; Национален фестивал на китарата и струнните инструменти "Пролетни струни"; Национален фестивал "Шопски празник"; Традиционното събрание „Съединението прави силата“; Детски музикален фестивал „Есенна магия“; Празник Тодоровден; тържества и др. Богат и смислен културен живот е записан в село Горна Малина. Всяка година това село, в сътрудничество с община Елин Пелин, организира тържества и изложби. Три събития са от регионален характер: Туристическа разходка по стъпките на писателя Елин Пелин; Фестивал на народните традиции и обичаи „да се смееш и да живееш дълго“; конно надбягване. Други прояви са от местен характер и са изложби на живопис, керамика, скулптури, текстил, фотография, графика, екологични и органични продукти. Културният туризъм е изключително развит в Елин Пелин. Фактът, че в Елин Пелин са идентифицирани 19 културно-исторически забележителности, говори сам за себе си. По-долу е даден преглед на значимите туристически събития, организирани в рамките на туристическата дестинация Елин Пелин. Автор и собственик на снимките, които са поставени под описанието на тези събития, които се провеждат в Елин Пелин, е Диана Димитрова - ръководител на проекта. Авторът се съгласи с публикуването на тези снимки в тази част от Съвместната стратегия.

Описания на туристически събития - Елин Пелин

Име на събитието:	Шопски празник
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	Седмицата на Свети Дух
Организатор:	Община Елин Пелин
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България, Сърбия, Северна Македония, Русия, Гърция

Описание на събитието

Шопските празници е събитие, което е емблематично за културния календар на града, но и за социалния живот на жители и гости, в желанието заедно да изживеят радостта от общото веселие. Елинпелинският край е запазено средище на шопската идентичност и традиция. Жителите му са силни духом, обичат местните си песни, музика, хора, обичаи. Пословични са с тяхното трудолюбие, упоритост, дори инат, хитроумие, но и с усета им за красота, която личи в песните, буйните хора и носиите. Те пазят завета на писателя Елин Пелин, чието име с гордост носи градът: „Песните са затова – да те измъкнат от истината, за да разбереш, че си човек“. Характерът на шопата трудно се поддава на описание. Непредсказуем в действията си, често той е присмехулен, а умението му да се надсмее над другите, но и над себе си, е белег за духовна зрялост и широта. Без да губят чувството си за хумор и желанието си да се веселят, елинпелинчани отбелязват „Шопските празници“. Празникът започва на денят на Свети Дух /понеделник – денят след Петдесетница/, когато се събират всички родове от града на „Църквето“ и продължава цяла седмица, като кулминацията на празниците са в последните дни – петък, събота и неделя. През 2019 година Община Елин Пелин отбеляза Петдесето юбилейно издание на "Шопски празник".

Снимки от събитието



Име на събитието:	24 май "Ден на българската просвета и култура и на славянската писменост".
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	24 Май
Организатор:	Община Елин Пелин
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България

Описание на събитието

На 24 май - Денят на славянската писменост и българската култура, в община Елин Пелин се организира парад, в който се включиха училищата, детските градини от града, самодейни състави от всички читалища в общината. Събитието завършва с концерт на площада в град Елин Пелин.

Снимки от събитието



Име на събитието:	1 ноември – Денят на народните Будители
-------------------	---

Място на провеждането:	Елин Пелин
------------------------	------------

Време на провеждането:	Ноември
------------------------	---------

Организатор:	Община Елин Пелин
--------------	-------------------

Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
------------------	---

Посетители:	Гости от България
-------------	-------------------

Описание на събитието

На 1 ноември, по традиция Община Елин Пелин организира множество изяви и събития с цел да отдадем дължимото на великите българи, да съхраним и предадем родовата памет на младите след нас. Всичко това е от изключителна важност за националната ни идентичност. Община Елин Пелин организира факелно шествие, в което се включват всички училища, читалища и спортни клубове в града.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Леденото хоро на Богоявление /Йордановден/
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	06 януари
Организатор:	Община Елин Пелин храм „Св. Николай Мирликийски Чудотворец“
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България

Описание на събитието

Празникът започва в ранна сутрин в храм „Св. Николай Мирликийски Чудотворец“ с Божествена Света Литургия. След това се организира Литийно шествие от храма до река Лесновска на ЧЕРНИЯ МОСТ (входът на града от село гара Елин Пелин), където ще се провежда Велик Богоявленски Водосвет, мъжко хоро и хвърляне на Светия Кръст в реката. Мъжкото ледено хоро събира мъжете на Елин Пелин, които танцуват в ледената река, под съпровода на фолклорни песни, развявайки българския флаг за здраве и берекет. По традиция, източноправославен свещеник хвърля кръст в реката и се вярва, че този, който го извади, ще бъде здрав през цялата година.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Традиционен събор "Съединението прави силата"
Място на провеждането:	с. Нови хан, кв. Побит камък, община Елин Пелин
Време на провеждането:	Август
Организатор:	Народно читалище „Иван Вазов – 1928“ с. Нови Хан Община Елин Пелин
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България

Описание на събитието

Традиционният събор „Съединението прави силата“ е поводът да си припомним силата на духа и националното самосъзнание, които са способни да преодоляват границите на разделението. Съборът под надслов „Съединението прави силата“ се провежда в местността „Побит камък“, където някога е преминавала границата между Княжество България и Източна Румелия. В тази свята земя е минавала границата между двете части на разделеното ни Отечество. От 1885 година тя не съществува. В събора взимат участие самодейци от всички читалища на територията на общината и събитието се превръща в празник на духа, на традицията, на обединението и запазването на българското. Демонстрация на тези традиции и тяхната обединяваща сила е празничният концерт, който е организиран всяка година по това време. По време на събора се организира и кулинарна изложба-конкурс „Нашенска гозба“, като в нея се представят типични ястия от околните населени места в категории: хляб, местни ястия, постни ястия, баницы и сладкиши.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Национален фестивал на китарата и струнните инструменти "Пролетни струни"
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	Април
Организатор:	Народно читалище „Елин Пелин 1896“ – гр.Елин Пелин
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България. Всички фестивални прояви са със свободен достъп за публиката.

Описание на събитието

Фестивалът си поставя няколко основни цели: осъществяване на културен обмен, създаване на условия за установяване на контакти и сътрудничество между децата от различните школи от общината, страната и чужбина, приобщаване към културните ценности на музикалното изкуство, издирване и популяризиране на млади таланти и предоставяне на възможности за творческа изява, взаимодействие и обмяна на опит между различни състави, клубове и школи от страната. Запознаване с новите тенденции в областта на музиката. Обогатяване и разнообразяване репертоара на колективите, разширяване на участията им. Участниците се групират в различни групи - индивидуални изпълнители (солисти). Ансамбли: струнни ансамбли или смесени ансамбли, включващи в състава си струнни инструменти. Допускат се струнни инструменти: Арфа, Баглама, Балалайка, Банджо, Бандура, Барбитос, Бастарда, Басетля, Бива, Бисерница, Брач, Бузуки, Вина,

Виела, Виола, Виола да гамба, Виолончело, Вихуела, Гудок, Гусла, Гъдулка, Дидли лък, Домра, Еолова арфа, Инанга, Канел, Канун, Келтска арфа, Китара, Контрабас, Кото, Липински, Лира, Лютня, Мандолина, Мазанки, Никелхарпа, Пиано, Рабаб, Сантур, Сука, Саз, Тамбура, Теорба, Уд, Укулеле, Цимбал, Цигулка, Цистра, Цитра, Чанги, Ченг, Читра вина, Чунири. След конкурсната програма на фестивала, има Концерт на Гост-изпълнители, наши приятели, известни Рок групи и изпълнители.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Национален фолклорен празник „НА ХОРО ПРИ ШОПИТЕ“
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	Април
Организатор:	Община Елин Пелин Читалищата на територията на Община Елин Пелин Самодейни групи от България
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България, Сърбия, Северна Македония и Румъния

Описание на събитието

Националният фолклорен празник „НА ХОРО ПРИ ШОПИТЕ“ е включен в културния календар на Община Елин Пелин. Той се провежда на пл. „Независимост“ в град Елин Пелин в началото на април. Целта на фестивала е популяризиране, запазване и развитие на българския танцов фолклор; сплотяване, обединяване, забавление и веселие чрез уникалното народно танцово изкуство. Квалифицирано професионално жури от утвърдени специалисти в областта на българския танцов фолклор. Журито заседава след края на изпълненията и обявява класирането

Снимки от събитието



Име на събитието:	Национален фолклорен фестивал "Лазарица"
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	Националният фолклорен фестивал „Лазарица“ обхваща пролетните празници Лазаровден, Цветница, Великден и Гергьовден.
Организатор:	Община Елин Пелин Читалища на територията на община Елин Пелин
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България, Сърбия, Северна Македония и Румъния

Описание на събитието

Националният фолклорен фестивал „Лазарица“ обхваща пролетните празници Лазаровден, Цветница, Великден и Гергьовден. Фестивалът започва с парад-дефиле на участниците от фолклорните групи, танцовите състави и клубовете от НЧ „Елин Пелин 1896“ до пл. „Независимост“, гр. Елин Пелин. Цел на фестивала: Да съхрани за поколенията богатите фолклорни традиции, да обнови и обогати националното ни танцово и песенно културно наследство; Да стимулира процесите на съхраняване и популяризиране на местната и регионална специфика на пролетната обредност, като част от системата на фолклорната култура и мястото ѝ в съвременните културни процеси; Да провокира интереса на децата и младежите към усвояване на местната фолклорна традиция. В рамките на регламента се възпроизвеждат пролетни обичаи, пролетни игри и танци, обредни песни с подчертана локална/местна специфика, обработени танци и песни. Всички участници във фестивала ще бъдат оценявани от комисия, състояща се от фолклористи, етнографи, специалисти по танцов и музикален фолклор.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Национален фестивал "Празник на любовта и виното"
Място на провеждането:	В салона на НЧ „Елин Пелин 1896“ гр. Елин Пелин.
Време на провеждането:	В почивните дни около празника на (14 февруари)
Организатор:	НЧ „Елин Пелин 1896“ гр. Елин Пелин Община Елин Пелин и Сдружение „Шопкиня“
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Граждани и гости на град Елин Пелин

Описание на събитието

В месеца на любовта и виното / 14 февруари/се провежда традиционният фестивал на старата градска песен "Празник на любовта и виното". С песни за любовта, обичта, романтиката и виното преминава първия етап от фестивала- Конкурсната част на участниците изпълнители. Над 200 изпълнители на романтични песни от цяла България се изявяват на сцената, със стилизиран декор в темата и професионално жури ги оценява и класира във различните категории. Втората част, също толкова забавна е дегустация на вина и сирена и кашкавали от местни производители. Фестивалът на старата градска песен "Празник на любовта и виното" е един от любимите фестивали - за участници и зрители. „Празникът на любовта и виното“ е фестивал, който се организира за пета поредна година с партньорство на Община Елин Пелин и Сдружение „Шопкиня“. Този музикален форум се утвърждава като един от най-добрите празници на старата градска и шлагерна и авторска песен, целящ да даде възможност за изява на групите за стари градски песни от цяла България, да възроди и обогати градската песенна традиция, както и да достави удоволствие на ценителите на песента. Разделен е в няколко категории: Групи, дуети и индивидуални изпълнители.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Национален кукерски фестивал „На гости у Шопско“
Място на провеждането:	Елин Пелин
Време на провеждането:	Февруари
Организатор:	Община Елин Пелин Читалища на територията на община Елин Пелин самодейни групи от цялата страна
Интернет портал:	https://elinpelin.org/home.html
Посетители:	Гости от България, Сърбия, Северна Македония и Румъния

Описание на събитието

Откакто свят светува, човешката душа е арена на две сили - добро и зло. Вечно е противоречието между тях и вечна е тяхната война. Незавидна е участва на човека, защото всяка една от тях се стреми да го спечели на своя страна. Доброто го приласкава с надеждите. Доброто е щедро, защото изсипва пред човека като скъпоценни камъни ум, мъдрост, въображение, талант, сила и най-вече храброст, за да полети след мечтите си и да има дързостта да ги осъществи. От другата страна е Злото, което с лукави пламъчета в погледа придърпва човека в своя свят, изпълнен със сенките на мрака и притуленото лице на луната. То е силно с познанието на човешките слабости и залага на тях. Националният фестивал на маскарадните игри „На гости у Шопско“, провеждащ се ежегодно в гр. Елин Пелин, обл. София е празник на вечната борба, на вечното желание да изчистим душите си. Колкото по-шумни са кукерите, толкова по-сигурно е, че ще прогонят злите сили и духове. Изработването на кукерските маски е своеобразно изкуство. Повечето от тях са с дървена конструкция. Върху маската се залепят разноцветни конци, парченца платове, огледала и други елементи. Маската трябва да е грозна и страшна, за да се „изплаши“ злото. Най-древните маски са във вид на овен, козел и бик. Някои маски са с две лица. От едната страна лицето е добродушно - чип нос, усмихнато лице. От другата страна носът е голям и гърбав, а лицето зловещо. Така се показват доброто и злото, които паралелно съществуват в света. Фестивалът се провежда всеки месец февруари, като информацията относно неговото провеждане, заявленията за участие се публикуват на сайта на Община Елин Пелин.

Снимки от събитието



4.2 Лесковац

Общи характеристики: Град Лесковац като туристическа дестинация е градско селище и административен център на едноименната териториална единица и административната област Ябланица. Лесковац е икономическият и културен център на област Ябланица, който включва и общините Бойник, Медведжа, Лебане, Власотице и Черна Трава. Съгласно Закона за териториалната организация на Република Сърбия от 28 декември 2007 г. Лесковац получи статут на град. Лесковац е разположен в северната част на централната част на Южна Сърбия, в сърцето на обширната и плодородна долина Лесковац. Долината Лесковац е една от най-големите долини в Сърбия, която е дълга 50 км и широка 45 км. Долината граничи с Бабичка гора (1098 м), Селичевица (903 м), Сува планина на изток, Радан (1409 м) и Пасяча на запад и Кукавица (1442 м) и Чемерник (1638 м) на юг. На север тя е отворена към Нишка, а на юг, през дефилето Гърделица, към долината на Враня и Буяновац. През Лесковац протича река Ветерница, а районът на град Лесковац се намира на височина от 210 до 240 метра над морското равнище. Лесковац е важен транзитен център, който свързва южната част на Европа (Гърция), през Белград северозападна Европа, през Прищина Адриатическо море и през София и Черно море евро-азиатския коридор. Разстоянието на Лесковац от столицата (Белград) е 275 км. Лесковац е само на 47 км от летище Константин Велики в Ниш и на 286 км от летище Никола Тесла в Белград. Магистралата - E75 (коридор X) минава през дестинацията Лесковац, както и главният път М-9, както и железопътният коридор X. Лесковац обхваща площ от 1025 km², от които 449 km² е в градската и 576 km² в селската зона. По-точно, градската земя е 7122 ха, обработваемата земя 58851 ха, докато под горите е 33652 ха, а останалото са водотоци и водни повърхности в размер на 2875 ха. На територията на града има общо 144 населени места, от които 141 селски, а три градски. В допълнение към Лесковац, градските селища са още Гърделица и Вучйе. Гърделица е град, който е на 17 км от Лесковац и е разположен на главната Моравско-Вардарска артерия, така че железопътната линия и магистралата минават покрай него. Вучйе се намира на 17 км от Лесковац и е географският център на района, наречен Поречие.

Климатични характеристики: Климатът е мек умерено-континентален климат със средна годишна температура 11,10 °С, най-студеният месец е януари със средна температура 0 °С, най-топлият е юли със средна дневна температура 21,6 °С и годишната амплитуда е 22,3 °С. Средните валежи за Лесковац са 625,4 мм. Средният брой мразовити дни е 95,5, средният брой на тропическите дни в годината е 30,8. Средната годишна влажност е 73, средният брой ясни дни е 79, а средният брой облачни дни е 112. Средният брой дни със сняг годишно е 35, средният брой дни със снежна покривка годишно е 49, средният брой дни с мъгла е 29, а средният брой дни с градушка годишно е 1. Абсолютният максималната температура от 43,7 °С е измерена на 24 юли 2007 г., а абсолютният минимум от -30,3 °С, на 13 януари 1985 г. Максималните валежи от 92,0 mm са регистрирани на 26 юни 1954 г., а максималната височина на снежната покривка от 124 cm, на 31 януари 1963 г.

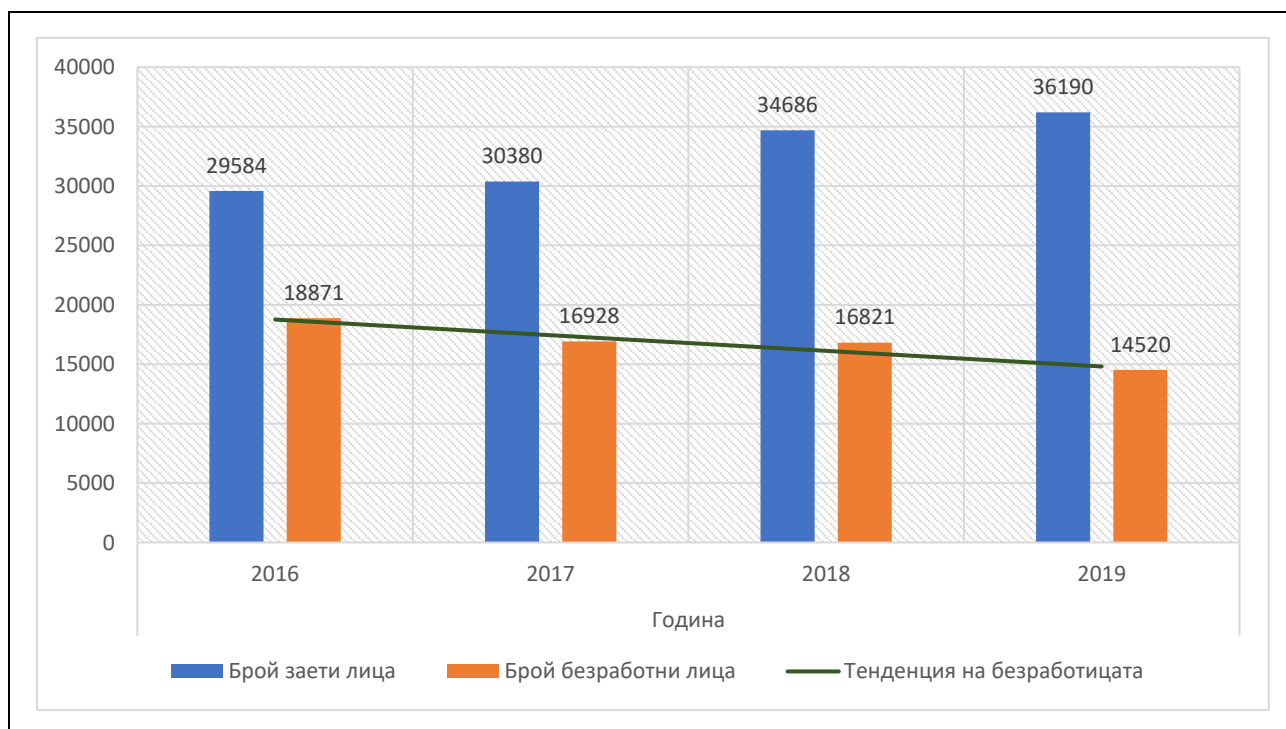
Население: Според резултатите от преброяването от 2002 г. в Лесковац е имало 156 252 жители, според данните от преброяването от 2011 г. в града е имало 144 206 жители, с 12 046 по-малко от преброяването от 2002 г. Смята се, че през 2019 г. броят на жителите е спаднал до 134 285 жители. Плътността на населението е 131 жители на квадратен километър. Средният брой на членовете на домакинството е 3,30. Градското население съставлява 45,27%, а селското 54,73% от общото население на града. Половата структура на населението е еднаква. Образователната структура на населението е неблагоприятна. Най-големият брой жители, около 47%, имат средно образование и около 20% само основно образование. Висше образование има само 6% от населението.⁶

Заетост: Според данните на SBS за 2019 г. броят на общо заетите в града е 36190. Броят на безработните за същия период е 14520. Периодът се характеризира с увеличение на общата заетост и намаляване на броя на безработните лица (следваща графика). Според данните за 2020 г. структурата на безработните е следната: без квалификация са 3 906, с по-ниско образование и полуквалифицирани са 273, квалифицирани безработни 4 462 и със средно образование са 4 382, висококвалифицирани 104, с висше образование има 379, а с висше образование има 1449. В Лесковац средната заплата (брuto), изчислена за януари 2021 г., е била 68 148 RSD, или 577,53 EUR.

⁶ Източник: Програм развоја туризма града Лесковца 2020 – 2025

Повечето служители са в хранителната, фармацевтичната, дървообработващата, текстилната и химическата промишленост, а извън икономиката повечето служители са в здравеопазването и социалните грижи и образованието. Общо 1043 души са заети в туристическия сектор.

Графика 1. Град Лесковац - движение на броя на заетите и безработните лица в периода 2016-2019 г.



Природа: Туристическата дестинация Лесковац като сръбска петолъчна река и като долина, заобиколена от планини, изобилства от природни туристически атракции и места, които имат висок туристически потенциал. Склоновете на Бабичка гора се открояват от съществуващите природни забележителности; Каньон на река Вучянка; Ждрелото Грделица; Планина Кукавица; Радан планина; Река Слатинска; Строг природен резерват - "Зелениче"; Водопад "Джокини вирове"; Защитена зона около културната ценност "Яшунски манастири"; Природен паметник „Оскорушево дърво“ в село Сеяница; Природен паметник "Кутлешки дъб" в село Кутлеш. Преглед на природните забележителности е даден по-долу.

Бабичка гора	Планината е кръстена на село Бабичко, което се намира на планината, на около 500 м надморска височина. Тя е залесена, изобилства с дивеч. Северната част на планината, която принадлежи на Запланье, е известна с това име, докато южната ѝ част е известна с името Крушевица. Той е предимно с островно положение, ограничен от разломи към долините Барбешка, Запланска и Лесковац. Съставен е предимно от предкамбийски зелени шисти. Най-високият връх Крива бука 1,057м.
Каньон на река Вучянка	Каньонът Вучянка е част от долината на река Вучянка, десен приток на Ветерница. Каньонът е врязан в северните склонове на планината Кукавица и е разположен на 18 км югозападно от Лесковац. Формата на каньона на долината на реката се съставя под село Збежица и участък Сколица. Каньонът е дълъг 2 км, прорязан между върховете Китка (988 м) и Самарич (619 м). Входът в каньона е на около 500 метра надморска височина, а изходът е на около 340 метра надморска височина. На стърчаща скала на левия бряг на каньона, на 150 м над реката, се намира Зеленият град. На изхода от каньона се намира ВЕЦ Вучйе, построена през 1903 година. Речното корито в каньона е пълно с „водовъртежи“, водопади и каскади. „Вировете“ привличат

	специално внимание на хората и всъщност представляват каменни саксии или казани. Те са речни ерозивни форми, които се срещат на места, където се случва силна еволюция, вихровото движение на водната маса и речния материал, който тя носи. С течение на времето по тези места в скалистото корито се образуват кладенци.
Ждрелото Гърделица	Ждрелото Гърделица е първото стеснение в композитната долина на Южна Морава в югоизточна Сърбия. Носи името на град Гърделица на входа на дефилето. Дълго е 34 км и дълбоко 550 метра, нарязано на гнайс. Свързва долините Враня и Лесковац. В дефилето са разположени градовете Владичин Хан, Предеяне и Гърделица.
Планина Кукавица	Планината Кукавица се простира в югоизточната част на Сърбия на левия бряг на Южна Морава, в областите Пчиня и Ябланица. На запад е ограничена от река Ветерница. Принадлежи към Родопите. Планинският масив Кукавица е ограничен на изток от Южна Морава, на запад от Вучянка, на север от полето Лесковац, докато от южната страна преминава в хълмисто-планинската зона на дефилето Гърделица. Най-близките места са Владичин Хан, Гърделица и Вучье. Най-високият връх е Влайна (1,442), който е разположен на северните склонове, докато на южните склонове има няколко върха с височина до 1400 метра. Част от планината е защитена през 1980 г. по предложение на Републиканския институт за защита на природата. Районът, в който се намира резерватът, принадлежи към комплекса от мезофилни букови и буково-иглолистни горски типове.
Планина Радан	Планината Радан е разположена в южната част на Сърбия, в общините Лебане, Бойник, Медведжа, Куршумлия и Прокупле. Принадлежи към южното Поморавие в по-широк смисъл. Включва части от горните части на басейните на Топлица, Пуста река и Ябланица. Той е удължен в посока СЗ-ЮГ. Радан включва и масивите: планините Майдан, Соколовица и Арбанаси. Най-високият връх е Шопот (1 409 м) и заема площ от 466 км ² . Планината е разположена на мястото, където Динаридите са обърнати към Родопите (родопска или сръбско-македонска маса), което е важно за разнообразието на релефа му, сложността на геоложкия състав и тектоничните отношения. Няма много какво да се говори за природата на тази планина. Достатъчно е да се каже, че Институтът за защита на природата на Сърбия даде предложение за поставяне под закрила като място от изключително значение.
Слатинска река	Река Слатина е богата на различни видове водна и крайбрежна флора и фауна. Има и печна пъстърва и раци, които са строго защитени видове в Сърбия. Река Слатина се състои от река Огореличка и Муратовица с голям брой по-малки потоци и реки, които извираят във вековни букови гори. Водата при изворите е питейна и богата на минерален състав. В долното течение река Слатинска преминава през Копашница и се нарича Копашничка река, която по-нататък се влива в Южна Морава.
Зеленичье	Зеленичье е горска зона под планината Острозуб, в изворната част на река Острозубска, която се влива в Рупска река, обитавана от лавровишна, наречен "зеленичье". Това е строг природен резерват и е под закрила на държавата. Известно е с растителната общност <i>Lauroceraso-Fagetum</i> B. Jov. - общност от мизийски планински бук (<i>Fagus moesiaca</i> Domin, Maly Czecz.) с лавр (<i>Prunus laurocerasus</i> L. var. Поради факта, че това е рядък растителен вид в света, този пейзаж, с площ от 42 хектара, е обявен за строг природен резерват през 1950 г. и е поставен под държавна защита. Тази растителна общност е структурирана така, че подът на високите дървета е доминиран от мизийски бук (<i>Fagus moesiaca</i>), а подът на високите храсти е доминиран от зеленина (<i>Prunus laurocerasus</i>) и падуб (<i>Ilex aquifolium</i>).

Яшунски манастири	Защитената зона около недвижимата културна ценност „Яшунски манастири“, с площ от 188,27 ха, с иглолистна и широколистна гора, в която преобладават бук и дъб, на които имат паразитира, е под закрила от 1989 г.
„Оскорушево дърво“ в село Сеяница до Гърделица	„Оскорушево дърво“ в село Сеяница близо до Гърделица. Това растение принадлежи към роза и расте бавно на хълмист терен, самостоятелно или в редки гори от дъб и габър. Дървото живее до 500 години. Продълговати, заострени и назъбени листа растат на кръгло, окосмено, дълго стъбло. Оскорушата плодонася между четиридесет и петдесет годишна възраст, зелено-жълти, след това червеникави плодове, които са най-вкусни гнили. Този екземпляр на Оскоруша в Сеяница е защитен като значимо природно богатство поради възрастта си от около 120 години, обиколката на дървото от 2,7 м, височината от 15 м и разклонената кръгла великолепна козирка.
Дърво дъб лужняк - оброк	Дървото дъб лужняк – оброк, се намира на частен парцел в района на село Кутлеш. Дъбовото дърво в гората расте до 40 м, с диаметър над два метра. Поради разширяването на обработваемата земя в района на град Лесковац, дъбът е изчистен. Самотният кутлешки дъб край река Пуста е на около 300 години, а като размери и красота е голям екземпляр, защитен като значима природна ценност.
Водопад Джокини вирове	Водопадът Джокини вирове е комплекс от два вира в средната част на каньона на река Вучянка, десен приток на Ветерница. Те се намират на 2 км от Вучйе, в непосредствена близост до старата водноелектрическа централа, която все още работи. В средното си течение река Вучянка е изрязала долина на каньона с дължина малко над 2 км с придружаващи явления като водопади, каскади и дълбоки водовъртежи. Джокините вирове са разположени в най-тясната част на каньона, чиято ширина в горния водовъртеж е само 5 метра. Десният бряг се състои от стръмните склонове на Петокрака (1041 м) и левия склон на Китка (645 м). Горният вихър е широк около 15 метра, дълъг около 5 метра с дълбочина 2,5 метра. Разположен е под Горния водопад (висок 9 метра), докато водата изтича от басейна от Долния водопад (около 11 метра) и попада директно в долния басейн. Долният водовъртеж е широк около 20 метра, дълъг 10 метра, с дълбочина 4,5 метра. Температурата на водата във водовъртежите е около 23 °C през лятото, докато прозрачността на горния водовъртеж е пълна (2,5 м), докато долният водовъртеж е относително непрозрачен и водата изглежда напълно черна. Вировете са любимо място за плуване, предимно за по-младите плувци, поради относително труднодостъпния терен. По време на високото ниво на водата горният вир е практически недостъпен. На дължина от 600 метра има следните места, подходящи за плуване: Вани, сравнително малки по размер, но с изключително гореща вода; вир Яз под 20 метра висок водопад, по-голям от Джокин, но с дълбочина само 1,5 метра; през по-малки вирове до водноелектрическата централа и накрая най-големият и най-посещаван вир Девказан на 100 метра надолу по веригата от водноелектрическата централа, където е и в близост до най-живописната част на каньона.

Културно наследство: Лесковац се споменава за първи път като град през 1395 г., когато монахинята Ефимия (княгиня Милица), със синовете си Вук и Стефан, го дава на светогорски манастира Св. Пантелеймон къща и двама от нейни хора в Лесковац. Според легендата преди повече от 600 години Лесковац е кръстен на леска, растяща в района на пресъхналото сега езеро, под хълма Хисар. Многобройни културно-исторически блага свидетелстват за традицията в културата на града. Гръцкият историк Херодот споменава през V в. пр.н.е., че на мястото или близо до днешния Лесковац е имало някакво илирийско (дарданско) селище, около което се е отглеждал коноп. През 2 век, след завладяването на Хирите, римляните идват в тази област.

Не откриваме никакви споменавания за живота на нашите славянски предци в тази област до 12 век, когато районът около днешния Лесковац под името Глубочица (Дубочица) е даден на Стефан Неманя от гръцкия цар Манойло. По време на управлението на цар Душан и веднага след неговото управление някои села в Дубочица, включително самият Лесковац, са дарени на манастири. Френският географ Ами Буе пише през 1837 г., че Лесковац има 3000 къщи (2400 християнски, 500 турски, 30 ромски и 10 еврейски) и общо 15 000 жители. Легендата разказва, че Лесковац е кръстен на растението леска, израснало в района на някогашното източено езеро, което се намирало под хълма Хисар близо до днешния град. Селището е кръстено Лесковац на нейно име преди повече от 600 години. Основните характеристики и туристическият потенциал са 20 исторически и културни забележителности на града, а именно: Съборната църква „Света Троица“ в Лесковац; "Оджаклия" -Стара църква на Света Богородица в Лесковац; Църква Свети Илия на Хисар; Църква Света Петка в Рудар; Църква на Рождество на св. Йоан Кръстител във Вучйе; Църква Света Петка в Кумарево; Църква Свети Никола в Чукленик; Яшунски манастири; Манастир Рударе; Град на императрица; Етно-археологически парк на Хисар; Обект Градац; Римски некропол в село Мала Копашница; Средновековен град Скобалич; Къща на Бора Димитриевич Пиксели; Музей на текстилната индустрия в Стройковац; Магазин-къщата на Джокич; ВЕЦ във Вучйе; Мемориален парк Хисар и Кръглия павилион на панаира в Лесковац. Описанията на тези културно-исторически забележителности са дадени по-долу.

Съборната църква на Света Троица в Лесковац	Тя е строена в период от 1921-1931 г., когато е и осветена на Малка Богородица 21 септември, в присъствието на най-високите църковни и държавни сановници (в присъствието на царя и патриарха на православната църква). Построена е по външния вид на Грачаница.
"Оджаклия" Църква на Света Богородица в Лесковац	Църквата „Оджаклия“ е построена 1803 г. върху основите на вече съществуващ храм. По външния си вид се различава от останалите църкви. Широка е, а низка, поради което от вън повече прилича на къща, отколкото на църква. Това било и намерението на старите строители. Построена е по време на тюрското владичество, когато завоевателите не гледали на православните храмове добронамерено. Хората от Лесковац, понеже там нямало църква, ходили в църкви в околните села. През първите години на 19 век те успяват да получат ферман от султана, тоест одобрение да построят църква в града. Обаче, местното турско население не харесало тази идея. Според мнозина автори, лесковчани се досетили и в сградата построили огнище и комин, казвайки, че строят къща за свещеник, а не църква. И след построяването и след тюрското владичество храмът бил изложен на опасности. В рамките на църковната порта се намира и рядкост в православния свят, единствен пример за строителен подход, стара църква посветена на Пресвета Богородица или Малка Богородица.
Църквата на свети Илия на Хисар	Църквата на свети Илия се намира на източната страна на Хисар. Построена е и осветена по повод отбелязването на петстотин години от Косовския бой, 1889 г, на мястото, където според преданието била средновековна църква. Църквата проектирал Светозар Ивачкович, а иконостасът изработил С. Николич от Битола.
Храм Свети Симеон Мироточиви	Храмът на Свети Симеон Мироточиви се намира в градско селище Дубочица. На територията на град Лесковац са защитени 49 недвижими културни ценности, като 5 са от голямо значение и 44 паметника на културата в категорията на културни ценности. По-голям брой (общо 152) ценности са в предварителна защита, представени под формата на обекти на народната архитектура, градска, обществена и сакрална архитектура, археологически обекти. Културният живот на град Лесковац се провежда в няколко културни обекта. Градската читалня е основана 1869 и става голяма Градска народна библиотека през 1935 г. След направена ревизия през 2013 г. Библиотеката има общо 101400 монографии, общо 2774 списания и 63 години (626 тетрадки) вестници. Лесковашкият културен център започва с дейността си през 1981 г. първоначално като Културен дом на младите „Жика“

Църква на Света Петка в Рударе	<p>Манастирът Рударе се намира в едноименното село Рударе, недалеч от Лесковац, той представлява недвижима културна ценност като паметник на културата от голямо значение. Църквата на манастира, посветена на преподобномъченица Параскева - Света Петка, е разположена на клон на планината Кукавица, на Рударска коса, която потъва в широката долина Лесковац пред града. Построен е върху основите на раннохристиянска базилика от V век, когато е построен известният град на императрицата - Юстиниана Прима. Тази базилика вероятно е била унищожена от славянски нашествия през 6-ти и 7-ми век и е била подложена на първата си реставрация през ерата на Неманичи. През Средновековието тук е имало манастир, който е бил духовният център на Лесковац и околностите му по време на турците. Храмът е частично повреден през 1814 г., но скоро е възстановен, когато днешните каменни плочи са поставени на пода. Феликс Каниц, пътешественик и историк, посетил тези части през 19 век, пише, че този храм „с бели стени, бивш манастир, любимо място за събиране и любимо място за пикник на хората от Лесковац“. Той също така посочва, че по това време църквата е била центърът на енорията, към която са принадлежали 14 околни села и в която има двама свещеници.</p>
Църква Рождество на Свети Йован Кръстител във Вучйе	<p>Църквата „Рождество на св. Йоан Кръстител“ се намира на около километър от Вучйе, южно от Лесковац, по склоновете на Кукавица. Тя е дело на известния руски архитект и професор Григорий Самойлов. Според някои източници тя е построена на мястото, където преди е имало средновековна църква, дарение на сръбски герои от турската епоха Никола Скобалич. Църквата е разрушена от турците, но сръбският народ, според традицията, все пак се е събрал върху останките ѝ, като по този начин е запазил вярата и духа си по време на робството под турците. Това бил един от мотивите на семейство Теокаревич, известни индустриалци, които развиха текстилната индустрия в тази част на Сърбия през втората половина на 19-та и първата половина на 20-ти век, за да построят нова църква на същото място. Сградата със специфична красота, завършена през 1938 г., се смята от някои за един от най-значимите примери за междувоенна църковна архитектура у нас. Църквата е осветена на 7 юли 1938 г., на празника на Рождението на Свети Йоан Кръстител, което е и славата на Вучйе.</p>
Манастирът Въведение Пресвета Богородица на	<p>Манастирът Въведение Богородично, който се намира недалеч от манастира "Св. Йоан Кръстител" в Яшуня, е манастир, посветен на Въведение Богородично. Според надписа на портала над входната врата на храма е записано, че храмът е построен през 1499 г., по дело на монахинята Ксения, със сестрите Теофан, Марта и Мария. Строежът на храма е завършен на 11 октомври 1500г. Тъй като турските власти забраняват строителството на нови манастири и църкви след 1453 г., манастирът най-вероятно е построен върху основите на по-стар от неизвестен период. Турците сериозно повреждат манастира, особено по време на Първото и Второто сръбско въстание. Претърпява първия си ремонт през 1863 г. с работата на Йован Илкович от Галичник. Първоначално манастирът е бил изцяло стенописан и частично коригиран няколко пъти. Притворът е рисуван през 1868 г. от художника Йован Илиевич. На 18 март 1982 г. манастирът е поставен под закрилата на държавата като паметник на културата от голямо значение.</p>
Църква Света Петка в Кумарево	<p>Църквата „Света Петка“ в Кумарево, според легендата, произходът на село Кумарево е свързан с изграждането на църквата. А именно, по време на нашествието на турците, манастирът в Слатина е съборен, турците обесват дванадесет калугери и само един оцелява, който не е бил в манастира, защото</p>

	<p>той отглеждал овце по заповед. Той намерил иконата на св. Петка на огнището на манастира, затова заедно с хората прекосил Морава и поставил иконата и кръста на мястото, където хората по-късно построили църквата. Всъщност това е импровизирана църква до 1803 г., когато е построен храм от твърд материал, който е осветен същата година. Храмът е в окаяно състояние, така че до него през 1933 г. е построен великолепен храм, построен в моравски стил с купол и камбанария над притвора.</p>
Църква Свети Никола в Чукленик	<p>Църквата на манастира е посветена на Свети Никола, превърната в светска през 1884 г., а преди е имало гръцка църква "Успение Богородично". Няма достоверни данни за произхода и миналото на манастира, но манастирът със сигурност е по-стар от селото, което е образувано до него едва след Първото сръбско въстание. Манастирът Чукленик се намира в едноименното село Чукленик на архиепископията на Първа Лесковашка епархия в Ниш. Не е известно кога е построен в този район, но най-вероятно през Средновековието, а днешният през 20 век. Поради историческите и околните ценности тя представлява недвижимо културно благо като паметник на културата от голямо значение</p>
Яшунски манастири	<p>Манастирът Свети Йоан в село Яшуня е разположен по склоновете на Бабичка гора, на около петнадесет километра от Лесковац. Построен е през 1517г. Смята се, че върху основите има тристагодишни светилища. Подобно на повечето манастири и църкви, той е бил центърът на грамотността, църковния и духовния живот на тази част от епархията в Ниш по време на Османската империя. Плячкосван е няколко пъти, но благодарение на труда на добрите хора бързо възстановяван. Смята се, че стенописите на манастирската църква са създавани на няколко пъти. Най-старите стенописи са рисувани през 1524 г., а през 1584 г. е изрисувана западната фасада на църквата. Светилището е уникално със своите стенописи, изобразяващи сцени от Стария и Новия завет, в цялата външна фасада на църквата, от които за съжаление днес могат да се видят само фрагменти.</p>
Манастирът Въведение Пресвета Богородица	<p>на</p> <p>Манастирът Въведение Богородично, който се намира недалеч от манастира "Св. Йоан Кръстител" в Яшуня, е манастир, посветен на Въведение Богородично. Според надписа на портала над входната врата на храма е записано, че храмът е построен през 1499 г., по дело на монахинята Ксения, със сестрите Теофан, Марта и Мария. Строежът на храма е завършен на 11 октомври 1500г. Тъй като турските власти забраняват строителството на нови манастири и църкви след 1453 г., манастирът най-вероятно е построен върху основите на по-стар от неизвестен период. Турците сериозно повреждат манастира, особено по време на Първото и Второто сръбско въстание. Претърпява първия си ремонт през 1863 г. с работата на Йован Илкович от Галичник. Първоначално манастирът е бил изцяло стенописан и частично коригиран няколко пъти. Притворът е рисуван през 1868 г. от художника Йован Илиевич. На 18 март 1982 г. манастирът е поставен под закрилата на държавата като паметник на културата от голямо значение.</p>
Мемориален Парк Хисар	<p>Мемориалният парк е парк, разположен на източния склон на хълма Хисар. Комплексът е построен през 1971 г., а негов автор е архитектът Богдан Богданович. Той е посветен на бойците на НОВЮ и жертвите на фашизма от този район, загинали по време на Втората световна война. Мемориалният парк се състои от три основни звена: церемониален път, пространство с кенотафи / надгробни паметници и символична конична скулптура, която се издига над амфитеатъра. През 2009 г., мемориалният парк включва лапидарий от около 20 еврейски надгробни паметника, събрани в близост. А именно до Втората световна война наблизо е имало малко еврейско гробище, което след това е било унищожено от нацистите.</p>

Манастир Рударе	Църквата „Света Петка“ в Рударв е най-старият храм в района на Лесковац, иначе византийската базилика е била разрушена при османското нашествие и отново е възстановена. В този период около него е основан манастир. През Австро-турската война, в началото на 18 век, той отново е разрушен. Той е възстановен през 1799г. Характеризира се с великолепни стенописи. Има два слоя. Първият слой е от Средновековието, а вторият е нарисуван след ремонта на храма през 1815г. До храма има пансион с двуетажна сграда, построена в началото на 19 век. Това е истински архитектурен шедьовър на своето време.
Етно-археологически парк на Хисар	Хисар е от изключително значение за историята на град Лесковац, където са открити останки от селища от неолита, медната, бронзовата и желязната епоха, както и от римския, византийския и турския период. Останките от най-старите селища датират от средния и късния неолит. Хисар е бил обитаван през всички периоди от металната епоха, медната средна бронзова епоха и желязната епоха. Открити са останки от укрепления от късния античен период - IV век и ранновизантийския период - VI век, както и от сръбското средновековие и турския период. В допълнение към селища и укрепления са открити части от некрополи от ранновизантийския период и сръбското средновековие - XII-XIII век. На Хисар е открит най-старият център на черната металургия в Европа, намерено е многопластово селище на културната група Бърница от 1300 г. пр. н. е. най-красивите образци на средновековно стъкло в няколко цвята, останки от селище от 1400 г., сребърни монети от Стефан Лазаревич, следи от стенописи от XII и XIII век. През 2002 г. на Хисар е открит безценен предмет с форма на игла с дължина 64,5 см, изработен от чисто неръждаемо желязо, датиращ от 1300 г. пр. н. е., направен по неизвестна досега технология. Тази чудотворна „игла“ се съхранява в Археологическия институт в Белград.
Местност Градац	Местността Градац се намира близо до село Злокучана близо до Лесковац. Разположен е над устието на река Яшунска по протежение на Южна Морава. Поради естественото си положение хълмът служи като основа за издигане на селища на най-широкото плоско плато, което има лек наклон на северозапад. Намереният тук материал принадлежи към фазата на винчански павета (млад неолит) с изобилие от елементи от ранната бронзова епоха на юга.
Римски некропол в село Мала Копашница	Римският некропол с гробовете на изгорелите мъртви се намира в село Мала Копашница. Некрополът е принадлежал на селище, което е живяло през II и през първите години на III век. Луксозните гробни находки говорят за голямото богатство на селището. Във всички гробове са открити бронзови монети, керамични съдове, бижута от стъклена паста и злато, оръжия, инструменти и др. Златните бижута показват много развито занаятчийство в тази област по време на Римската империя. Предполага се, че това селище е опустошено през шести век след Христа.
Средновековен град Скобалич	Археологическият обект Скобалич град се намира на върха на билото на планината Кукавица, на около десет километра югозападно от Вучйе. Местността е многопластова, защото има следи от различни епохи. Най-старите следи датират от медната и бронзовата епоха. Най-старото каменно укрепление е построено през предримско време, а укреплението е направено от камък, тухли и хоросан от ранновизантийската епоха. Най-младото укрепление, чиито останки - укрепления и кули, вече се виждат на земята, датира от 15 век и е свързано с личността на Никола Скобалич, владетелят на деспота Джурдже Бранкович. Никола Скобалич е историческа личност, която се споменава във връзка с двете битки, които е водил през септември и ноември 1454 година. Градът се състои от Горния, Долен град и предградията и заема площ от около два хектара. Археологически разкопки са извършени в периода от 1984 до 1990 година.

Къща на Бора Димитриевич Пиксла,	Къща на Бора Димитриевич Пиксла, старата сграда на Народния музей, построена през XIX век. Едноетажна сграда, в балкански стил. В тази сграда днес се намира постоянната етнологична поставка на Народния музей, която представлява интериора на къщи в Лесковац през XIX век.
Музей на текстилната индустрия в Стройковац	В село Стройковце близо до Лесковац се намира първият музей на текстила, който се намира в стара мелница. От особена стойност е гайтанджилница, фабрика за изработване на декоративни колани върху стари сръбски костюми, чиито машини са били задвижвани от мелница преди откриването на електричество.
Къщата на Шоп-Джокич	Къщата на Шоп-Джокич е на 120 години. Това е едноетажна сграда с веранда над входа. Приземният етаж е почти без отвори, а половината от него е мазе. Етажът на тази къща бил добре декорира с дървообразен таван в най-голямата стая. Сградата е реставрирана и достроена в същия стил през 1980 г.
Водоелектрическа централа Вучйе	Хидроелектрическа централа Вучйе на река Вучянка, във Вучйе, на 17 км от Лесковац. Построена е през 1903 г. и е втората най-стара водоелектрическа централа в Сърбия и на Балканите. Най-заслужил за построяването му е професор Джордже Станоевич, личен приятел на Никола Тесла и родоначалник на електрификацията в Кралство Сърбия. Принадлежи към деривационния тип електроцентрала с водозабор, водоснабдителна камера, деривационен канал и тръбопровод. Той сам по себе си предизвиква любопитство. С дължина около 1000 метъра, със средна ширина и дълбочина 1 метър. От едната страна е изсечен в скалата, а от другата е изградена подпорна стена. Красотата на природата не е застрашена с изграждането на канала, дори от него се откроява прекрасна гледка към водопади, скали и каньона на река Вучянка. Повечето от останалите части на комплекса са построени през 1903 г. Най-старата далекопроводна мрежа в Сърбия с дължина 17 км свързвала ВЕЦ и град лесковац, с който собствениците на ВЕЦ имали договор за осветление. През годината, в която Хенри Форд основава своята фабрика за автомобили, братята Райс направили пръв успешен полет в историята на човечеството, и когато електричеството се считало за съотносително нов феномен, чрез медни кабели на далекопровода Вучйе-Лесковац на 24. Декември 1903 г. започнал да тече ток.
Кръглият павилион на Панаира в Лесковац	Кръглият павилион на текстилния панаир в Лесковац е най-монументалният в комплекса от изложбени зали. Заема 2640 м ² площ. Основата е с приблизително кръгла форма със среден диаметър около 65 m. Той е покрит с окачен покрив, който се опира на два бетонни хиперболични параболида и мрежа от кабели между тях. Залата е била използвана за излагане на текстил, текстилни изделия и машини. Павилионът е проектиран в офиса на Строителна компания "RAD" от Белград, а архитект е бил Стйепан Залежак. Строителството започва в края на май 1958 година. В първата фаза е построена галерия на залата без основната конструкция. Залата се използвала за събора, който се провел тази година, а след това вместо покрив имало временно платно за палатка. Окончателно е завършен през 1959г ⁷ .

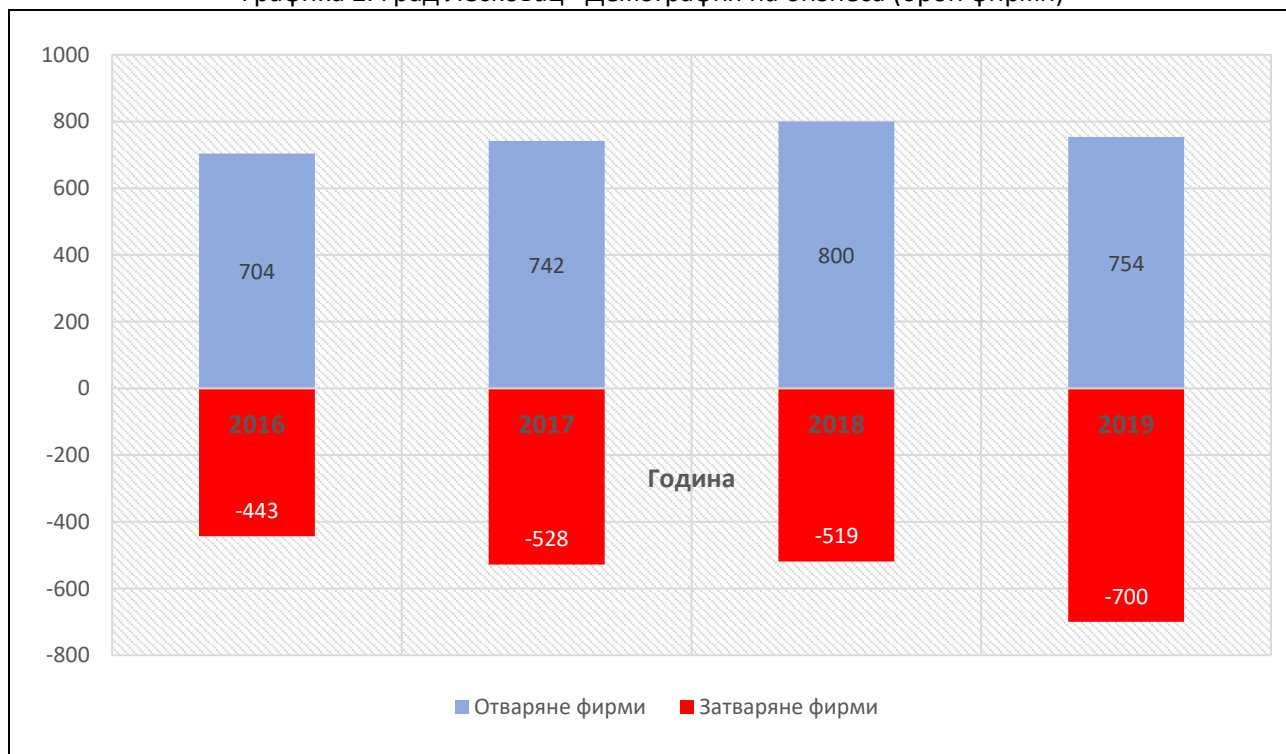
Икономика и инфраструктура: Според нивото на развитие на единиците на местното самоуправление град Лесковац принадлежи към III група от единици на местното самоуправление, чието ниво на развитие варира от 60% до 80% от средното за страната⁸. На територията на град Лесковац, съгласно градоустройствените документи се предвиждат десет бизнес зони, от които най-известна е бизнес зоната, наречена „Зелена зона“. Това е нова индустриална зона, собственост на град Лесковац, с площ от 971 500 м², образувана с цел осигуряване на нови инвестиции.

⁷ Източник: Do.co.mo.mo. Сърбија Међународна радна група за заштиу грађевниа, места и целина

⁸ Източник: Уредба о утврђивању јединствене листе развијености региона и јединица локалне самоуправе за 2014 ("Сл. гласник РС", бр. 104/2014).

Магистралата М1 разделя Зоната на две части. Западната част на Зоната е с площ от 427 736 м² и е напълно оборудвана с инфраструктура. Магистралата (Коридор Х) минава през територията на град Лесковац и Лесковац има директен достъп до магистрала Е-75. Магистралата М-9 е връзка с България. Железопътните линии имат директен достъп до клон на коридор Х Е-85 (Залцбург-Белград-Лесковац-Скопие-Солун). Речното пристанище на Белград е на 272 км. Най-близкото летище е Константин Велики в Ниш. Град Лесковац принадлежи към групата от 25 урбанизирани града / общини и се откроява със специфичното си положение, тъй като заедно с Ниш и Враня се намира в южната част на международния коридор за движение 10. Що се отнася до възможностите за паркиране, Лесковац има 1315 паркоместа, от които 539 са в първата зона, 706 във втората зона и 70 паркоместа са без ограничение във времето. С този брой места за паркиране град Лесковац трудно задоволява нуждите на шофьорите, предвид увеличени брой превозни средства в градските райони. Таксиметровото обслужване в град Лесковац разполага с 267 превозни средства⁹. Лесковац и околните селища се снабдяват с вода от резервоара "Барие", който е създаден от заграждането на река Ветерница, на 30 км нагоре по течението от Лесковац през главното водоснабдяване с дължина 87 км. Лесковац разполага със завод (фабрика) за пречистване на отпадъчни води, който се намира в близост до селището Богоевце, при вливането на река Ветерница в Южна Морава. Фабриката е предназначена за 86 000 жители и след получаване на отпадъчни води от градския колектор, тя може да преработи 800 литра отпадни води в секунда¹⁰. ОКП Топлана отговаря за производството и разпределението на топлинна енергия за отопление, както и за отопление и газификация на града. През Лесковац преминава основният клон на магистралния газопровод МГ 11. Сигналите за интернет връзка и мобилна телефония са добри. Лесковац има дълга предприемаческа традиция и много развит сектор от малки и средни предприятия. Бизнес демографията има положителна тенденция. Според съществуващите данни (графика по-долу) съотношението на новоучредените икономически субекти и броя на угасналите е в полза на новосъздадени икономически субекти.

Графика 2. Град Лесковац - Демография на бизнеса (брой фирми)



Лесковац е град с развита текстилна, химическа, дървообработваща и хранително-вкусова промишленост, но и център на скара и кулинарни специалитети.

⁹ Източник: Програма развоја туризма града Лесковца 2020-2025. године

¹⁰ Източник: Програма развоја туризма града Лесковца 2020-2025. године

Според базата данни на стопанските субекти PKS Partner (www.pkspartner.rs) структурата на икономиката е следната: Земеделие, горско стопанство и риболов 1,31%, Производство 19,71%, Електричество, газ, доставка на пара 0,16%, Водоснабдяване; управление на отпадъчните води, 0,41%, строителство 8,99%, търговия на едро и дребно 24,52%, трафик и складиране 6,80%, услуги за настаняване и хранене 5,72%, информация и комуникация 3,01%, финансови и застрахователни дейности 0,84%, недвижими имоти 0,49%, професионални, научни, иновационни и технически дейности 7,66%, административни и спомагателни дейности 3,28%. В структурата на икономиката образованието участва в същия процент като здравеопазването и социалната защита, с 1,11%. Изкуството, развлеченията и забавленията участват с 1,99%, докато има много голям процент от така наречените други дейности в сферата на услугите 12,80%. Според данните на Агенцията за търговски регистри (APR), през стопанската 2018 година на територията на град Лесковац са действали 1070 действащи юридически лица (фирми и кооперации) и 4001 активни предприемачи. Департаментът по икономика и земеделие на Градската администрация на град Лесковац - Департамент по икономика и предприемачество изготвя Анализ на бизнес резултатите и МСП на град Лесковац въз основа на представени финансови отчети за фирми, кооперации и предприемачи за местната власт от АПР. Данни за 863 юридически лица и 782 предприемачи, базирани на територията на град Лесковац, бяха предоставени на този отдел за бизнес 2018 година. Лесковац има изключителни традиции в развитието на селското стопанство и преди всичко зеленчуците. Земеделските земи, конфигурацията на терена, благоприятните климатични и хидрологични условия представляват голямо сравнително предимство на град Лесковац. Селскостопанската продукция е предимно от индивидуален тип и се характеризира с фрагментация на парцелите. Град Лесковац разполага с 58 970 ха земеделска земя, от които ливади и пасища заемат общо 11 870 ха, а останалите са обработваема земя, овощни градини и лозя. 30 375 ха са под гори, т.е. около 30% от общата територия на града, от които 39,92% са в държавна собственост и 60,08% в частна собственост. Възможностите за напояване са големи, но неизползвани (интензивно напоявани по-малко от 5% от общата площ). Неизползваната (занемарена) земя може да се използва за биологично производство, което е важно и за туристическото предложение. развитието на селското стопанство и развитието на селския туризъм са допълващи се цели. Разширяването на пазара е важно за развитието на селското стопанство, а развитието на селския туризъм е най-подходящият начин за това разширяване.

Туризъм: Туристическата инфраструктура в град Лесковац е развита. Според наличните данни от базите данни на стопанските субекти PKS Partner, 347 стопански субекта предоставят гостилничарски и туристически услуги в града. Според данните от октомври 2020 г. 35 стопански субекта са предоставили услуги за организация на пътувания. Предоставя се настаняване в хотели и курорти за кратък престой. Регистрирани са общо 24 такива съоръжения. Гостилничарски услуги се предоставят в 270 съоръжения, включително 233 ресторанта, 7 ресторанта за бързо хранене, 25 кафенета и барове, 3 сладкарници и 3 винарни. Развлекателни дейности се извършват от 18 стопански субекта. Данните от февруари 2020 г. показват, че броят на предприятията, които предоставят гостилничарски и туристически услуги в града, е намален с 10%. Намаляването на броя на икономическите субекти е пряка последица от пандемията COVID-19, т.е. прилаганите мерки за ограничаване на събирането на хора с цел предотвратяване на разпространението на болестта. Според официалните статистически данни в сферата на ресторантьорството и туризма в Лесковац работят над 1000 души, т.е. 3,20% от общия брой на заетите¹¹. Структурата на съоръженията за настаняване, т.е. техните капацитети, се промени през последните няколко години. Според данните на министерството, което отговаря за туризма от декември 2020 г., броят на категоризираните места за настаняване (hotели, мотели, пансионни, туристически и апартаментни селища (с изключение на частни къщи, стаи, селски туристически домакинства, ловни вили и лагери)) беше 6. В тези съоръжения има 13 апартамента, 149 стаи и 252 легла¹². По отношение на предишното съобщение на Министерството на туризма (август 2020 г.) броят на категоризираните съоръжения е намален с 1, както и броят на леглата със 7,54%¹³.

¹¹ Източник: Републички завод за статистику. Општине и региони у Републици Србији, 2019.

¹² Източник: Категорисани објекти Србија - децембар 2020. година
<https://mtt.gov.rs/download/Spisak%20hoteli,%20decembar.xlsx>

¹³ Източник: Категорисани објекти Србија - август 2020. година <https://mtt.gov.rs/download/Avgust.xls>

В допълнение към хотелите, услугите за настаняване в града могат да се предоставят в категоризирани частни къщи и стаи, както и в селски туристически домакинства. Според данните на Департамента по икономика и земеделие на град Лесковац¹⁴ - Департамент за местно - устойчиво развитие в Лесковац, има единадесет категоризирани обекта на физически лица, с общо 73 легла и 16 съоръжения на юридически лица с общо от 460 легла¹⁵. През 2019 г. са регистрирани общо 24 280 пристигания на туристи, което е увеличение с 26,57% спрямо 2015 г. Средногодишният темп на растеж на общия брой пристигащи туристи спрямо 2015 г. е 5,31%. Реализираният брой нощувки на всички туристи, които са използвали капацитет за настаняване, е 45 178 и е по-висок с 45,49% спрямо 2015 г. В периода от 2015 до 2019 г. Лесковац непрекъснато отчита увеличаване на броя на туристите. Броят на реализираните нощувки на турист обаче е изключително нисък и за периода 2015-2018 г. е едва 1,59. Средният турист в Лесковац харчи 25 EUR на нощ на човек, между 10 и 15 EUR за храна, 10 EUR на човек за освежаващи напитки и кафе, докато между 2 и 3 EUR за сувенири. Колективно потреблението на туристи на ден е от 30 до 50 EUR. Характерно за дестинацията Лесковац е, че 64% от туристическото потребление отива за настаняване и хранителни услуги, докато извън пансиона консумацията е несравнимо по-ниска само 16%. Фестивалният и културен туризъм с подправката на местната гастрономия преживява разширяване. Лесковац е разпознал потенциала в развитието на културния туризъм и с подкрепата си за множество културни събития от национално и международно значение допринася за развитието на този вид туризъм. Гастрономията е един от основните фактори за привлекателността на дестинацията. Лесковац е най-известен със лесковашка скара, която се прави от специална смес месо, чиято оригинална рецепта не е напуснала града и до днес. Гастрономическият фестивал Рощилияда е потвърден като едно от основните кулинарни събития в Югоизточна Европа, с над половин милион посетители, предимно млади хора от трансграничния район. Той е придружен от богата културна програма - концерти, ревюта, карнавали и състезания.

Таблица 5. Лесковац - Списък на събитията

<ol style="list-style-type: none"> 1. Рощилияда – фестивал на скарата 2. Балкански фестивал на младите автори на комикси. 3. Хладно оръжие през вековете 4. Кулинарно събитие „Буркан срещу буркан“ 5. Кулинарно събитие "Лесковашка Мучкалица" 6. Дни на вишната в село Липовица 7. Дни на Николай Тимченко 8. FAPOR – Фестивал на самодейна театрална режисура 9. Дни на зеленчукопроизводителите в село Номаница 10. Гърделичка регата 11. Дни на меда в Лесковац 12. Интернационален фестивал на китара 13. LEDAMUS -Лесковашки дни на музиката 14. Художествен пленер Власина 15. Карнавал Лесковац 16. Фестивал на Ритъма, барабани и Перкусии 17. Лесковашки фестивал на детското творчество 	<ol style="list-style-type: none"> 18. Лесковашки фестивал на уличния театър 19. Лесковашки фестивал на традиционното изкуство 20. Лесковашка изложба на сувенири 21. Лесковашко лято 22. LIFE - Лесковашки интернационален филмов фестивал 23. Майски художествен салон 24. Нощта на музеите в Лесковац 25. Събор на Никола Скобалич във Вучье 26. Дни на крушата във Вучье 27. Дни на чушката в село Локошница 28. Фестивал на пача в село Грабовница 29. Фестивал на картофите в село Печеневец 30. Регионална изложба на крави и юници в Лесковац 31. Дни на ягодата в село Душаново 32. STRINGS- Международен фестивал и лятна академия по музика 33. Нощта на добрата фотография 34. Think Tank Town фестивал 35. Дни на Мелницата във Вучье
--	--

¹⁴ Одељење за привреду и пољопривреду града Лесковца надлежно је за категоризацију објеката физичких и правних лица у домаћој радиности (соба, кућа, апартмана) и сеоском туристичком домаћинству

¹⁵ Източник: Програма развоја туризма града Лесковца 2020-2025. године

Особеността на фестивала е подготовката на най-голяма плескавица в света за рекорда на Гинес. По време на това събитие туристическият сектор отбеляза 45%¹⁶ увеличение на приходите. През годината се организират 35 прояви и тържества. Те са основните туристически атракции на района. Освен по скара Лесковац е известен и по „лесковашка“ чушка и лесковашки айвар и по прочутата „лесковашка мучкалица“. Лесковашка мучкалица е автентично ястие от района на Лесковац, което се приготвя от месо и зеленчуци на скара. Лесковац със своята гама от традиционни продукти каквито са прочутата скара, айвар, спържа, лесковашка мучкалица, ракия вилямковка и др., е привлекателна дестинация за консумация на автентични ястия и напитки в много ресторанти и туристически съоръжения. Лесковац има дълга и богата спортна традиция в развитието на спортни и развлекателни събития. Специален потенциал в тази област представлява Центърът за спорт и отдих "Дубочица", който предлага на потребителите голяма зала с капацитет над 3600 места и малка зала, боулинг, стрелбище, голям олимпийски басейн с два по-малки басейна, който тренира неплувци, 6 тенис корта и панаирна зала (Син павилион). Спортно-развлекателен център Дубочица предлага на своите клиенти голям (капацитет над 3600 места) и малка зала, боулинг и басейн с олимпийски размери. Лесковац разполага с 2 футболни стадиона, Дубочица и Слога, както и отлична писта за развитие на конен спорт. Специален потенциал в тази област е развитието на туризма, който разчита на посещаването на различни многодневни училища за готвене, в които участниците се запознават с основните характеристики и методи за приготвяне на ястия от района на Лесковац. Преглед и описание на важни туристически събития, които се организират в рамките на туристическата дестинация Лесковац, са показани по-долу. Авторите на текста на описанието и собствениците на снимките, поставени под описанието, са организаторите, които са изброени в таблицата. Авторите са се съгласили с публикуването на тези снимки. Партньорите по проекта изразяват голяма благодарност за изпратените описания и снимки.

Описания на туристическите събития - Лесковац

Име на събитието:	Рощилияда
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Края на август
Организатор:	Туристическа организация на град Лесковац Град Лесковац
Интернет портал:	https://tol.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия, Северна Македония, Босна и Херцеговина, Словения, България, Гърция
Описание на събитието	
<p>Рощилияда в Лесковац отдавна е световна столица на барбекюто, мегаполисът на доброто забавление и място, където кулинарни майстори се срещат от години, гостилничарите се състезават, смесват се звукове, които разгалват душата, за да се забавляват посетителите, бизнесмени да се срещнат, да се насърчава бодростта и вълнението, за да се овладее радостта. Традицията на скарата в района на Лесковац продължава няколко века. Скарата пристига в Сърбия през Кавказ, Турция, Гърция и Македония и поради своето „подобрене“ и днешното си качество с право носи епитета на сръбски и най-вече лесковашки специалитет. За първи път кебапите се споменават през 18 век. Въпреки че е възприет от всички балкански нации, въпреки че начините на приготвяне и вкусовете се различават, всички са единомдушни, че Лесковац е град с най-дългата и богата традиция на скарата и че хората от Лесковац са топ майстори.</p>	

¹⁶ Източник: Цветковић Ј., Тасић Д., Стаменковић П., Анђелковић Ж. Капацитети и конкурентност туристичке привреде Јабланичког округа (студија), Центар за развој Јабланичког и Пчињског округа, Висока пословна школа Лесковац, Лесковац, 2017.

Това се потвърждава от престижни награди от страната и света. Името Миодраг Глигориевич – Драги Буре е вписано с големи букви в анализите на добрата храна, които, следвайки семейната традиция, достигнаха до най-престижните международни награди. Така наречената „тясна компания“, те не можеха да си представят красотата на кръчмата, без студено вино и щедри овали с месо на скара. Вечерните излети бяха белязани от „малки и големи влакове“, по-дълги и по-къси композиции, съставени от специалитети на скара: плескавици, кебапчета, пържоли, шишчета, сланина, ущипци и какво ли още не. И като допълнение, винаги има люта чушка, ситно нарязан кромид, и за тези по-смели гастрономи, червен пипер. За да утвърдят традицията на скарата, предприемчиви туристически представители, заедно с известни заведения за обществено хранене, започнаха Рощилиядата през 1989 г. като местен панаир на гостилничарски специфики. Днес Рощилиядата е модерно проектиран и добре организиран фестивал на майсторството на кебап, професионални лекции, състезания и добро забавление. През седмицата на събитието на гостите се предлага богата програма от концерти на културно-артистични дружества, рок групи, изпълнители на избрана народна и популярна музика. Рощилиядата е последвано от състезания по приготвяне на скара, а най-голямо внимание привличат състезанията за най-голямата плескавица в света и най-голяма плескавица от ръка. Рощилиядата се провежда всяка година в седмицата, в която се срещат август и септември. Под открито небе в центъра на града, на популярната Широка чаршия, са поставени трибуни, пред които се пушат "скарари" с горещ въглен. От тях се разпространява миризмата на печени кебапчета, плескавици, ущипци, шишчета, колбаси, бекон, черен дроб и други специалитети, с които Лесковац е широко известен. Пред трибуните има крайбрежна алея, през която преминават няколкостотин хиляди души по време на събитието. ГОЛЯМА ПЛЕСКАВИЦА - Не е лесно да си представим плескавица, в която има между 50 и 60 килограма месо на скара и е още по-трудно да се направи това творение. Това е световен рекорд по размер, който опитни майстори чупят от година на година. Това ядливо, гигантско творение, с диаметър над метър и половина, дебело три сантиметра, привлича вниманието на световните медии. Снимки от състезанието обиколиха много меридиани, а самият момент на превръщане на плескавицата повишава адреналина на наблюдателя като най-атраktivните каскади на акробатите на трапеца. Това състезание се наблюдава от експертна комисия, съставена от изтъкнати професори по кулинария, която взема предвид количеството и качеството на месото, формата и размерите на плескавицата, компактността на масата и по-специално вкуса на крайния продукт. Плескавицата от ръката е друг състезателен специалитет, който привлича вниманието и заслужава адмирации. Представете си майстор, който смесва над 3 килограма месо на ръце и оформя всичко това в плескавица, хвърля го на скара и го пече. Същите правила важат както за голямата така и за тази. Първият победител в тези състезания беше Новица Станкович Шапоня. За съжаление този отличен производител на кебап пострадал през 1999 г. в Косово, така че това състезание в негова чест се провежда под негово име. В допълнение към тези състезания има състезание на майстори на барбекю, наречено "Миодраг Глигориевич - Драги Буре" и състезание на ученици от училища за обществено хранене в Сърбия. Рощилиядата е проява на забавление, добро настроение и хубава музика. От ранните следобеди до ранните утрини, звучат тромпети на най-добрите майстори на къочеци. От 20 ч. до полунощ на голямата сцена се сменят най-добрите духови оркестри, рок групи, изпълнители на популярна народна и популярна музика, топ певци и оркестри, поп звезди. Изглежда, че няма група и популярен изпълнител от Сърбия и околностите район, който не е бил гост на Рощилияда. Няколко хиляди посетители се насладиха на концертите на YU група, Кербер, Галия, Тропико и Амадеус банда, групата хари Мата-Хари, Червена ябълка, Фрайле, Мирослав Илич, Луис, Ана Бекута, Снежана Джуришич, Боки Милошевич, Биляна Кръстич и Бистрик и фолклорни групи от Македония, България, Румъния, Гърция, Словения. Изложби на произведения на изкуството и документи се провеждат по време на Рощилиядата. Туристическата организация организира и художествена колония, където художниците рисуват мотиви от цветната и визуално богата Рощилияда.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Карнавал Лесковац
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Първата седмица на юли
Организатор:	Туристическа организация на град Лесковац Град Лесковац
Интернет портал:	https://tol.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия и целия регион

Описание на събитието

КАРНАВАЛ - история традиция. Идеята за проектиране на карнавала се намираше в дискретното намерение да премести очарованието на карнавалните партита по улиците на града и да ги накара да изглеждат като далечно Рио, Средиземно море, маскаради, красотата на просторни площи с жонгльори, огнегълтачи, вълшебства, фокусници, пазители на традицията. След това разгледахме местната история и обичаи в южната част на Сърбия. Имаше календари, додоли, лазарки и кралици, които вдъхновяваха предците да организират няколко карнавала, които да се помнят през 20-те и 30-те години. След това, през 2006 г., Карнавалът беше добавен към Рошилиядата като пищен медальон. Вторият карнавал беше прекъснат поради големия брой зрители, които същата вечер наброяваха над 50 000, тъй като шествието не можеше да си проправи път до главната сцена. С четвъртия карнавал, Карнавал Лесковац, станавме членове на FECS. Маршрутът беше променен, Карнавалът беше профилиран в специално шестдневен събитие, към което бяха добавени: Карнавал от трета възраст, Детски карнавал, Голям маскарад, Карнавални игри на вода, Еко карнавал, Карнавал на tottoo, Face&Body Painting, домашни любимци, огън фестивали, улични артисти и жонгльори на мажоретки, огнегълтачи, олдтаймери... След това има Карнавален пленер, карнавална рисунка на тротоара, работилници за правене на маски, надбягване с бурета, карнавални концерти и изложби. Над две хиляди участници и огромен брой зрители правят Лесковац да изглежда като голяма туристическа столица в онези дни. Петдесет атрактивни групи от повече от десет държави и от Сърбия, с близо две хиляди участници, дефилират по главния булевард

на Лесковац всяка карнавална събота от 21 часа. Няколко десетки хиляди жители на Лесковац и техните гости от страната и чужбина поздравяват участниците, които със своите цветни маски, хореографии, алегорични превозни средства, жонглиращи песни и други карнавални любопитства преминават през редица наблюдатели и показват триминутни програми в две точки. Лесковац е един от най-видните членове на Федерацията на европейските карнавални градове. Той може да се похвали, че освен многобройни групи той е приемал и уважавани членове на дипломатическия корпус, най-видните представители на карнавалните градове, изявени гости от страната и чужбина, културни и обществени работници, бизнесмени, художници. Карнавалът е празник на радостта, разнообразието, спокойствието, забавлението и младостта. Ето защо той започва с карнавално хоро и, както всяко сериозно събитие, с химн на FECC и карнавала в Лесковац, и завършва с голяма заря и карнавален бал под маски. Карнавалните дни, които са увертюра към големия карнавал, подгряващ атмосферата, имат Face&Body Painting и Фестивал на огъня като свещи на тортата. Това е многочасова програма, която започва с рисуване на лицето и тялото. Следва реконструкцията на карнавалните обичаи в тази област, която се характеризира с прескачане на „каравещица“. Програмата продължава с песни на опитни жонгльори и оглегалтачи, които идват при нас от няколко града в Сърбия, България, Македония, Румъния ... След спиращите дъха им песни се организира мини заря като въведение в страхотната карнавална заря. Това е програма за илюминация – бенгалски огън, пиратки, конфети. На края в малки фенери се изписват и пускат послания за любов, нежност, приятелство - това са други имена на мотото на Карнавала в Лесковац. Детският карнавал е истинско бижу в благородната идея за Карнавала. Традиционно се предшества от големия маскарад. Стотици костюмирани момчета и момичета минаха през карнавалното плато тази вечер с маски, които техните вдъхновени родители замислиха и реализираха. Организаторът богато награждава най-добре маскираните деца и им отвръща за красотата, която те разпръснаха по тротоара на градския булевард по този повод. Изглежда, че още по-голяма радост подготвят децата от танцови училища, детски градини, начални училища, клубове за деца със специални нужди ... Те, заедно със своите възпитатели и наставници, организират карнавални групи от малки участници и организират програми за памет, с които биха се гордели и най-видните световни карнавали. Организаторът връчва грамоти, медали и грамоти на най-добрите детски карнавални групи с надеждата детското вълнение, веселие и безгрижие да се пренесат в духа на техния Карнавал.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Международен фестивал за филмова режисура в Лесковац - LIFFE
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Трета седмица в септември
Организатор:	Лесковашки културен център
Интернет портал:	https://liffe.rs/
Посетители:	Аудитория от различни възрасти, образование и интереси. Създатели на филм (режисьори, актьори, студенти по режисура...)

Описание на събитието

Международният фестивал за режисура в Лесковац стартира през 2008 г. с цел популяризиране на филмови постижения и автори от страната и региона. По време на своята тринадесетгодишна история, организирана от Културния център в Лесковац, тя се превърна в престижно събитие, което далеч надхвърля местните рамки и нараства популярността си сред любителите на филма и създателите на филми. На фестивала са представени най-ценните постижения от региона, а до момента са показани над 250 филма пред около 80 000 зрители. Освен това LIFFE имаше голям брой световни и европейски премиери в Сърбия, а на фестивала дойдоха култови автори на бивша югославска кинематография. Международният фестивал за филмова режисура в Лесковац е основан с идеята за създаване на мрежи в региона. Кинематографиите от този регион, в допълнение към техните специфики, говорят универсален език, който се разбира най-добре от съседите с подобен манталитет и чувствителност. В допълнение към културното многообразие, което този фестивал предлага, и развитието на местно признание на автори и актьори, той също така дава възможност за среща с режисьори, което е основата за създаване на по-добър и по-разнообразен пазар. В продължение на тринадесет години фестивалът бе домакин на над 90 от най-известните режисьори от различни поколения, както и голям брой актьори от региона. Голямата награда на фестивала е кръстена на известния режисьор Живоин Жика Павлович. На фестивала се връчват още две награди за режисура и две актьорски награди. Всяка година LIFFE се стреми да предложи на зрителите и гостите широка гама от филмово и друго програмно съдържание чрез основните и придружаващи програмни единици. Специална състезателна програма се състои от филми на студенти по режисура от Сърбия и бившия югославски регион, които се конкурират еднакво със своите филми за наградата Радомир Байо Шаранович - най-успешния млад режисьор. Тази програма предоставя възможност на неустановени автори да представят себе си и първоначалните си филмови постижения пред фестивалната публика и експертното жури, което оценява студентския филм. Любопитството на фестивала е основната състезателна програма, която обединява филми, направени в Сърбия и региона в периода между двата фестивала LIFFE. В рамките на тази част от Основната програма режисьорите на игрални филми от страната и региона представят своите постижения. Състезателната програма се състои от филми, внимателно подбрани от Фестивалния селектор, като условието е филмите да идват от някоя от бившите югославски републики или да са копродуцирани, както и да бъдат разпознаваеми от гледна точка на израз и предмет - филми със силно критично отношение към социалните обстоятелства в момента. Фестивалът се разпознава по богатото и разнообразно съдържание на съпътстващата програма, която се състои от популяризиране на книги, форуми и разговори с известни актьори и режисьори, изложби и концерти на музикални звезди от региона, както и различни образователни програми. Голямо значение се дава на фестивала от традиционната конференция на режисьорите и продуцентите, която се стреми да намери нови модели на сътрудничество и работа в мрежа за производство и разпространение на филми в страните от региона. Уникалната платформа позволява по-лесно сътрудничество на кинопрофесионалистите и помага за развитието на веригата на стойността на филмовата продукция и допринася за увеличаване на пазара и по този начин за по-добро качество на продукцията на нови филмови продукции. Фестивалната концепция на LIFFE се основава на утвърждаването на авторите и техните постижения от бившите югославски републики, поставя режисурата на преден план - изкуството, т.е. занаят, за който всички знаят всичко и който все още е в дълбоката сянка и класифицира този фестивал като една от важните прояви в Сърбия и региона.

Снимки от събитието



Име на събитието:	„Дни на чушката – Долна Локошница“
Място на провеждането:	Село Долна Локошница, град Лесковац
Време на провеждането:	Септември месец
Организатор:	Град Лесковац - Бюджетен фонд за развитие на земеделието на територията на град Лесковац
Интернет портал:	https://www.gradleskovac.org
Посетители:	Местна общност Долна Локошница, ОУ "Вук Караджич", Професионална служба по земеделие - Лесковац, Фолклорна секция на Дома на културата Печеневце, Културно изкуство "Леминд"

Описание на събитието

Четиринадесет километра североизточно от Лесковац, на десния бряг на Южна Морава, е село Доня Локошница. Град Лесковац всяка година през септември организира традиционната манифестация "Дни на чушката", която изпраща най-красивата картина на региона Лесковац към света. Долна Локошница е своеобразно царство на чушката. Чушката, която тук се отглежда, е автохтонен сорт, който успява най-добре в тази област и се използва главно за производството на пикантен червен пипер (смян и скълцан червен пипер). Долна Локовница е известна и с уникалните фасади на къщи, украсени с множество низи червени чушки, които се сушат по естествен път. Това е атракция за много туристи, които идват в това уникално село по пътя и снимат автентични фасади на къщи и стопански постройки. Жителите на това село са пазители на традицията. До 2019 г. се проведеха 14 прояви „Дни на чушката“. За съжаление, през 2020 г. това събитие не се проведе за предотвратяване на разпространението на инфекциозната болест COVID-19, причинена от вируса SARS-Co V. Това събитие има за цел: да популяризира потенциала за развитие на селото; популяризиране на селскостопански продукти и пласиране. Всяка година в събитието участват около 30 изложители на червен пипер. „Дните на чушката“ събират голям брой жители на Долна Локошница, околните села, както и посетители от цяла Сърбия. Интересът на представителите на медиите е значителен и

нараства от година на година. В самото начало на събитието заинтересованите земеделски производители следват лекциите на съветниците от Експертната служба по земеделие на град Лесковац, по актуални теми, свързани главно с производството и защитата на чушки в защитена зона, както и на открито. Изисква се и културна и артистична програма. Всяка година местни културни и артистични дружества участват в събитието. Участници са както местни жители, така и ученици от началното училище "Вук Караджич" от Долна Локошница. В началото на културно-артистичната програма към участниците и посетителите на събитието се обръщат кметът / заместник-кметът на град Лесковац и президентът на местната общност. Като част от културно-артистичната програма редовно се организира състезание по бързо нанизване на чушки. Около десет представители, предимно жени, жители на село Долна Локошница, обикновено участват в това състезание. Те са много квалифицирани и бързи в процеса на нанизване на чушки и правене на венци, тъй като те също отговарят за онази част от процеса на сушене на чушки в техните домакинства. Подсигурени са символични награди за всички участници в състезанието, като победителят в състезанието, второто и третото място, получават награди с малко по-висока стойност. Изложената червена чушка, която е богато и добре подредена в каруца и в традиционни опаковки, се посещава и оценява от експертна комисия. Критериите за оценка на чушките са органолептичните свойства, външния вид и технологичното качество на чушката. Наградите за най-красива и най-качествена чушка са предвидени за първо и второ място на изложителя. За всички посетители на събитието, които се занимават със земеделско производство и са регистрирали земеделски стопанства, се организира игра на късмет, където наградите се изтеглят публично от барабана. Специален чар на тегленето придават най-младите местни жители, облечени в традиционни народни носии от нашия регион, които иначе задължени да изтеглят победители. Манифестацията "Дни на чушката" в Долна Локошница е своеобразна реклама за това място, производство и преработка на червен, пикантен червен пипер, както и за цялата област Лесковац. Образът на това село в периода на къщи, украсени с червени венци от червени чушки предизвиква голям интерес у местни и чуждестранни посетители. Така през есента на 2020 г., въпреки че това събитие не се проведе, германската национална телевизионна компания ZDF записа предаване за това уникално село в южната част на Сърбия.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Лесковашки летени фестивал
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Средата на юни
Организатор:	Туристическа организация на град Лесковац Град Лесковац
Интернет портал:	https://tol.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия
Описание на събитието	
<p>ЛЕСКОВАШКОКО ЛЯТО (ЛЕСКОВАШКИ ЛЕТНИ ФЕСТИВАЛИ) Започната преди двадесет години с идеята да проектира празни и скучни летни дни, „Лескавашко лято“ се превърна в престижно културно събитие. В един период това беше най-дългата проява в Сърбия с програма от над 5 часа на ден. Да припомним, че гостуваха академик Матия Бечкович, поет Душко Трифунович, актьорите Миодраг Радованович, Мишо Янкетич, Соня Савич, Миленко Заблчански, Таня Бошкович, Лиляна Благоевич, Горица Попович, Небойша Дугалич, Снежана Савич, Светлана бойкович, Весна Станкович, Милена Васич. Бода Нинкович, Лепомир Ивкович, Никола Джуричко, Войин Четкович, Катарина радивоевич, Лиляна Стйепанович и др. Към този списък трябва да се добавят ансамблите "Скитащи сърца" и "От време на време", "Креативна група", "Зана", "Тропико банд", "Легенди", "Гарави сокак", "Православни келти", "Неверни Бебета". И след това Неша Галия, Тияна Дапчевич, братя Теофилович, Гале и Найда, Йован Малькокович, Деян Цукич и много други. Помнят се и концерти на класическа музика, класически и модерен балет. Специално трябва да се отбележат видовденските вечери, които се провеждаха в двора на църквата. Първо програмата, посветена на битката за Косово и косовските герои, се проведе в портата на катедралната църква в Лесковац, а през последните няколко години се провежда в портата на църквата в Рудар. Програмата „Видовден“ е посветена на значими годишнини от богатата история на сръбския народ. Програмите през тези вечери изпълниха актьорите Миша Янкетич, Мирко Бабиш, Лепомир Ивкович, Небойша Кундачина, Миряна Вукойчич, Ивана Жигон, Небойша Дугалич ... и музиканти Войка Джорджевич, Снежана Спасич, Светлана Стевич, както и актьори и музиканти от Лесковац и околността. Лесковашкото лято е последвано от турнири по малък футбол и уличен баскетбол, модни ревюта, изложби на картини, занаяти, цветя, птици и кучешки изложби от всички породи. Въпреки че десетки места в Сърбия организират летни програми по подобна концепция, те са своеобразно допълнение към туристическото и културно предложение за местното население, което остава в града. През предходните години събитието се състоеше от множество индивидуално независими програми, със специален акцент върху развлекателния компонент. Събитието продължава 15-17 дни. Всички програми се реализират на открито, в атрактивно пространство на етно-комплекс Шоп-Джокич. Всички програми са безплатни за посетителите. В зависимост от качеството на програмата и продължителността, събитието се посещава от 20 000 - 30 000 посетители. През 2011-2013 г. експеримент с нова концепция показа, че различен подход е оправдан и желателен и в същото време показва голям потенциал на участниците. Предвижда се това събитие да обедини три изкуства, визуално, сценично и музикално, и да бъде реорганизирано чрез няколко различни и независими фестивала, някои от които биха имали състезателен характер. След няколко години трябва да се установят нови културни принципи на града през летните вечери, когато традиционно няма достатъчно културни събития. Нашето намерение беше фестивалът да се превърне от местно в регионално събитие. Сред реализираните тогава програми трябва да споменем: Фестивал на клубните и улични музиканти, Фестивал на уличния театър, Фестивал на детското творчество, Фестивал на барабанистите, Фестивал на традиционното творчество, Видовденски вечери, Модафест. През последните години поради финансови причини се върнахме към старата концепция за „Културно лято“, с преобладаващо разчитане на собствения ни артистичен потенциал от някои гостуващи програми. В допълнение към традиционните програми, Видовденските вечери, Le-Sax Fest (фестивал на саксофонистите) и Мемориалът на Яков Митич (вечер на акордеона), 21-во „Културно лято“ ще представи на публиката около 50 различни програми: концерти от различни музикални жанрове, пиеси, литературни вечери, танци и балет, модни ревюта, изложби, инсталации, представления, работилници.</p>	

Предназначен е за различни възрастови категории и целеви групи. През предходните години събитието „Летничарски фестивали в Лесковац“ профилира характера на мултимедийно лятно парти на открито. Той е предназначен да ангажира гражданите на Лесковац, които не напускат Лесковац по времето, когато приключва учебната година и когато започват празниците, чрез голям брой културни, развлекателни и спортни събития (театрални представления, поп и рок концерти, концерти на класическа музика, балетни представления и представления за деца, литературни вечери, промоции на различни спортове и бойни изкуства). Събитието има редовна публика и през предходните години привлече около 30 000 посетители за период от две седмици. Доминираха атрактивни културни и развлекателни програми. По отношение на продължителността си това е едно от уникалните и най-дългите прояви в Републиката, така че с основание е включено в Републиканския календар на събитията на Туристическата организация на Сърбия.

Снимки от събитието



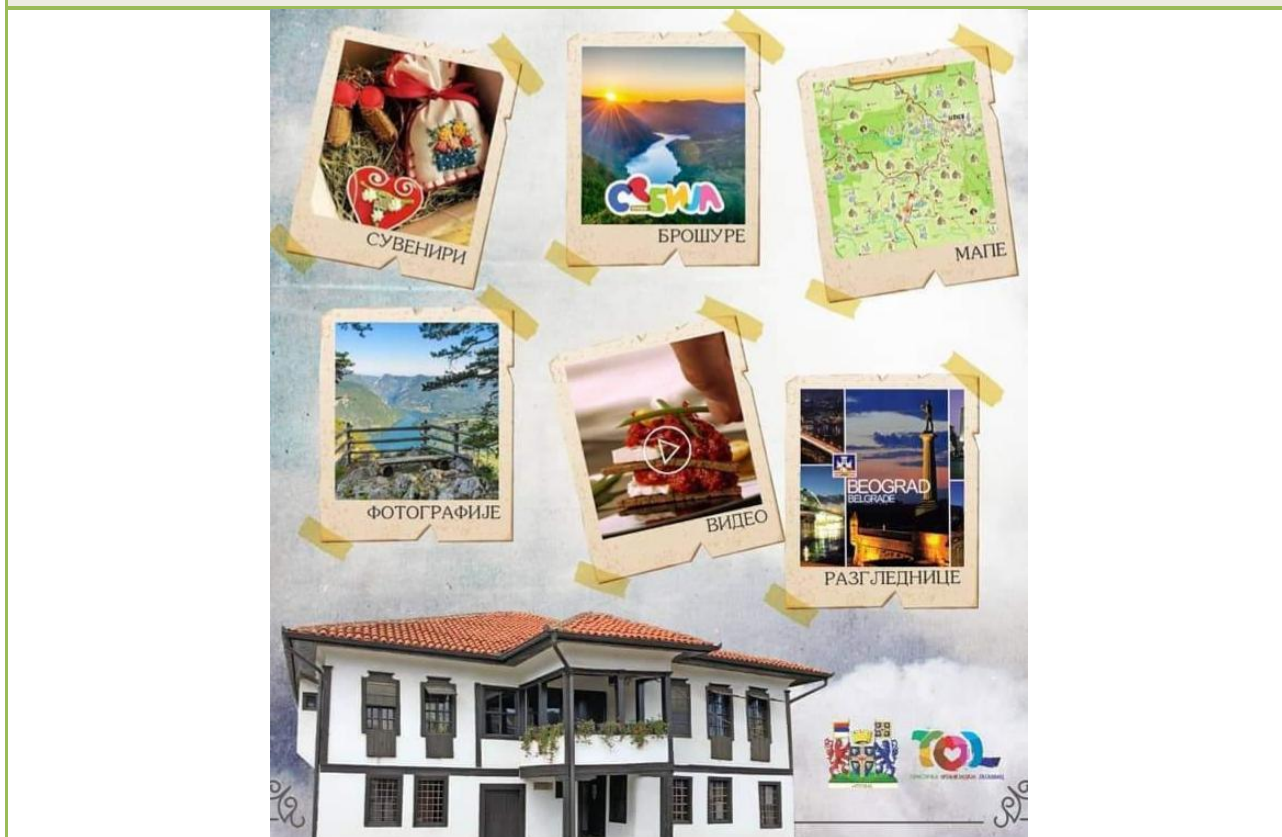
Име на събитието:	Изложба на Сувенири и туристически публикации
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Новември
Организатор:	Туристическа организация
Интернет портал:	https://tol.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия

Описание на събитието

Целта на събитието е да модернизира и подобри туристическото предложение на Сърбия и чрез обмен на опит, следвайки съвременните тенденции, насърчавайки творчеството с цел популяризиране на традиционните ценности, да подчертае автентичността на предложението. С участието на около петдесет туристически организации от Сърбия, други туристически субекти, художници, майстори на стари и традиционни занаяти и туристически работници, гостите от околността са сред най-големите събития от този вид в Сърбия. Той има състезателен характер и участниците в единадесет категории и три подкатегории се състезават за тяхната креативност, артистични способности в маркетинга и предприемачеството. Поради конкурентоспособността, събитието се обогатява с ново съдържание всяка година. Следват семинари, кръгли маси, различни семинари и се планира през следващите години да се предлагат някои развлекателни програми. Планират се и сериозни организационни иновации, така че очакванията са събитието да придобие регионален характер през следващия период. Изложбата на сувенири и туристически публикации е поредното в поредица от събития, проектирани от Туристическата организация в Лесковац с цел насърчаване на творчеството и насърчаване на туристическите специалисти да представят, подчертаят и предложат на потенциалните туристи огромно съкровище, което е създадено и

съхранено в Сърбия и което Сърбия има. Това е място, където се обменят опит, пейзажи и хора се опознават и се правят планове за по-нататъшни дейности. Изложбата показва, че сред туристическите работници има квалифицирани личности, таланти и усърдни творци. Това събиране прераства във важно събитие, в което е удоволствие да участвате, а наградите, които се дават на него, служат като източник на гордост за победителите и стимул за инвестиране в творчество, усилия и ресурси в тази важна област на туризъм.

Снимки от събитието



Име на събитието:	ФАПОР – Фестивал на самодейна театрална режисура
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Ноември месец
Организатор:	Лесковашки културен център
Интернет портал:	https://lkc.org.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия

Описание на събитието

Фестивалът на аматьорската театрална режисура - FAPOR се провежда всеки ноември в Културния център в Лесковац, започвайки през 2013 година. Този фестивал се реализира с подкрепата на местното самоуправление и Министерството на културата и информирането на Република Сърбия. Автор на проекта е Дарко Злопорулович, редактор на сценичната програма на Културния център в Лесковац. Целта на Фестивала на аматьорската театрална режисура е да представи аматьорски театър на публиката (режисьори, актьори) и тяхното утвърждаване и взаимно творческо съревнование в идеи. Също така, Фестивалът допринася за развитието на справедлив състезателен дух и награждаване на най-добрите, както и за образование и подобряване на знанията за театралното изкуство като цяло, чрез различни видове семинари, лекции и обсъждания. На преден план на този фестивал са режисьори (аматьори) като създатели на едно цяло (пиеса), чиято работа се оценява преди всичко. Фестивалът на аматьорската театрална режисура в Лесковац има национално значение. Всички самодейни театрални състави на територията на Сърбия (Войводина, Косово и Метохия), както и от региона, имат право да участват.

Темата на фестивала е самодейна театрална режисура. Чрез завършената пиеса режисьорите и актьорите имат възможност да покажат своята визия и своите виждания по различни теми, които ни заобикалят. По този начин те развиват собственото си творчество в сценичното аматьорско творчество, усъвършенстват и подобряват себе си, а също така насърчават другите да се присъединят и да покажат своите таланти, защото аматьорството е точно верният път към истинския професионализъм. В същото време със своята работа и проекти те създават нова публика. През последните години Лесковац показва на любителски фестивали в Сърбия, че притежава голям брой таланти, които се занимават с театрално изкуство от малки, следват го и безкористно допринасят за развитието му в града. За успеха на лесковашките самодейци *от 2018 г. официално е сформирана група на самодейци под името ДрАматери на Лесковашкия културен център), говорят и многото признания и награди на други фестивали на самодейните състави в Сърбия (Преглед на драматични групи на Гимназии на Сърбия в Крагуевац, Аматьорски фестивал на актьорството "Милюйе Живанович" в Пожаревац, Фестивал на аматьорските театри "Театрама" в Крушевац, Фестивал на детските и младежки сцени "DOPS" в Ягодина, Фестивал на младежките сцени "FOS" в Бела Паланка, Фестивал на аматьорските театри на Сърбия в Лебане и Сурдулица и голям брой награди на фестивала в Прокупле 2018 г. години). От първия фестивал до днес са показани над 50 театрални представления от различни градове в Сърбия, както и от Република Сръбска. В допълнение към домакините на фестивала участваха самодейци от Белград, Нови Сад, Смедеревска паланка, Велика Плана, Смедерево, Чачак, Кърнево, Сремска Митровица, Прокупле, Блаце, Крагуевац, Крушевац. През осемте години от съществуването на FAPOR са гостували много известни артисти от професионалната сфера на театралното изкуство, като: Цисана Мурусидзе, режисьор, Горан Султанович, актьор, Влада Лазич, режисьор, Саша Латиневич, режисьор, Милош Ягодич, режисьор, Милорад Милинкович, режисьор, Деян Тончич, актьор, Предраг Газибара Смилкович, актьор, Драган Божа Марянович, актьор, Мидраг Кръчмарик актьор и проф. в Художествената академия в Косовска Митровица, Иван Бекарев, актьор, Небойша Дугалич, актьор, Борис Пингович, актьор, Миодраг Динулович, режисьор, Боян Димитриевич, актьор, Исидора Гончич, режисьор, Предраг Стойменович, режисьор, Властимир Велисавлевич, актьор, Милица Милша, актриса, Мики Дайнович, актьор, Иван Зарич, актьор. Присъствието им допълнително говори за важността на фестивала, за професионалната им подкрепа на фестивала и безкористна помощ в работата и реализацията им.

Снимки от събитието



7. Festival amaterske pozorišne režije FAPOR | Leskovački kulturni centar

ARTXSTUDIO SA

Име на събитието:	STRINGS международен фестивал и лятна музикална академия
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Последна седмица на юли
Организатор:	Лесковашки културен център Град Лесковац Министерство на културата и информирането на Република Сърбия
Интернет портал:	https://lkc.org.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия и региона

Описание на събитието

Според експертната комисия на Министерството на културата и информацията и реакциите на участниците и публиката STRINGS Международният фестивал и лятната музикална академия е най-важното музикално събитие в Лесковац, което позиционира Лесковац като младежки музикален център на региона през летните месеци. Времето на фестивала е последната седмица на юли. Голям брой музикални събития по време на неговата продължителност - концерти, изложби, лекции, разговори, различни образователни работилници и други подобни с участието на най-важните педагози и изпълнители на Сърбия, региона и света, той дава възможност за повишаване на художествените познания на всеки индивид. Специален акцент се поставя върху художественото развитие на публиката, която заслужава концерти на топ изпълнители. Фестивалът включва и лятна музикална академия, която всяка година посещават от 80 до 100 студенти от Сърбия и региона, с проведени над 600 урока. Лятната музикална академия се ръководи от най-важните музикални педагози на Сърбия с участието на гостуващи професори от Австрия, Германия и Украйна. Препълнените зали на концертни събития ни задължават да повишаваме качеството на фестивала всяка година за радост на доволната аудитория. Международният фестивал и лятна музикална академия STRINGS събира музикални артисти от цял свят и е единствената проява на Културния център в Лесковац, която има международен характер в истинския смисъл на думата. Целта на Международния фестивал STRINGS и Лятната музикална академия е утвърждаването на младите музикални таланти и популяризирането на артистичната музика, както и среща с топ изпълнители на артистична и джаз музика в рамките на техните изпълнения, лекции и разговори. Целта е да се даде възможност на участниците да повишат нивото на своето музикално създаване чрез допълнително инструментално-музикално обучение: утвърждаване на млади музикални таланти и популяризиране на артистичната музика; обогатяване на културния живот на града през сезона на летните ваканции и ваканции и почивки. Фестивалът STRINGS и лятната музикална академия са предназначени за деца и младежи от 7 до 25 години. Фестивалът STRINGS е създаден през 2013 г. като Лятно музикално училище в класовете по цигулка, виолончело и китара. С нарастването на броя на участниците нараства и броят на класовете, така че след няколко години те да определят десет класа, а именно цигулки, виоли, виолончела, контрабас и китари, с новосформирана работилница за камерен оркестър. Паралелно с часовете имаше програми, насочени към публиката, включително концерти, изложби, лекции, беседи, промоции и други подобни. През 2018 г. Лятното музикално училище прерасна във фестивал, който също се интернационализира. Публиката в Лесковац веднага разпозна предлаганото качество и тя се превърна в значителен поддръжник на фестивала, докато Културният център в Лесковац като организатор се опита да повишава редовно качеството на фестивала със задължителен безплатен вход за всички събития. Бързото развитие на фестивала редовно се проследява от РТС като национална услуга, но също и от кабелни телевизионни компании, национални ежедневници, както и местни и регионални медийни къщи.

Снимки от събитието



Име на събитието:	LEDAMUS - Дните на музиката в Лесковац
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Октомври-Новември
Организатор:	Музикална школа „Станислав Бинички“ Лесковац
Интернет портал:	http://sbinicki.edu.rs/
Посетители:	Посетители от Сърбия

Описание на събитието

LEDAMUS (Дните на музиката в Лесковац) е сериозен и престижен музикален фестивал на художествената музика. LEDAMUS се проведе за първи път през 2009 г. и беше създаден като израз на желанието градът ни да получи фестивал, на който публиката ще може да чуе известни артисти от страната и чужбина, както и изпълнители от Лесковац. Това събитие има над 170 концерта, проведени през последните 13 години под егидата на град Лесковац и Министерството на културата, които признават качеството на нашите програми. LEDAMUS, като традиционна проява на артистична музика, е неизбежна на културната сцена на страната ни. Това музикално събитие е истински фактор за балканската и европейската интеграция. В рамките на LEDAMUS се изявиха артисти от Украйна, Финландия, Франция, Австрия, Босна и Херцеговина, Македония, Черна гора, Италия, Норвегия, Унгария, България, Германия ... както и известни артисти от нашата страна, солисти и ансамбли от Лесковац. Този фестивал е чудесна възможност да представим най-доброто в музикалния живот на нашия град. LEDAMUS винаги е насочен към художниците и ансамблите от Лесковац. Всяка година публиката в Лесковац има възможност да чуе Градския детски хор „Звездички“, КО „Аморозо“ и Вокалната група „Либеро“. Църковният хор "Бранко" и Детският църковен хор "Бранко" от Лесковац бяха гости на LEDAMUS. В допълнение към солистите от Лесковац се изявиха световноизвестни артисти: Неманя Радуллович, Стефан Миленкович, Юрий Шишкин, Дивна Любоевич, Бора Дугич, Роман Симович, Владимир Милошевич, Александър Мадзар, Александър Сандоров, Един Карамазов, Йован Богосавлевич, Йован Мальокович, Уки Оваскайнен, Младен Джорджевич, Санел Реджич, Мари Клодин Пападопулос, Страшо Темпков, Деян Гаврич, Янош Балинт, Миомир Симонович, Зоран Крайшник, Влада Маричич, Лиляна Несторовска, Анета Илич, Весна Гиновска Илкова и други. Този фестивал е високо позициониран на музикалната сцена у нас. През 2014 г. той получи наградата „МУЗИКАЛНА КЛАСИКА“ за фестивал с регионално значение, а през 2019 г.

Октомврийският медал за 70 години съществуване и успешна работа на Музикалното училище и 10 години организиране на фестивала LEDAMUS, който допринесе за развитието на музикалната култура и популяризиране на Лесковац в Сърбия и в света. До 2019 г. фестивалът завършва на 21 юни, в Световния ден на музиката, с концерт на най-успешните ученици на Музикалното училище „Станислав Бинички“. Този фестивал също така дава шанс на младите хора да споделят сцената с известни артисти. От 2020 г. фестивалът се провежда през есенните месеци (октомври, ноември). През предишните години LEDAMUS напълно оправда очакванията на организаторите и публиката в Лесковац, което показва голям интерес към художествената музика, която нараства от година на година. Концерти в рамките на LEDAMUS се провеждат на всички концертни места в града: Тържествена зала на град Лесковац; Сцена на Народния театър Лесковац; Зала на Културния център в Лесковац; Зала на Центъра за професионално развитие, пространство на галерията; Зала и помещения на Музикалното училище "Станислав Бинички", Лесковац. Всички събития по време на Фестивала се проследяват от радио и телевизионни станции с национална честота, местни медии, както и кореспонденти на RTS от Лесковац. Художествени ръководители на фестивала LEDAMUS са Мая Какич, преподавател по цигулка и Биляна Милкович, учител по флейта.

Снимки от събитието



Име на събитието:	Дни на лесковашката мучкалица
Място на провеждането:	Лесковац
Време на провеждането:	Май
Организатор:	Туристическа организация на град Лесковац Град Лесковац Академия по профилирани студии на Южна Сърбия – Депатрамент по бизнес студии Лесковац
Интернет портал:	https://tol.rs/
Посетители:	Посетители от региона

Описание на събитието

Манифестацията „Дни на лескавашката мучкалица“ е създадена в чест на добре познат специалитет от района на Лесковац, който се нарича мучкалица. Събитието се провежда през май под егидата на град Лесковац, организирано от Академията за профилирани студии в Южна Сърбия - Департамент по бизнес студии от Лесковац и Туристическата организация на град Лесковац. Първото събитие се проведе през 2017 г., когато студентите от катедрата по хранителни технологии и управление на гастрономията в центъра на града подготвиха мучкалица за 4000 посетители. По този повод бяха използвани 350 кг месо, 150 кг лук и 250 кг домати и чушки, а пригответият шейкър беше раздаден на посетителите на събитието. Няколко легенди са свързани с произхода на този специалитет и най-известната сред тях казва, че този специалитет е направен за първи път преди половин век от Миодраг Глигориевич, по-известен като Драги Буре. Според все още живите съвременници на този майстор на барбекю Драги Буре е пригответил мучкалица от Лесковац за Йосип Броз Тито по време на престоя на президента на бивша Югославия в Кайро, а ястието е направено от остатъци на скара, което означава, че е създадено доста случайно, благодарение на уменията и въображението на този отличен майстор на скарата. Манифестацията „Дни на лескавашката мучкалица“ се разраства от година на година и сега, освен студенти от Академията за профилирани студии в Южна Сърбия - Департамент по бизнес студии от Лесковац, участват и майстори на барбекю от известни ресторанти.

Снимки от събитието



В допълнение към предишните описателни прояви, които се открояват по значение и потенциал, следва да се споменат и следните прояви: Съборът на Никола Скобалич във Вучье е нова обещаваща проява, проведена в портата на църквата „Свети Йоан“ Вучье, под Скобалич град. Фестивалът е посветен на един от най-големите сръбски средновековни герои чрез общуване, рицарски битки, научна и развлекателна програма, традиционни спортни състезания с идеята да представи историята на тази област по модерен начин. Художествения пленер на Власина на брега на езерото Власина е един от най-старите в Сърбия с традиция от 46 години. Известни художници от Сърбия и региона (12 участници от всички поколения) участват в пленера, утвърждавайки съвременната художествена продукция. Съвременните форми на изкуство и изрази се популяризират чрез изразяване и комуникация. Досега са участвали над 400 изявени художници, благодарение на които организаторът Културен център Лесковац е сформирал колекция от около 620 произведения на изкуството. Художникът от училищното бюро - Фестивалът на детското творчество се организира от Националната библиотека в Лесковац под егидата на Министерството на културата и информацията на РС и град Лесковац. Този фестивал насърчава творчеството и творческата енергия при децата и младите хора и насърчава въображението и оригиналността.

Прилагането на съвременни технологии насърчава децата и младите хора да виждат и решават проблемите по нов и различен начин, като използват книгите и четенето като неизбежен елемент от човешкото творчество, образование и култура. Такива атрактивни съоръжения имат голям туристически потенциал за град Лесковац, защото „Художникът от училищния чин“ е единственият по рода си в региона. Научният парк в Лесковац и Научният клуб в Лесковац бяха открити в резултат на успешно сътрудничество между Центъра за професионално развитие, Центъра за насърчаване на науката и град Лесковац. Предвижда се Научният парк и Научният клуб да нарастват от година на година, както и интересът на посетителите да опитат и изследват науката на открито чрез игра и забавление. Голям брой посетители от всички възрасти свидетелстват за техния успех. Научният клуб и Научният парк са места, които събират училища, хора, но и семейства, които прекарват времето си забавно и образователно. В допълнение към лекции, семинари, обучения, събитието на Научния клуб с Научния парк е пространство, което позволява на всички да излязат от затвореното пространство и да изследват науката чрез докосване, око, ухо или някакъв друг смисъл. Приятната атмосфера и гостоприемните сътрудници са само част от тази научна история, която събира всички любители на науката от най-малките до тези, които се занимават професионално с наука. Многобройни проекти и събития като: Дни на науката, Научен камион, Нощ на изследователите и Панаир на науката предизвикаха интерес към науката и отвориха вратите на центъра за най-малките, учениците и студентите. Наред с други прояви и събития се откроява 10-километровата „Регата Гърделица“, която от 10 години събира многобройни участници от Гърделица, Лесковац, Ниш, Власотице, Предеяне и други места в Южна Сърбия. Стартът на регатата е в Предеяне, а финалът в Гърделица. От икономическите и туристически събития няколко се открояват в Лесковац и околните села. „Дни на ягодите“ се провеждат в Душаново, „Дни на вишни“ в Липовица, „Дни на мелницата“ във Вучйе, „Дни на вилямовка круша“, „Дни на картофите“ в Печеневац, „Панаир на традиционните продукти и занаяти“ в Брестовац, „Дни на чушката“ в Лакошница, а в самия Лесковац - състезание в приготвянето на айвар.

4.3 SWOT анализ

Съвместният SWOT анализ на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац предполага идентифициране и подробен анализ на ресурсната база на тези дестинации. Това е основно анализ на силните страни, слабостите, възможностите и заплахите. Основната цел на този анализ е да се развият възприетите сили по такъв начин, че да се възползват от възможностите, да се преодолеят или минимизират слабостите възможно най-скоро и да се предвиди, избегне или намали тяхното отрицателно въздействие. SWOT анализът се фокусира върху събирането на данните, необходими за добро стратегическо планиране. Това е предпоставка за процеса на стратегическо планиране и определяне на приоритети, цели и действия за развитие. SWOT анализът е изготвен с ангажимента на всички членове на Съвместната работна група по туризъм и представлява субективната позиция на заинтересованите страни по факторите, влияещи върху развитието на туризма. Следващата таблица показва съвместен SWOT анализ на наблюдаваната област.

Таблица 6. Съвместен SWOT анализ на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац

S	СИЛИ	W	СЛАБОСТИ
	<ul style="list-style-type: none"> • Богато и разнообразно историческо и културно наследство. • Природни и културно-исторически места и забележителности. • Фестивали и събития • Традиция и фолклор • Гастрономия • Участие на общността и подкрепа за културни събития • Близост до летището и отлични инфраструктурни връзки • Разнообразен набор от събития (тържества, музикални празници и др.) • Приятен и приветлив персонал в туризма • Предлагане на органична и здравословна храна. • Безопасни и сигурни дестинации 		<ul style="list-style-type: none"> • Съществуващото туристическо предложение е свързано с големи събития. • Липса на капацитет за настаняване по време на най-големите фестивали (Шопски празник и Рождилияда). • Инфраструктурни предизвикателства около мащабни събития (комунални услуги, такси транспорт, паркинг и др.). • Малък брой конкурентни туристически продукти. • Неразработено предложение за други събития. • Липса на съвместен продукт и оферта. • Липса на оферти за почивки и по-кратък престой на туристи • Липса на целогодишно туристическо предложение. • Недостатъчна хоризонтална и вертикална връзка на туристическите участници • Неразвит и слаб маркетинг.
O	ВЪЗМОЖНОСТИ	T	ЗАПЛАХИ
	<ul style="list-style-type: none"> • Съществуващо портфолио от събития и фестивали • Развитие на партньорства и засилване на трансграничното сътрудничество. • Интегриране на културния туризъм с други туристически атракции • Свързване на културни събития и фестивали на двете дестинации. • Свързване на събития и фестивали с други туристически атракции. • Разработване на съвместни туристически продукти. • Свързване на културни събития и фестивали на двете дестинации • Съвместен маркетинг и промоция • Обучение на туристически актьори в областта на управлението и маркетинга 		<ul style="list-style-type: none"> • Неустойчиво управление на туристическите атракции. • COVID - 19 пандемии • Слаб интерес на туристите към нови туристически продукти • Напускане на обучен персонал от туризма и гостилничарството • Силна конкуренция от други регионални и национални дестинации • Бавно приемане на иновации и нови инструменти за комуникация и маркетинг.

Предишната обобщаваща таблица показва елементите на съвместния SWOT анализ с най-голямо влияние върху по-нататъшното формиране на съвместната стратегия. Основният извод от извършения анализ на ресурсите и пазарния анализ е, че районът има значителни предпоставки за развитие на туризма, които се отразяват в съществуването на множество културно-исторически паметници и значителни природни ресурси и които до момента не са използвани адекватно в развитието. Силите, на които е възможно и необходимо да се основава по-нататъшното туристическо развитие, произтичат предимно от неговите пространствени характеристики и основа за привличане на ресурси. Освен това е необходимо да се подчертае, че силните страни съществуват в някои елементи на туристическия сектор и е особено важно да се подчертае отвореността и гостоприемството на района като много важна сила за по-нататъшното развитие на туризма. Въпреки редица ограничения и фактори за развитие, изброени в слабостите, има редица големи икономически субекти, които имат амбиции и възможности да се диверсифицират в туристическия сектор. Слабостите са свързани главно с елементите на туристическото предложение, маркетинга и общата конкурентоспособност, т.е. факторите на входа на някакво бъдещо развитие. От страна на възможностите ясно се подчертава развитието на съвместни туристически продукти и връзката на събития и фестивали с други туристически атракции. Основната заплаха за дългосрочното развитие на туризма е свързана с настоящия модел на управление на туристическата атракция и присъствието на пандемията COVID - 19. Други заплахи са свързани с напускането на обучен персонал и приемането на нови инструменти за комуникация и маркетинг.

4.4 Анализ на конкурентоспособността

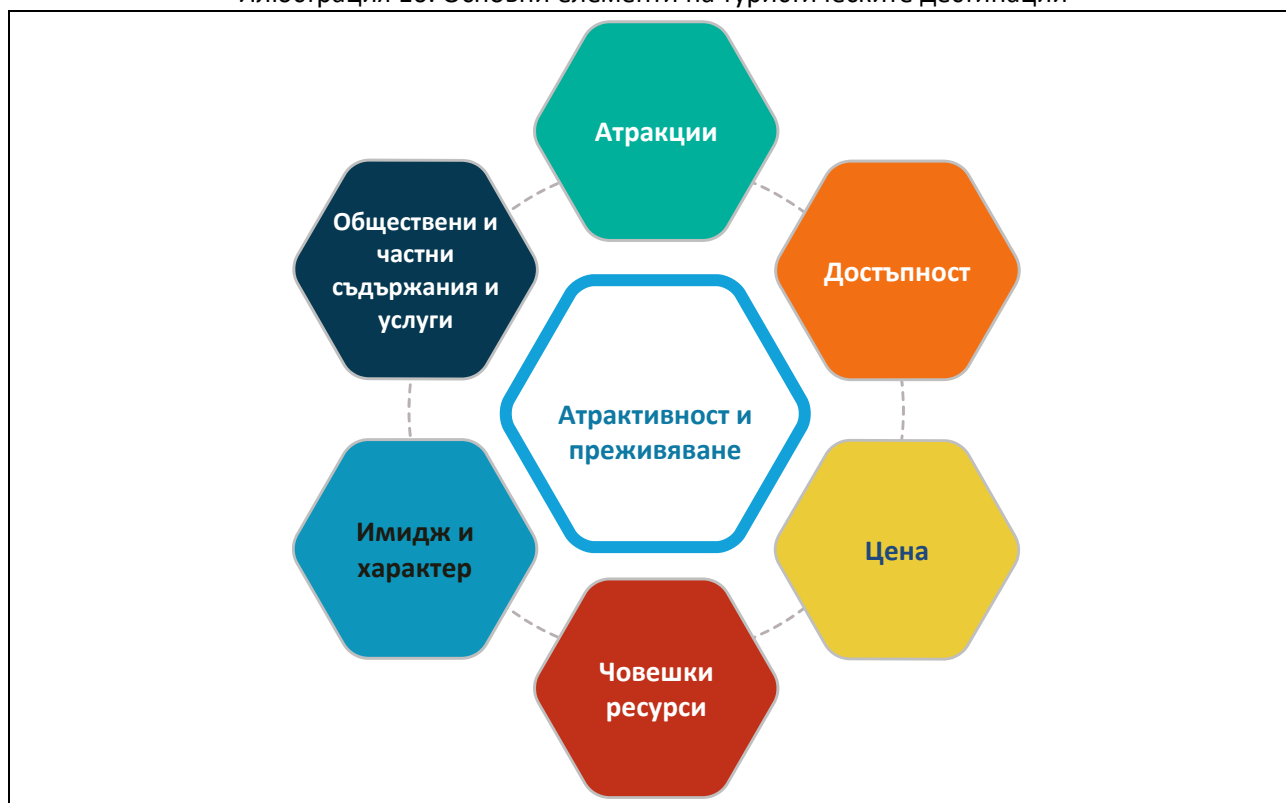
Конкурентоспособността на дестинацията започва от концептуален и интегриран подход, където всяко следващо ниво от предишното генерира набор от ценности, които са туристически валоризирани и систематично оформени в туристическото предложение на дестинацията, което се бори за по-голяма конкурентоспособност на пазар. Нивото на конкурентоспособност на определена дестинация зависи от съществуването и качеството на атракциите, предлагането на добавено съдържание и елементи, които осигуряват добавена стойност за туристите и посетителите. Политиките за развитие и маркетинговите и управленски инструменти в туризма постигат правилната посока към създаване на уникална идентичност и имидж на туристическата дестинация, а постигнатото развитие на дестинацията се отразява в удовлетвореността на туриста и възприемането му от новосъздадената стойност на туристическа дестинация. Конкурентната дестинация интегрира набор от различни фактори, които работят заедно, за да отговорят на нуждите на туристите (илюстрация по-долу). Конкурентните дестинации са райони с приятна, подходяща атмосфера и услуги с подходящо качество, където местното население се чувства комфортно и туристите са добре дошли.

Илюстрация 9. Конкурентна туристическа дестинация



Туристическата дестинация е сложна система, която изисква внимателен анализ на цялостната среда, както външни, така и вътрешни компоненти, по отношение на успешното стратегическо планиране. Разгледаните характеристики на туристическата дестинация, на първо място броят и разнообразието на елементите подчертават важността на тяхната хармонизация по отношение на създаването на добавена стойност за туристите, като същевременно се осигуряват ползи за местната общност, както и подходяща устойчивост на развитието. Първата стъпка към стратегическата ориентация на конкурентоспособността на туристическата дестинация се отнася до анализа на основните елементи на туристическата дестинация (илюстрация по-долу). Втората стъпка е анализът и подборът на потенциални туристически продукти, които са достатъчно атрактивни и имат реалистични възможности за бъдещо развитие. Възможността за разработване на определен вид туристически продукт се определя във връзка със степента на привлекателност на даден туристически продукт и конкурентната способност на туристическа дестинация за определен туристически продукт.

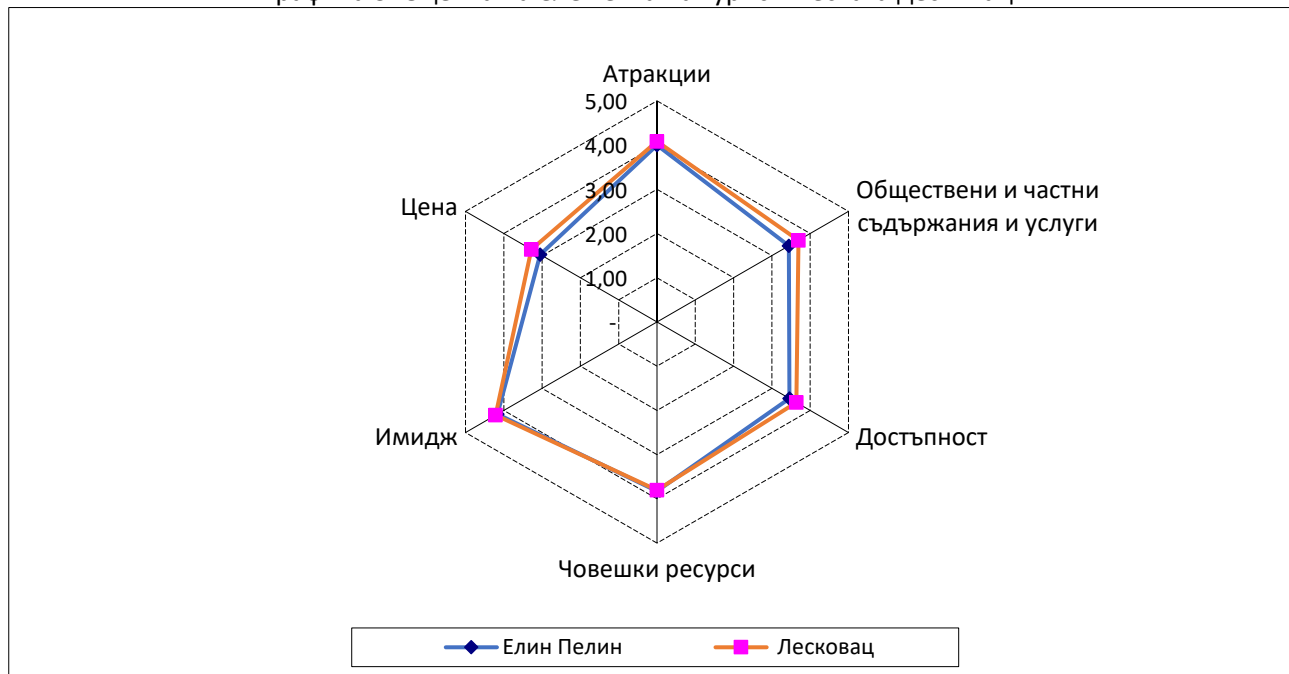
Илюстрация 10. Основни елементи на туристическите дестинации



Туристическата дестинация е верига, т.е. поредица от взаимосвързани дейности, които са необходими за създаване и предлагане на стойност, превъзхождаща конкуренцията на пазара. Някои от дейностите в рамките на веригата на стойността са ключови за привличането на туристи и задоволяването на техните нужди (съоръжения за настаняване, транспорт, изградена привлекателност, организатори на пътувания, туристически агенти и др.), други имат ролята на подкрепа (застрахователни и финансови дейности, свързани с туризма, образователни институции, медии и др.). Подходът на веригата на стойността е използван като инструмент за анализ на основните елементи на туристическите дестинации на Елин Пелин и Лесковац. Оценката се основава на нагласите и мненията на участниците в изследването в рамките на диагностиката на веригите на стойността в туризма. Туристи, туроператори (туроператори и туристически агенции), доставчици на настаняване, заведения за обществено хранене, доставчици на услуги за подкрепа, институции и организации за подкрепа участваха в това изследване. Те оцениха някои аспекти на туристическата оферта, които съставляват елементите на туристическата дестинация Елин Пелин и Лесковац с оценка, варираща от 1 до 5 (като 1 е най-ниската, а 5 най-високата). Разпределението на рейтингите на основните елементи за двете дестинации е еднакво (следващата таблица). Изображението и атмосферата са най-добре оценените елементи, докато най-ниската оценена стойност са парите, т.е. цената на услугите.

Положителният образ на дестинацията спомага за пробуждането на осведомеността и емоциите, свързани с дестинацията, така че е съществен елемент за постигане на конкурентно предимство на пазара. Необходим е уникален характер или имидж, за да привлечете туристите към дестинацията. Не е достатъчно да имате само добри атракции, услуги и съоръжения, ако потенциалните посетители не са наясно с тях. Общият имидж на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац трябва да бъде изграден в бъдеще. Могат да се използват различни средства за популяризиране на имиджа на дестинацията (например реклама и брендиране, туристически медии, електронен маркетинг). Цената на услугите е важен аспект от конкуренцията на дестинацията в сравнение с други дестинации. Ценовите фактори се отнасят до транспортните разходи до и от дестинацията, както и разходите на място - настаняване, атракции, храна и разглеждане на забележителности.

Графика 3. Оценка на елементите на туристическата дестинация



Изследването показва, че средното потребление на туристи на ден за двете дестинации е от 30 до 50 EUR. Средният турист в Елин Пелин харчи между 25 и 30 евро на нощ, харчи между 10 и 20 евро за храна, докато за сувенири харчи между 1 и 5 евро. Другото потребление е практически маргинално. В Лесковац потреблението на туристи на ден е: нощувка 25 EUR на човек (по-нисък клас настаняване). Обяд/вечеря: 10-15 EUR на човек. Освежителни напитки и кафе 10 EUR на човек. Покупка на сувенири 2-3 EUR на човек. Друго потребление 15 EUR на човек. За дестинациите Елин Пелин и Лесковац е характерно, че 64% от туристическото потребление отива за услуги за настаняване и храна, докато потреблението извън борда е 16%. В този сегмент трябва да се положат усилия за увеличаване на туристическите разходи. Що се отнася до ценовата конкурентоспособност по отношение на околната среда и двете дестинации могат да се считат за конкурентни. Общото впечатление на участниците в изследването (46,67%) е, че дестинациите на Елин Пелин и Лесковац са частично атрактивни. Атрактивността включва комбинация от различни елементи на природна привлекателност (климат, флора, фауна, географско положение и др.) и социална привлекателност (културно-историческо наследство, фолклор, мелос, гастрономия и др.). По отношение на привлекателността фестивалите и качеството на храната, т.е. гастрономията, бяха оценени най-добре. Атракциите са основна предпоставка за осигуряване на туристическа дестинация на пазара. Решението за туристическото движение се взема, когато има географска зона с природни или културни ресурси, които отговарят на определени човешки нужди, когато тези ресурси се активират като атракция (обекти или събития, които могат да бъдат видени и посетени) и когато потенциалният турист има знания за това. Туристическа дестинация Елин Пелин има 39 туристически атракции.

Туристическият потенциал на град Лесковац се състои от 11 природни забележителности, 20 исторически и културни забележителности и 35 културни събития, тържества, фестивали и паради, които се организират ежегодно. Това са сравнителните предимства на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Основната разлика между сравнителното предимство и конкурентното предимство на туристическа дестинация е, че сравнителното предимство се отнася до наличните ресурси в дестинацията, докато конкурентното предимство се изразява в способността на дестинацията да използва ефективно ресурсите си за по-дълъг период и общото благосъстояние на дестинацията. В тази връзка ключовите туристически участници трябва да положат усилия за активиране на съществуващите атракции във функцията на развитието на туризма. Туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац са сред достъпните дестинации. Дестинациите на Елин Пелин и Лесковац са достъпни за голям брой хора по магистрали, въздух и железопътен транспорт. Достъпността предполага както географско, така и икономическо разстояние. В първия случай се отнася до разстоянието/близостта на пазара, измерено в километри или дължина на пътуване, а във втория случай, разходите, които търсенето носи, за да достигне дестинацията. Достъпността в този случай предполага цялостното развитие на транспортната инфраструктура между пазара и дестинацията, както и качеството и количеството трафик в самата дестинация. Достъпността на съоръжението за хора с увреждания е най-малко оцененият параметър (следващата таблица). Той посочва необходимостта от хармонизиране на туристическите съоръжения, така че условията за престой да са достъпни за всички.

Таблица 7. Оценка на елемента на туристическата дестинация

Елемент от туристическата дестинация	Параметър за оценяване	Елин Пелин	Лесковац
Атракции	Атрактивни природни местоположения	3,69	3,35
	Културни и исторически привлекателности	3,80	3,27
	Фестивали и други събития	4,50	4,70
	Качество на храната и напитките	4,10	4,50
	Местна гастрономия	3,90	4,60
Обществени и частни съдържания и услуги	Туристическа инфраструктура (обекти за настаняване и гостилничарски обекти)	3,42	3,98
	Туристическа сигнализация	3,35	4,20
	Транспортна инфраструктура (пътища, паркинг)	3,06	2,98
	Качество на услугите	3,90	4,76
	Забававление и нощен живот	3,53	3,22
	Обществени съоръжения за спортни дейности	3,31	3,50
	Привлекателности за деца (игища, детски паркове и др.)	3,66	3,10
Събиране на боклук от туристическите обекти	3,31	3,83	
Достъпност	Достъпност	4,05	4,00
	Наличност на обществен транспорт	3,02	4,10
	Обществено оборудване за спортни дейности	3,31	3,37
	Работно време на обектите	4,00	4,09
	Достъпност на обектите за хора с увреждания	2,91	2,63
Човешки ресурси	Знания на чужди езици на заетите в туризма	4,00	4,73
	Любезността на населението	4,80	4,55
	Информационни услуги	3,50	3,36
	Услуги на екскурзовод	3,00	2,78
Имидж	Репутация	3,75	4,21
	Гостоприемност	3,86	4,64
	Безопасност	4,25	4,74
Цена	Стойност за пари	3,05	3,28

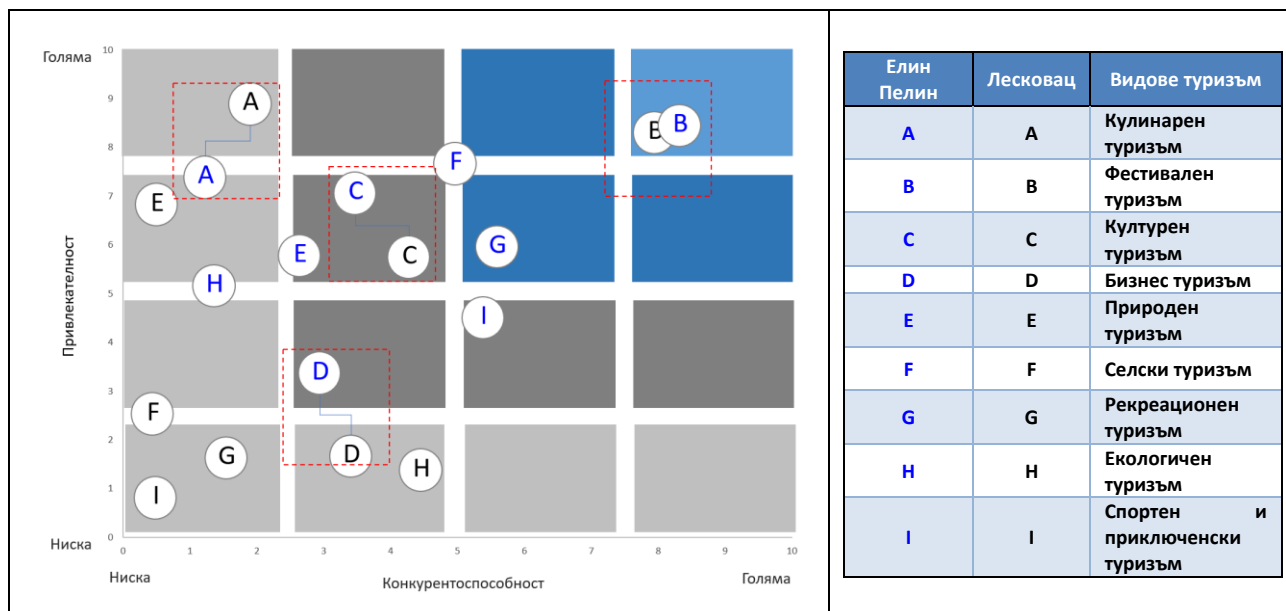
Инфраструктурата включва спомагателни/допълнителни капацитети, оборудване, системи и процеси и ресурси, необходими за съществуването на всяка дестинация. На първо място има комуникативни фактори, пътища, летища. Всички те правят туристическата дестинация достъпна за туристите. След това са здравната система, службата, обществените служби (полиция, пожарна служба) и други подобни. От друга страна, туристическата инфраструктура представлява капацитетите, които разчитат на инфраструктурата и те са предимно изградени фондове, които съществуват именно поради туристическата дейност. Основната им цел е да приемат и задоволяват нуждите и желанията на туристите (хотели, лагери, ресторанти, тематични паркове, спортни площадки и др.). Има редица услуги и съоръжения, които позволяват на посетителите да останат в дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Те включват основна инфраструктура като комунални услуги, обществен транспорт и пътища, както и преки услуги за посетители като настаняване, информация за посетителите, съоръжения за отдих, туристически агенции, заведения за обществено хранене и продажби. Средната оценка на съществуващата туристическа инфраструктура и съоръжения за двете дестинации е 3,20. Според резултатите от изследването от съществуващата туристическа инфраструктура анкетираните най-добре оцениха обема и наличността на места за настаняване и заведения за обществено хранене. Достъпността на съоръжението за хора с увреждания, както и съществуването на обществено оборудване за спортни дейности получиха ниски оценки. Туризмът е трудоемък и взаимодействието с местните общности е важен аспект от туристическия опит. Развитието на туризма в дадена дестинация зависи до голяма степен от наличните туристически ресурси, но за развитието на туризма е важно да има критична маса от хора, които имат знания за валоризиране на тези ресурси. И двете дестинации имат жители, които са готови за туризъм и са наясно с ползите и отговорностите, свързани с развитието на туризма. В условията на глобални икономически промени много туристически дестинации са изправени пред силна конкуренция във всички сфери на бизнеса. За да получат конкурентно предимство, те трябва постоянно да търсят нови начини да се диференцират на пазара. Желанието за постигане на конкурентоспособност и на дългосрочна устойчива основа е проникнато от желанието да се създаде хармония между различните видове туризъм. Само на тази основа можем да говорим за ефективността на развитието на туристическа дестинация. Според анкетираните фестивалният и културен туризъм са доминиращите форми на туризъм в Елин Пелин и Лесковац (таблица по-долу).

Таблица 8. Съществуващи видове туризъм

Вид туризъм	Елин Пелин	Лесковац	Средно	Ранг
Кулинарен туризъм	60,00%	71,74%	65,87%	2
Фестивален туризъм	80,00%	73,91%	76,96%	1
Културен туризъм	63,33%	41,30%	52,32%	3
Бизнес туризъм	50,00%	39,13%	44,57%	4
Природен туризъм	33,33%	36,96%	35,14%	5
Селски туризъм	13,33%	32,61%	22,97%	6
Рекреационен туризъм	26,67%	2,17%	14,42%	8
Екологичен туризъм	20,00%	10,87%	15,43%	7
Спортен и приключенски туризъм	20,00%	4,35%	12,17%	9

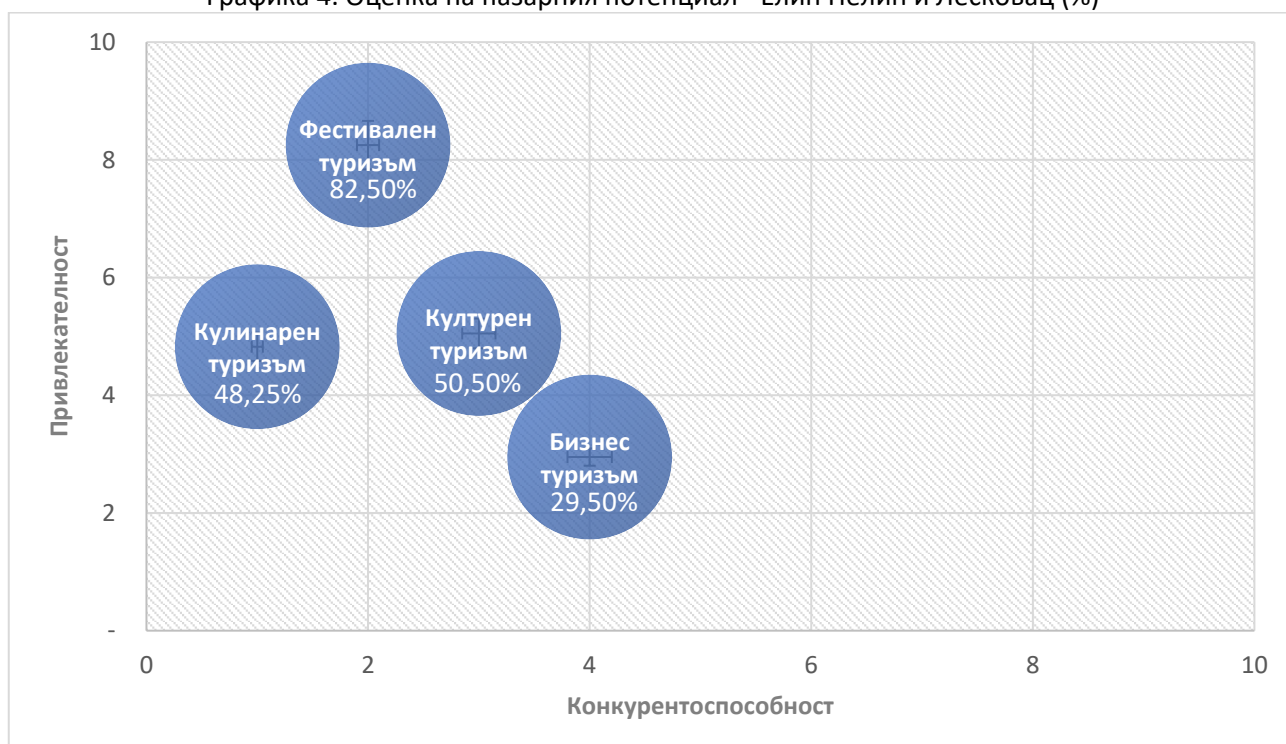
Констатациите от изследването бяха потвърдени от участници във фокус групите, които участваха в анализа на участието на привлекателността и конкурентоспособността на съществуващите видове туризъм. Резултатите от изследването под формата на матрица (илюстрации по-долу) показват, че общите допирни точки между Елин Пелин и Лесковац са фестивалите и фолклорът с гастрономията като подправка за създаване на успешен туристически продукт.

Илюстрация 11. Атрактивност и конкурентоспособност на съществуващите форми на туризъм - Елин Пелин и Лесковац



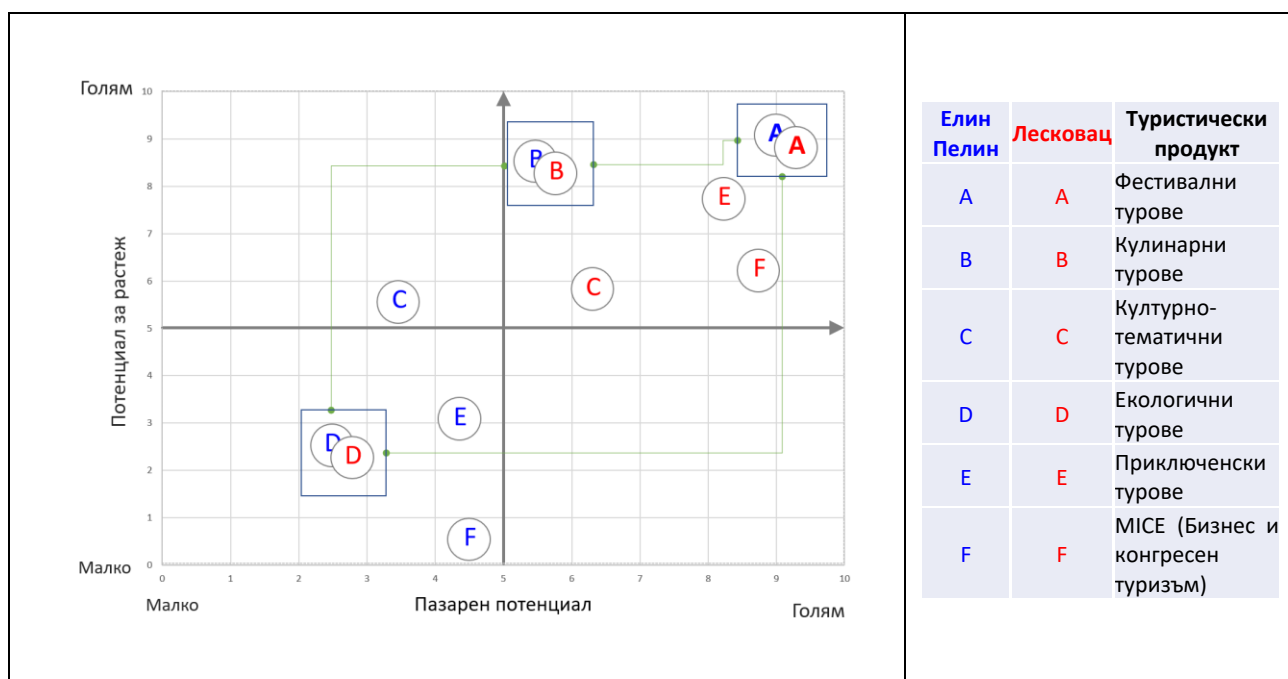
Оценката на пазарния потенциал е изключително важна от гледна точка на адаптиране на туристическото предложение към крайните клиенти спрямо туристите. За да успеят на пазар, където има силна конкуренция, дестинациите трябва да се фокусират върху видовете туризъм, които имат най-голям шанс за успех. Резултатите от изследването под формата на нагласите на туристите и организаторите на пътувания показват, че фестивалният туризъм има най-голям пазарен потенциал (диаграма по-долу). Други видове туризъм, които се разглеждат, имат по-малък потенциал. Тези факти водят до извода, че когато се прави конкретен продукт, трябва да се комбинират различни елементи на определени форми на туризъм.

Графика 4. Оценка на пазарния потенциал - Елин Пелин и Лесковац (%)



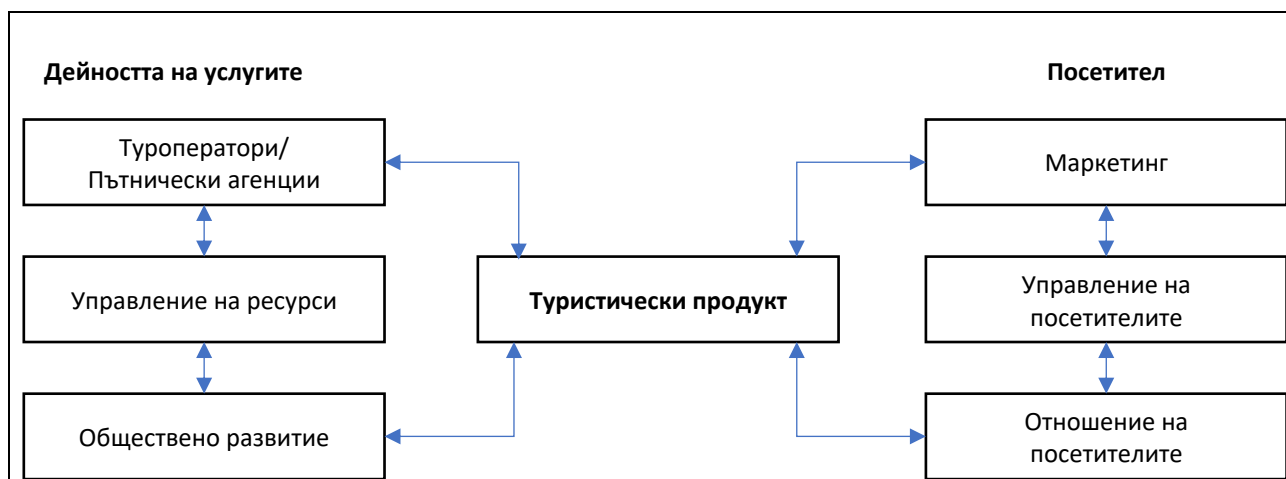
Валоризацията на пазарния потенциал на съществуващите ресурси и атракции се проявява в развитието на туристически продукти. Изборът на продукти, които ще съставят съвместната оферта, беше идентифициран по време на изследването и проверен във фокус групи (илюстрации по-долу). Според резултатите от изследването фестивалните и кулинарни обиколки са особено интересни за Елин Пелин и Лесковац. Тези потенциални продукти са в пряка връзка с богатия културен живот на Елин Пелин и Лесковац, както и с множество събития, които се организират в тази област. Манифестациите са дейности с ограничена продължителност, които насърчават туризма на определена дестинация чрез автономната привлекателност на самото събитие и по този начин стимулират туристите да участват пряко в тях. Манифестациите са много специфичен продукт, защото се провеждат в определени времеви рамки и имат необичайно силно влияние върху формирането на имиджа на дестинация. Проявите, които оказват най-голямо влияние върху репутацията на Елин Пелин, са националният фестивал „Шопски празник“, а за Лесковац „Рошилияда - фестивал на скарата“

Илюстрация 12. Общи потенциални туристически продукти - Елин Пелин и Лесковац



Промените в туристическото търсене и тенденциите от страна на конкуренцията определят туристическата дестинация да се фокусира върху по-ефективни модели на управление на развитието на туризма. Ето защо е необходимо да се посветим на развитието чрез създаването на интегриран продукт, който значително ще повиши нивото на качеството, определяйки туриста да не се обръща към алтернативни дестинации. Важно е обаче да се подчертае, че разработването на такъв продукт не е просто и не включва само процеса на предоставяне на услуги в дестинацията, но и предоставянето на добавена стойност с гаранция за качество в цялата верига на стойността. Особено необходимо е да се обърне внимание, че средата, в която туристите ще прекарат почивката си, не е застрашена и да се разработят туристически продукти според принципа на устойчивост. Това означава, че развитието трябва да бъде координирано и планирано в съответствие с реалистичните възможности. В допълнение, развитието трябва да е в баланс с физическите, икономическите и социалните елементи на околната среда, защото само по този начин осигурява дългосрочната експлоатация и използване на местните потенциали и в същото време тяхната защита за следващите поколения. Тези фактори бяха взети предвид при разглеждането на туристическите продукти на дестинациите Елин Пелин и Лесковац, както и взаимодействието между основните туристически действащи лица (илюстрация по-долу)

Илюстрация 13. Туристически продукт



Източник: Fennel, D., A. Ecotourism: An introduction, Routledge, London 1999.

Въз основа на проведените анализи на привлекателността и конкурентоспособността на отделните туристически продукти могат да се разработят различни сценарии на конкурентоспособност за идентифициране на туристическите продукти на дестинацията. Таблицата по-долу показва съществуващи и потенциални нови туристически продукти, които те биха могли да създадат самостоятелно като част от цялостното устойчиво туристическо предложение на дестинацията или като част от туристически програми и услуги с устойчиво значение.

Таблица 9. Видове туризъм и туристически продукти - Елин Пелин и Лесковац

Видове туризъм	Туристически продукти		
Фестивален туризъм	Фестивали и културни тържества	Гастрономия	Културни програми и концерти
Туризм с кратък престой	Уикенд почивки (Лесковашки уикенд и Шопски уикенд)	Тематични обиколки (музеи, манастири)	Изкуство и забавление
Културен туризъм	Постоянни и временни изложби	Уъркшопове на артисти (художници, скулптори, книжовници)	Пътища на културното наследство (църкви, манастири, ...)
Обиколки	Откриване на културното наследство (Фестивални и кулинарни турове)	Откриване на природното наследство	Манастирски турове
Бизнес туризъм (MICE)	Бизнес събития	Семинари	Изложби
Специални интереси – Рекреационен туризъм	Голф	Пътеки за отдих	Изследване на ждрела

5. Съвместна Стратегия

Съвместната стратегия съчетава дългосрочни перспективи за развитие (визия, цели) и краткосрочни мерки (действия/проекти). Подходът се основава на интегрални и съвместни интервенции в целевата област. Тези интервенции произтичат от нуждите, идентифицирани в SWOT и други анализи. След анализ на ключовите области, Съвместната работна група по туризъм продължи да определя стратегическите насоки за развитие на туризма, които са представени по-долу.

5.1 Визия

Визията за развитие представлява желана и постижима картина на бъдещето и нейната задача е да създаде положително взаимодействие между местния контекст (хора, населени места и туристически продукти) и глобалните правила на туристическата индустрия (стандарты, укрепване на човешките ресурси/образование, управление на бизнеса, маркетинг и др.). Общата визия набляга на основните бизнес стремежи и е фокусирана предимно върху ключови заинтересовани страни на местния пазар, за да осигури прост и разбираем начин и мотивация за съвместна работа за постигането му чрез съвместни усилия и индивидуални действия. Общата визия за развитието на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац съдържа концептуален и оперативен аспект. Концептуалният аспект отговаря на въпроса какъв трябва да бъде туризмът. Оперативният аспект поставя акцент върху емоциите и историята, която трябва да се разкаже при връщане от дестинацията. Споделената визия е дефинирана в семинари по стратегическо планиране. Тази визия осигурява по-широка стратегическа рамка, която изисква по-дълъг период от време за постигане и гласи:

Атрактивна туристическа дестинация с автентичен фестивал, гастрономическо и туристическо предложение за забавление и почивка
- Опознайте душата на нашия регион и усетете топлината на приятелството-

Приоритет

1. Разработване на съвместни туристически продукти

2. Съвместен маркетинг и промоция

Съвместната стратегия е структурирана около два основни приоритета. Първият е разработването на съвместни туристически продукти, а вторият е съвместен маркетинг и промоция. Изборът на туристически продукт значително насочва стратегическото развитие. Портфолиото от туристически продукти е обобщение на цялото туристическо предложение. От една страна, той дава преглед на текущата ситуация, а от друга страна, предоставя перспективи за развитието на самите продукти и в края на дестинацията. Определянето на портфолио от туристически продукти има за цел да създаде конкурентно предимство за туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Създаването на разпознаваем имидж чрез съвместен маркетинг е вторият приоритет на Съвместната стратегия. За да бъде източник на конкурентно предимство, имиджът трябва да бъде стабилен, за да се постигне дългосрочно въздействие върху туристите в процеса на вземане на решение за покупка. Образът на дестинацията се състои от два свързани компонента: перцептивна (когнитивна) оценка, която се отнася до знанията и вярванията на индивидите (туристите) и емоционална оценка, която се отнася до чувствата на индивидите към конкретна дестинация. Заедно тези компоненти създават имидж за туриста, който е основата за бъдещи покупки и избор. Уважителният имидж и репутацията гарантират създаването на туристическо удовлетворение, връщането им към дестинацията и разпространението на положителни нагласи. Степента на туристическо удовлетворение е най-важният резултат от имиджа на дестинацията и представлява субективна оценка на възприеманото цялостно преживяване по отношение на очакванията. Позиционирането на дестинацията на пазара е образ на дестинацията в съзнанието на гостите. В Съвместната стратегия желаното пазарно позициониране се определя с намерението да се осигури връзката му с визията и да се осигури основа за елементите на маркетинговото планиране.

Независимо от процесите и проектите, които ще бъдат част от Общата стратегия, позиционирането на пазара винаги се основава до голяма степен на елементи от съществуващата идентичност и спецификата на ресурсите.

5.2 Стратегически цели

Постигането на обща визия за развитие се основава на постигане на приоритети и цели за развитие. Тези цели дават възможност ресурсите на дестинациите да бъдат поставени във функция на устойчивото развитие на туризма. Те са резултат от намерението на общността и преди всичко на туристическите участници да предприемат необходимите промени, за да подобрят значително качеството на туристическото предложение и да привлекат туристи. При определяне на приоритетите и целите бяха взети предвид дългосрочните ефекти, които те имат върху туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Приоритетите и целите на Съвместната стратегия генерират възможности за развитие и подобряване на териториалното и трансграничното сътрудничество. По време на тяхното разработване бяха спазени принципите на устойчивото развитие и принципите на равни възможности по отношение на равенството между половете и различните социални групи в региона. Това са както хоризонтални принципи, така и съвместните проекти отчитат тези аспекти на развитието. За изпълнението на Съвместната стратегия са определени три 3 стратегически цели, които са показани на илюстрацията по-долу.

Илюстрация 14. Връзка между приоритетите и стратегическите цели



Подобряване на сътрудничеството на туристическите участници чрез разработването на съвместни туристически продукти: Туристическите продукти не са независими и автономни сегменти, но представляват цялостното туристическо предложение на дестинацията, влияят върху качеството и разнообразието на предложението. Диференциацията на туристическия продукт се основава на изследване и признаване на уникалните потребности на туристите към дестинацията като специален географски и социално-културен регион. Туристите търсят по-автентични ваканционни преживявания и много компании вече предлагат на туристите възможността да се насладят на скрити скъпоценности заедно с традиционните туристически атракции. Блоговете, социалните мрежи и пътуванията са интересен начин да откриете скрити интересни места с нови, автентични преживявания и опити. Необходимо е също така да се посочи увеличаването на посещенията на най-важните сегменти от движими (музеи, библиотеки, архиви, галерии), недвижими (археологически обекти, градско ядро, защитени пространствени културно-исторически единици, паметници на народната архитектура, укрепления, бойни полета) и нематериално културно наследство.

Тъй като туристите очакват да им бъде предложен сложен продукт, който включва различни елементи (например местна храна, културни ценности, развлечения и т.н.), са необходими инвестиции в разработването на отделни общи туристически продукти. По този начин частичните туристически продукти ще станат с по-добро качество, по-търсени и ще допринесат за развитието на уникален имидж, привличане на туристи, увеличаване на туристическото потребление и насърчаване на туристите да идват отново. Оценката на веригата на стойността разкрива, че сътрудничеството между публичния и частния сектор по цялата верига на стойността на туризма е слабо. Сътрудничеството между публичния, частния и гражданския сектор трябва да бъде осигурено и засилено чрез разработването на съвместни туристически продукти. Това означава да се включат всички заинтересовани страни в туристическата индустрия, като представители на политически и изпълнителни власти на различни нива, национални туристически власти, професионални асоциации, собственици и мениджъри на туристически компании, неправителствени организации, местни хора и т.н. Най-важната задача на публичния сектор е да осигури устойчивост на развитието и да осигури справедливо разпределение на ресурсите между участниците. От друга страна, частният сектор има за задача да утвърди туристическата дестинация. Синергията между тези сектори в бъдеще ще допринесе за развитието на местната икономика, повишаване на екологичната осведоменост, подобряване качеството на живот на жителите, ориентация към обща цел, създаване на имидж, защита на културно-историческото наследство, образование, подобряване на пазарната позиция и конкурентоспособност и др.

Съгласуване и туристически оферти според пазарните изисквания: В основата на туризма е желанието за туристическо движение към места (дестинации/местоназначения), които поради специфични характеристики привличат туристи. Днешният среднестатистически турист е все по-взискателен. Той винаги очаква по-качествени туристически услуги и на достъпна цена. Изразената мобилност на населението и конкуренцията означава, че пътуванията ще бъдат по-евтини в бъдеще (до голяма степен поради намаляването на броя на дните на престой), по-кратки, но и по-интензивни. Те ще пътуват по-близо до дома и повече пъти годишно. Ценовата политика придобива значение.

Цената за по-кратък престой е по-ниска, но опитът трябва да бъде интензивен (което дава възможност за икономически мотив за доставчика на туристически услуги). Днешните туристи пътуват сами или пътуват със семейството си (различни поколения). Значението на дестинацията, която ще посетят, е намаляло, което означава, че те вече не са толкова отдадени на определена дестинация, какъвто е бил случаят в миналото, но винаги търсят нови възможности за нови знания, което е породено от повишаване на туристическата осведоменост и конкуренцията от страна на предлагането. Съвременният начин на живот, нарастващото осъзнаване на здравословния начин на живот и необходимостта да се избяга от ежедневния стрес влияят върху нарастването на търсенето на целеви продукти като кратки почивки или забавления. Поради липсата на време, за да се опрости планирането на туристическите пътувания, все повече туристи избират договорености, които осигуряват транспорт, настаняване, разглеждане на забележителности, храна и всички други необходими елементи за приятна почивка. В периода на изменението на климата продължава тенденцията за връщане към природата, което се отразява на увеличаването на търсенето на екологични туристически продукти. Ето защо автентичността е много по-важна за туристите днес, отколкото преди, защото те искат да почувстват по-дълбока емоционална и културна връзка с хората и общността, която посещават.

Подобряване на популяризирането на дестинации Елин Пелин и Лесковац и съвместни туристически продукти: Маркетингът на туристически дестинации през последния период претърпява голяма трансформация на бизнес модела. Туризмът се превръща в носител на икономически и социални послания в по-широкия контекст на развитието на дестинациите. Възприятията на потребителите се формират в зависимост от идентичността на дестинацията и маркетинга на притежателите на туристическото предложение. Разработването и популяризирането на туристически продукти са фактори за създаване на конкурентна позиция на дестинациите. Това изисква професионално управление на процесите и пълно участие на ключови заинтересовани страни. Благодарение на разпространението на Интернет е възможно да се обменят мнения и опит между потребителите.

Широкото използване на Интернет и активната продажба на различни агенции, туроператори и отделни хотели по интернет позволява на потребителите по-голяма свобода и гъвкавост при предоставяне на качествена информация и организиране на собствени пътувания. За да се повиши управленският капацитет, е необходимо да се прилагат нови маркетингови методи, базирани на използването на цифрови технологии. Публичният и частният сектор трябва да подобрят важните умения и инструменти, необходими за нови предизвикателства в маркетинга, продажбите и разпространяването на информация за туризма в дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Промоционалните дейности трябва да бъдат засилени на пазарите на побратимени градове в страната и в чужбина, с които Елин Пелин и Лесковац имат икономическо сътрудничество.

5.2.1 Туристически продукти

Изхождайки от изискването, че глобалната конкуренция на различни дестинации и/или продукти в туризма предполага спазване на минималните правила на играта и стандартите за развитие на световната сцена, беше направен анализ за потенциално интересни продукти, които туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац могат да комерсиализират. Днес в света има около 300 различни туристически продукта и опити, от които поне 60 са сериозно комерсиализирани. По този начин всеки туристически продукт всъщност е бизнес област, в която има специфичен обмен на стойност (опит) за пари. Туристическият продукт е набор от взаимозависими компоненти, който на практика е организиран като отделна верига на стойността (илюстрация по-долу). Трябва да се има предвид, че някогашните големи летни ваканции, с продължителност от 14 до 21 дни, са заменени от по-кратки ваканции, но които се посещават няколко пъти в годината. За всеки от предполагаемите бъдещи туристически продукти вниманието е насочено към основните дефиниции, пазара, видовете клиенти, потенциала и доминиращите форми на разпространение и комерсиализация.

Илюстрация 15. Компоненти на туристически продукт



Добавената стойност и усъвършенствеността на туристическа дестинация се определя до голяма степен от специализацията на предлагането на портфолио от туристически продукти, насочени към определени пазарни сегменти. За по-нататъшния процес на планиране е важно да се идентифицират ключовите продукти, за които дестинацията ще се специализира и с които ще стане разпознаваема на пазара.

Целта е да се фокусира офертата, за да се адресират адекватно ресурсите за доставка на туристически продукти/преживявания на ниво качество на най-добрите дестинации в света. Разработването на туристически продукти е процес и се основава на съществуващите природни и създадени ресурси, но изисква тяхната връзка, интерпретация и подобрене. Съвременният пътешественик търси уникални преживявания и по време на пътуването осъзнава желанието си за нови преживявания, предизвикателства и запомнящи се спомени. Повечето туристи очакват да им бъде гарантирано изгодно и пълноценно прекарано времето на почивката. 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. Ето защо е изключително важно да се опознаят ключовите пазарни сегменти, техните навици, нужди, начин на живот и желания по време на разработването на туристически продукти и съответно да се коригира офертата и туристическите продукти. Туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац предлагат изключителни възможности за различни форми на туризъм. В допълнение към традиционните форми, фестивалния и културния туризъм, те имат потенциал за много алтернативни форми. Въз основа на представата за ресурсите на района, културното наследство и природните ресурси, туристическите продукти са групирани по отделни видове туризъм (илюстрация по-долу). Процесът на разработване на туристически продукти трябва да гарантира постигането на целите, определени от Съвместната стратегия. Очаква се да осигури: 1) Лоялност на гостите, които ще се върнат на дестинацията и които ще бъдат готови да препоръчат дестинацията, чрез свързване на продукти с ключови пазари и целеви сегменти. 2) Разпознаване на дестинацията, т.е. създаване на имидж, чрез предоставяне на автентични и най-добри преживявания на гостите.

Илюстрация 16. Видове туризъм и туристически продукти на дестинациите Елин Пелин и Лесковац



Фестивален туризъм: Събития под формата на културни тържества (фестивали, карнавали, религиозни събития, паради, исторически възпоменания), изкуства и развлечения (концерти, други публични представления, изложби, церемонии по награждаване) са предварително организирани събития, които са способни със съдържанието си и качеството си да привличат посетители, независимо от някои други туристически атракции, разположени в близост до мястото. В допълнение към развлеченията и информацията, тези събития популяризират различните традиции, култура и обичаи на народите и регионите на дадена страна и по този начин осигуряват многобройни приноси за общността, чрез увеличени посещения от туристи и тяхната консумация. Събитието е непрекъсната дейност, която се провежда веднъж годишно и която популяризира туризма на определена дестинация чрез автономната привлекателност на самото събитие и насърчава гостите да участват директно и да бъдат включени. Фестивалният туризъм се характеризира с динамика и масовост и позволява на туристите да участват в различни форми на традиционни и модерни културни празници. Това са фестивали на различни видове изкуство, автентични събития, включително филми, театрални фестивали, карнавали, културни празници, артистични преживявания и т.н. Фестивалният туризъм включва и адаптации на известни национални празници и празници на специфични национални, регионални и местни символи. За да станат част от туристическото предложение на дестинация, събитията, като правило, трябва да привличат участници и/или наблюдатели, които не са част от местната общност. Манифестациите и фестивалите са специфични продукти, защото се провеждат само веднъж годишно и имат необичайно силно влияние върху създаването на имидж на дестинация. Трябва да се има предвид, че всички развити туристически дестинации работят много интензивно по създаването на целогодишен календар на различни събития, за да направят офертата им възможно най-привлекателна през всички останали месеци от годината. Този вид събитие за туристи обикновено е третото или четвъртото пътуване за годината и продължава средно от един до три дни. Манифестациите са масови събития с много посетители, както местни, така и техните гости от други места. Фестивалите обикновено са предназначени за определена целева група и включват по-малък брой посетители. Основният мотив на туристическите пристигания е посещение на фестивала (филм, музика, театър) или някакво съпътстващо събитие, което е тясно свързано с фестивала. При фестивалния туризъм бизнес ефектите могат да бъдат изчислени предварително. Не е възможно да се говори за сезонни колебания на трафика (изключение са извънредни ситуации като пандемията COVID-19), тъй като всички прояви са планирани по-рано. Целта на организирането на събития и фестивали е предимно да популяризира културни, природни и човешки ценности и потенциали. Също така се отваря възможност за представяне на разнообразието и автентичността на даден район и по този начин се постига диверсификация на туристическото предложение. Съществуващите фестивали и събития оказват голямо влияние върху имиджа на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Гастрономическият фестивал на Седмицата на барбекюто в Лесковац е потвърден като едно от основните кулинарни събития в Югоизточна Европа. В допълнение към този фестивал, през последните няколко години значение придоби и фестивалът "Дни на лесковашката мучкалица". Традиционният фолклорен фестивал "Дни на шопите" в община Елин Пелин е един от много популярните национални фестивали, организирани в България. Всяка година голям брой посетители се наслаждават на магията на този фестивал, чиято основна цел е да отпразнува традицията и културното многообразие. И двете туристически дестинации организират десетки събития годишно. Много от тези събития с национално значение имат потенциал за по-интензивен пробив на пазара в региона. Те също така предоставят възможност за предлагане на допълнителни съоръжения и туристически продукти (обиколки, специални интереси). Съвместната работна група по туризъм анализира фестивалния туризъм и видя в него най-големите възможности за развитие на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Основните виждания на тази работна група са показани в таблицата по-долу. Фестивалният туризъм става все по-развит през последните години благодарение на нарастващата мобилност на световното население и настоящата наличност на информация. Фестивалите влияят върху удължаването на туристическия сезон или представляват върха на същия, те служат за укрепване на колективния дух, сътрудничество и проникване на културните традиции. Туристите, свързани със събитията, съставляват най-широкото население, като посещението на конкретно събитие е или кратка почивка, или третата ваканция за годината. Възрастовата структура на туристите е от 18 до 55 години, с индивидуални гости от 18 до 25 години, групи от 25 до 35 години и двойки от 45 до 55 години.

Основният мотив за идването е конкретно събитие, в което те участват от няколко години. Те са допълнително мотивирани от атракции, пазаруване, гастрономия и нощен живот. Те търсят добро съотношение цена-качество при избора на настаняване и транспорт. Те обикновено остават между три и пет дни. Основният източник на информация е Интернет.

Таблица 10. Състояние и перспективи на фестивалния туризъм - Елин Пелин и Лесковац

Проблеми	Възможности
<ul style="list-style-type: none"> • Липса на капацитет за настаняване по време на най-големите фестивали (Шопски празник и Рождиляда). • Липса на целогодишно туристическо предложение. • Туристическа оферта, свързана с големи събития (малък брой атрактивни фестивални дни). • Неразработено предложение за други събития. • Неразвит и слаб маркетинг. 	<ul style="list-style-type: none"> • Свързване на събития и създаване на нов съвместен туристически продукт • Свързване на събития и гастрономия • Създаване на постоянна оферта • Създаване на допълнителни оферти със събитията • Предложения извън датата на събитията • Общ календар и карта на събитията • Съвместен маркетинг

Изследването на веригата на стойността в туризма показва, че общите допирни точки между Елин Пелин и Лесковац са фестивалите и фолклорът с гастрономията като подправка за създаване на успешен туристически продукт. Елин Пелин и Лесковац организират събития и фестивали „за душата“, чиито хора са гостоприемни, склонни да прекарват време, отворени и достъпни. Тези атрибути и хедонизмът обикновено са важен елемент за бъдещото позициониране на дестинациите на Елин Пелин и Лесковац, както и за цялостното развитие на туризма. Фестивалите и събитията са елементи от традицията на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. В същото време те са пряко свързани с туризма. Също така събитията привличат чуждестранни посетители, които са от голямо значение за местната общност. Като такива туристическите събития са много важен фактор за свързването на туристите с тези дестинации. Идентифицираните туристически продукти (таблица по-долу) са идеални за по-нататъшно развитие. Преди всичко поради високата конкурентоспособност и привлекателност и носят много високи нива на доходи.

Таблица 11. Фестивален туризъм

Туристически продукти	Пазар
<ul style="list-style-type: none"> • Фестивали и културни прояви • Гастрономия • Културни програми и концерти 	<ul style="list-style-type: none"> • Целеви пазари: вътрешен пазар, страните от ЕС, страните от Източна Европа и страните от региона.
Клиенти - туристи	Време
<ul style="list-style-type: none"> • Индивидуални гости • Групи туристи • Двойки с деца и без деца • Организираните гости (участници в събитията) 	<ul style="list-style-type: none"> • Юни-Октомври
Мотиви	Фактори за успех
<ul style="list-style-type: none"> • Любов към забавлението и културата • Гастрономия • Дугаруване и забавление • Отхид • Запознаване на нови хора 	<ul style="list-style-type: none"> • Репутация на фестивала • Възможности за забавление и другаруване • Качествена гастрономия със задължителни местни и сезонни елементи • Любезността на населението • Високо ниво на безопасност • Адекватни капацитети за настаняване • Информация и популяризиране на специфични оферти и туристически продукти на дестинацията

Туризм за краткосрочен престой: Това е вид туризъм, чиято цел е кратко „бягство“ от ежедневието и който трае един уикенд и служи за отдых и/или откриване на нещо ново за няколко дни. Кратките почивки се основават на посещения на дестинации със специфични продукти и услуги в рамките на туристическото предложение. Кратката почивка обикновено трае между един и четири дни и включва 1 до 3 нощи. Продуктът включва няколко групи продукти, всяка от които е основният мотив за пристигането на определен сегмент от гости на дестинацията. Гостите пътуват на кратки ваканции за култура, храна, събития и прояви, специални интереси, класически ваканции, наслаждавайки се на природата и т.н. Кратките почивки стават популярни извън основните летни сезони. Изправени пред такава тенденция, дестинациите трябва да създадат свои собствени съдържания и да предложат на гостите интересно съдържание и туристически продукт, който може да се консумира в рамките на кратък престой. Поради това се поставя специален акцент върху дейностите по разработване на туристически продукти, преди всичко укрепване на икономическите отрасли и ниши, които са във функция на туризма. През последните няколко години изследванията показват, че много туристи планират да изследват нови дестинации. Повече от една трета (35%) смятат, че ще отидат на почивка в страни, в които никога не са били. Туристите, които обичат да се придържат към изпитани и надеждни дестинации, също възнамеряват да опитат нещо ново и почти половината (48%) много вероятно или почти сигурно ще посетят друг курорт или град в страната, в която вече са били. Един от косвените начини за свързване на местните доставчици на услуги е да се развие синергия между гастрономията и кратките почивки. Гастрономията е все по-голям феномен, тъй като повече от една трета от туристическите разходи отиват за храна, според доклад на Световната туристическа организация. Според EUROSTAT 22% от европейците казват, че основната причина за кратка почивка е културното преживяване, което включва кулинария. Българите харчат почти 40% от бюджета си за гастрономически продукти. Ето защо домашната кухня е важен фактор по отношение на качеството на празника. Според проучване на Световната туристическа организация, над 88% от нейните членове вярват, че гастрономията е стратегически елемент при определянето на марката и имиджа на дестинация, а над 67% казват, че страната им има собствена марка за гурмета. Един от косвените начини за свързване на местните доставчици на услуги е да се развие синергия между гастрономията и кратките почивки. Гастрономията е все по-голям феномен, тъй като повече от една трета от туристическите разходи отиват за храна, според доклад на Световната туристическа организация. Според EUROSTAT 22% от европейците казват, че основната причина за кратка почивка е културното преживяване, което включва готвене. Българите харчат почти 40% от бюджета си за гастрономически продукти. Ето защо домашното готвене е важен фактор по отношение на качеството на празника. Според проучване на Световната туристическа организация, над 88% от нейните членове вярват, че гастрономията е стратегически елемент при определянето на марката и имиджа на дестинация, а над 67% казват, че страната им има собствена марка за гурме. По време на престоя си, гостът консумира различни елементи едновременно, така че от гледна точка на организирането и управлението на продукта, всички елементи се разглеждат заедно. Този тип продукти обикновено се реализират през уикендите, удължените почивни дни, празници и други подобни. По време на престоя си, гостът консумира различни елементи едновременно, така че от гледна точка на организирането и управлението на продукта, всички елементи се разглеждат заедно. Този тип продукти обикновено се реализират през уикендите, удължените уикенди, празници и други подобни. Този туристически продукт не е от сезонен характер и е много еластичен по отношение на цената. Основните клиенти на кратките ваканции са: двойки, които все още не са създали семейство, двойки, които имат големи деца и по-млади хора (между 15 и 25 години). Гостите организират предимно този тип пътувания през Интернет, където събират цялата необходима информация. Кратките ваканции в Елин Пелин и Лесковац имат голям потенциал за развитие поради доброто положение на двете дестинации и нарастващото търсене на пазара за тези ваканции. И двете дестинации разполагат с необходимите ресурси и атракции, които са много лесни за предлагане като неразделна част от кратък ваканционен пакет. В краткосрочен план кратките почивки могат да бъдат първата стъпка към развитието на други продукти, като селски туризъм и разходки. Селският туризъм под формата на уикенда Шопски/Лесковаяки представлява синергичен потенциал, особено за град Лесковац.

В средносрочен и дългосрочен план краткосрочните ваканции трябва да се основават на повишаване на качеството на продуктите и услугите в съответствие с международните стандарти, следвайки диференциацията и специализацията на туристическите продукти и услуги в съответствие с международните стандарти и увеличаване на клиентите. Идентифицираните туристически продукти (таблица по-долу) са идеални за по-нататъшно развитие.

Таблица 12. Туризм с краткосрочен престой

Туристически продукти	Пазар
<ul style="list-style-type: none"> Уикенд почивка (Лесковашки уикенд и Шопски уикенд) Тематични разходки (музеи, манастири) Изкуство и забавление 	<ul style="list-style-type: none"> Целеви пазари: страните от региона и вътрешен пазар.
Клиенти - туристи	Време
<ul style="list-style-type: none"> Двойки, които още не са създали семейство Двойки, които имат пораснали деца Млади (между 15 и 25 години) 	През цялата година: 52 уикенда
Мотиви	Фактори за успех
<ul style="list-style-type: none"> Психична релаксация и умствена почивка Оттегляне от стресиращ живот Промяна на средата Тенденция "забавяне на ритъма на живот" Необходимост от „зареждане на батериите“ 	<ul style="list-style-type: none"> Наличност и актуалност на туристическата информация Наличие на основни и спомагателни услуги Съотношение качество-цена Маркиране и поддръждане на туристически атракции Запазване на идентичността и оригиналността на дестинацията

Културен туризъм: Културата представлява социалната идентичност на хората, свидетелства за нейната история и ниво на развитие. Термините културно наследство и културен туризъм се отнасят до туристически продукт, основан на наследство и култура. Културното наследство е много повече от паметници и сгради, запазени през вековете. Културното наследство на човечеството включва както жив израз, така и традиция, която общностите и групите във всяка част на света наследяват от своите предци и предават на бъдещите поколения. Нематериалното културно наследство предоставя на социалните общности и техните индивиди чувство за идентичност, като им помага да разберат света, в който живеят, и осмисля живота им. Материални и нематериални ресурси за културен туризъм на дестинациите Елин Пелин и Лесковац са: стари занаяти, обичаи, традиции, народни носии, народни вярвания, танци (фолклор), народни песни, различни фестивали, местни събития, национални и местни храни и напитки, езикови и културни събития, театър, филм, поезия и литературни фестивали, изложби, галерии, музеи, паметници, археологически обекти и сгради. Различни културни институции като културни центрове (читални), музеи, театри, както и различни събития от местно, регионално и международно значение допринасят за цялостното удовлетворение на туристите и допълват съдържанието на техния престой и туристически опит. Един от важните туристически мотиви е свързан с опознаването на социалните ценности на определена държава, религия или място. Според Световната туристическа организация 37% от всички туристически пътувания съдържат културни елементи.

Културният туризъм е сложен продукт и при планирането на развитието на културния туризъм има нужда от неговото ясно определение и от идентифициране на основните тенденции, които трябва да бъдат взети предвид в този процес. Концептуално културният туризъм се определя като пътуване на хора извън местоживеенето им с цел събиране на нови преживявания, които включват посещения на културно-исторически обекти, музеи, галерии, музикални и сценични събития, фестивали, места на свещено наследство, творчески работилници и тематични маршрути. Културният туризъм отчита непрекъснати темпове на растеж. Според изследванията културният туризъм съставлява цели 37% от целия международен туризъм и расте с темп от 15% годишно. Културните туристи са образовани, търсят опит, посещават атракции, които не са интересни за другите туристи, така че може да се каже, че културният туризъм е нарастващ пазар. С глобалния растеж нараства търсенето на различни продукти от специален интерес, включително културен туризъм. Подобни тенденции са до голяма степен резултат от нарастването на наличните приходи, новите и по-евтини видове транспорт и увеличеното използване на информационни и комуникационни технологии. Въпреки това, в допълнение към прогнозите за растеж на туристическите пристигания и нощувки, още по-важно е да се наблюдава какво се случва в областта на качествените тенденции, т.е. преди всичко в системата от туристически стойности на потребителите, която рефлектира върху начина им на живот като цяло. В същото време офертата в дестинациите се променя и изисква бързо коригиране. Социалните, технологичните, икономическите, екологичните и политическите промени в обществото в много отношения влияят върху развитието на туристическите продукти и потреблението. Развитието на технологията позволява на дестинацията да модернизира своята културна оферта и начина на представяне на своята история, наследство и някои археологически артефакти. Глобалната тенденция е преходът на класическите музеи към интерактивни и дигитални презентационни модели (включително виртуална реалност), както и откриването на по-малки посетителски центрове, в които туристите са основните участници и създатели на преживяването. Културно ориентирани туристи на практика се разделят на „културно мотивирани туристи“ (те консумират културни продукти като част от общото си пътуване) и „специфични културни туристи“ (те идват до дестинация специално поради определени културни елементи и продукти). Тези туристи харчат повече на пътуване и на ден от средния турист. Те са предимно високо образовани, с високи доходи и заети еднакво в публичния и частния сектор. Те избират дестинация въз основа на знанията преди пътуването. Те са вдъхновени и мотивирани от основната привлекателност, която могат да видят, да преживеят в избраната дестинация. Решенията за пътуване се вземат въз основа на предишен опит, препоръки от роднини и приятели. Възрастовата група на тези туристи е от 27 до 44 години. Изследванията показват, че в Европа около 42% от всички туристи консумират определен културен продукт по време на общото си пътуване и остават на дестинацията. Повечето културни пътувания (55%) са предимно с кратка продължителност до 4 дни. Туристически продукт като пътища за културно наследство (обиколка на църкви и манастири) повишава осведомеността за културната идентичност и същевременно дава възможност за запазване и популяризиране на културното наследство. В културния туризъм местното участие и местната собственост са от особено значение поради естеството на ресурсите. Предимствата на местното участие са, че членовете на общността имат право и възможност да вземат решение за развитието на културния туризъм. Те се интересуват най-много от опазването на своите природни и културни ресурси, бит и местна култура. По този начин се постига запазване на културното многообразие и автентичността на туристическите дестинации. Освен това е важно тяхното влияние върху предоставянето на финансова подкрепа за опазване на наследството от реализираните приходи от туризъм, т.е. вземане на решение за по-адекватна насока на средствата между местното и националното ниво на управление. Ключов компонент е партньорството, тъй като голям брой участници участват в културния туризъм. Тези участници включват туристи, туристическата индустрия (социална и частна), местната общност, културните институции, институциите за защита на наследството и образователните институции. Симбиозата на културата и туризма и сътрудничеството между други съответни сектори носи взаимни ползи. Културният туризъм се проявява чрез почти всички туристически продукти на дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Културните ресурси и туристическите продукти заедно образуват едно цяло. Само в тяхната синергия можем да получим качествен продукт, който отговаря на изискванията на пазара и времето (таблица по-долу).

Културната идентичност, гастрономията, музиката, изкуството, както и начинът на живот на домакините, трябва да се превърнат в отражение на гостоприемство и особеностите на туристическото предложение на дестинациите Елин Пелин и Лесковац. По този начин туристическите продукти ще придобият значение и стойност за определени целеви групи и ще бъдат съобразени със съвременните тенденции и нужди на гостите.

Таблица 13. Културен туризъм

Туристически продукти	Пазар
<ul style="list-style-type: none"> • Пътища на културното наследство (църкви, манастири) • Постоянни и временни изложби • Работилници на изкуството (художници, скулптори, книжовници) 	<ul style="list-style-type: none"> • Целеви пазари: вътрешен пазар, страните на ЕС, страните от източна Европа и страните от региона.
Клиенти - туристи	Време
<ul style="list-style-type: none"> • Семейства с деца • Двойки 	През цялата година
Мотиви	Фактори за успех
<ul style="list-style-type: none"> • Разширяване на духовните перспективи (вярващи) • Любов към културата и културните събития • Изживяване на красивото • Отдых • Общуване с хора • Традиция • Запознаване с важни исторически събития (от книги и легенди) • Посещения на църкви и манастири 	<ul style="list-style-type: none"> • Информираност за културни и забавни събития • Интерпретация на исторически и културни съдържания с употреба на модерни технологии. • Организация на културни програми (постоянни и временни изложби и работилници на изкуството) • Разнообразни видове настаняване • Гостоприемство на хората и домакините • Тематични и образователни пътища

Разходките: са важен туристически продукт и се отнасят до ваканции, които включват пристигането на туристи с автобус, кола, влак или самолет и след това обикновено започват обиколката с определена тема. Двата основни типа на този продукт са обиколки на повече страни и обиколки в рамките на една страна. Повечето обиколки имат конкретна тема и обикновено продължават три и повече дни. Предвид малките инфраструктурни промени, необходими за пускането на този продукт, както и изключително голямата база потенциални потребители, този продукт представлява голям потенциал за развитие на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Особено защото, освен международните тенденции и пласирането на световния пазар, той е все по-привлекателен за регионалните пазари на Централна и Югоизточна Европа. Повечето турове продължават от 2 до 3 нощи и се продават чрез широка мрежа от туристически агенции в района на емитиращите пазари. Обикновено всяко турне има своя собствена тема. За дестинациите Елин Пелин и Лесковац са интересни кръгови обиколки на удоволствието, където основният мотив е насладата без специална тема, а кръговата обиколка на сценографията е основният мотив за опознаване и изучаване на природни, исторически и културни забележителности. Според наличните данни туристическите обиколки и циркулярни сценографски обиколки представляват 56,6% от общия обем такива разходки. Туристите купуват най-вече тази форма на ваканция, за да се насладят на пейзажа и обществото. Най-често те са използвали този тип продукти през последните две години, както на вътрешния, така и на международния пазар. Те обичат изкуството (балет, опера), търсят специални природни забележителности. Интересите им се простират до пазаруването и гастрономията (особено ги интересуват вината). Харесват качествено настаняване, предпочитат хотели. Участват в дейности на открито (туризъм, колоездене, наблюдение на птици, ветроходство, голф). Тъй като обиколката като продукт може да се комерсиализира бързо, изключително важно е да се постигне споразумение за избора и професионалната организация на 3 до 5 тура. След това те трябва да бъдат популяризиращи и разпространявани възможно най-скоро по наличните канали.

Таблица 14. Обиколки

Туристически продукти	Пазар
<ul style="list-style-type: none"> • Откриване на културно наследство (Фестивални и кулинарни турове) • Откриване на природното наследство • Манастирски турове 	<ul style="list-style-type: none"> • Целеви пазари: вътрешен пазар, страните от Европейския съюз, страните на източна Европа и страните от региона.
Клиенти - туристи	Време
<ul style="list-style-type: none"> • Групи хора • Млади лица • Млади двойки без деца • По-възрастни двойки без деца • Пенсионери 	<ul style="list-style-type: none"> • Март - Октомври
Мотиви	Фактори за успех
<ul style="list-style-type: none"> • Оpozнаване на културното наследство и историята на региона • Нови знания • Откриване и наслада 	<ul style="list-style-type: none"> • Тясно сътрудничество с пътнически агенции • Подредени информационни и комуникационни табла на терена и поддръждане на тематични пътища. • Уредени пътища до манастири и църкви • Предложени екскурзии и допълнителни дейности • Различни видове настаняване • Гостоприемство на хора и домакини

Бизнес туризъм (MICE): Продуктът на бизнес и MICE туризъм се отнася до пътувания, чийто основен мотив са бизнес срещи, мотивационни/стимулиращи пътувания, конференции, бизнес панаири и изложения. Самото ядро на MICE като туристически продукт включва пътуването на потребителски бизнес сегменти извън обичайното им местоживеене. В допълнение към бизнес мотивираните пътувания е необходимо да се разграничи елементът на мотивация, който се отнася до служителите на определена организация, които правят пътуването като награда за работа, изграждане на екип или общуване и работа в мрежа. Международният пазар на бизнес срещи може да бъде разделен според няколко различни критерия: брой на делегатите, вид индустрия, цел на бизнес срещи, организатор на срещата и други. Един от най-често срещаните критерии за сегментиране на бизнес срещите е критерият за организатора на срещата. Според този критерий тези събития могат да бъдат разделени на две основни групи: бизнес събирания и сбирки на сдружения. Бизнес събития се организират в професионално развити конгресни центрове, но също така и в хотели и университетски помещения и помещения за културни събития. По икономически сектори повечето бизнес събития се провеждат в електрониката, финансите и транспорта. Индивидуалните командировки се различават от другите форми, защото се организират за индивидуални пътници и дестинацията е известна и се определя от изискванията на бизнеса. Тези пътувания са случайни в деловия живот и често са под формата на групови пътувания. Продуктът MICE има много мека сезонност, където най-предпочитани са големите срещи и бизнес събития през май и юни, както и през септември и октомври. Повечето командировки продължават до три дни, а в редки случаи и до 7 дни. Основните мотиви за бизнес пътувания включват търговски дейности, образование, корпоративни срещи, презентации/стартиране на нови продукти и услуги и др. Бизнес туризмът е високорентабилен сегмент от туристическата индустрия и се състои от всички пътувания, свързани с пътувания на служители или бизнес интереси. Бизнес туристите харчат повече, не само за хотели и ресторанти, но дори и за развлекателни дейности като посещения на дребно и местни забележителности като музеи и театри. Всъщност беше установено, че те харчат три пъти повече от средния свободен турист. Броят на гостите на бизнеса и на MICE непрекъснато нараства в съответствие с глобализацията и включването на нови пазари в сферата на интересите на големите корпорации. Целевите групи са корпоративни бизнес гости, индивидуални бизнес гости, правителства, държавни агенции, регионални и глобални агенции, авио екипажи и др.

Средният бизнес гост е на възраст между 25-55 години, предимно от мъжки пол, идва от градска среда, използва самолет или кола като транспортно средство, резервира настаняване през интернет, отсяда в хотели от по-висок и висок клас. По професионален статус са директори, собственици, на свободна практика или среден мениджмънт, работници, пред работници, служители и стажанти. Тенденциите на пазара на MICE са стабилни с високи приходи на клиент. За туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац, в средносрочен план, продуктът на бизнес и MICE туризъм трябва да се популяризира предимно на вътрешния и до известна степен на регионалния пазар. Ускоряването на развитието на този продукт е необходимо, тъй като има положително въздействие върху удължаването на престоя на бизнес гостите и опознаването на дестинацията, а оттам и върху допълнителното развитие на други продукти, като например двупосочни пътувания и кратки почивки.

Таблица 15. Бизнес туризъм (MICE)

Туристически продукти	Пазар
<ul style="list-style-type: none"> • Бизнес събития • Семинари • Изложби 	<ul style="list-style-type: none"> • Целеви пазари: вътрешен пазар и страните от региона
Клиенти - туристи	Време
<ul style="list-style-type: none"> • Организиран бизнес гости. • Индивидуални бизнес гости. • Представители на професионални организации и сдружения. 	<ul style="list-style-type: none"> • Април-Новември
Мотиви	Фактори за успех
<ul style="list-style-type: none"> • Образование и обучение • Награда на заетите и мотивиране • Промяна на обстановката • Участие в научни и бизнес срещи 	<ul style="list-style-type: none"> • Подредена среда и добра репутация и позициониране на дестинацията. • Богата оферта от допълнителни съоръжения (клубове, ресторанти, събития и др.). • Организиране на специални програми и свързване на различни туристически продукти за насърчаване на този вид възнаграждаващи бизнес пътувания. • Сътрудничество с организаторите на наградни пътувания. • Качествена оферта за настаняване и оборудване за организиране на конгреси, конференции и семинари.

Туризм със специални интереси: той е тясно свързан с определени, специални интереси на гостите (ниши), които идват до дестинацията. Туристите стават все по-взискателни и опитни, така че търсенето на необичайни и нестандартни продукти нараства. Гостите пътуват най-вече поради някакъв специален интерес, за да му се насладят, независимо дали става въпрос за хоби, физическа активност, интерес към определена тема или дестинация. В същото време туристите очакват опит и вълнение, или спокойствие, където предимно се тестват способностите в определена дейност. Такива пътувания са предимно индивидуални или в малки групи, а гостите са по-опитни и взискателни. Нараства търсенето на продукти от особен интерес и непрекъснато се оказва натиск за разширяване на дестинацията и броя на пазарните ниши в рамките на този продукт. Специалните интереси са все по-често предлагани от големи агенти и туроператори. Специалните интереси са продукт, който позволява добро позициониране на дестинацията. За дестинациите Елин Пелин и Лесковац най-интересни са пътеките за отдих и здраве около езерото Огняново, Елин Пелин и по дефилето на Вучянка Лесковац. Изследването на каньона Вучянка е съществуващ туристически продукт, наречен обиколка на каньона Вучянка (турне каньон Вучянка). В Елин Пелин има голф игрище "Света София". Голф игрището се намира в село Равно поле и заема площ от 526,32 ха. Курсът предлага уникална комбинация от модерно голф игрище, модерен ресторант и спа център. Голф игрището е първото сертифицирано голф игрище в България с официален рейтинг от Европейската голф асоциация.

Това е изключителен ресурс за Елин Пелин. Туристическият голф е включването на туристите в някаква форма на контакт с голфа като спорт (например посещение на научна конференция с представяне на голф в дестинацията). Голф игрищата са неразделна част от туристическото предложение на всички развити страни. Опитът на страните с развито голф предложение, особено тези, които имат възможност да играят през цялата година поради благоприятните климатични условия, показват, че търсенето на този спорт е най-високо извън сезона и относително ниско през сезона (юли-август). Този тип търсене оказва значително влияние върху удължаването на туристическия сезон. Според Европейската голф асоциация в Европа има около 6800 голф игрища и 4,2 милиона регистрирани голфъри. Но е известно, че в много европейски страни има много голям брой нерегистрирани играчи. Смята се, че днес в Европа има около 8 милиона голфъри. Най-важните рецептивни дестинации са Испания, Португалия, Турция, Франция, Шотландия, Ирландия, Италия и Кипър. Има различни летни и зимни дестинации. През лятото Шотландия и Ирландия са най-посещавани. През летните месеци германци и скандинавци често пътуват в страната, най-вече с краткосрочни договорености. Германците посещават Австрия през лятото. Зимните дестинации са предимно Испания и Португалия (60% от пристигащите), следвани от Франция, Италия, Турция и Кипър. Голф аранжировките са най-разпространени от март до май и през октомври и ноември. Основните характеристики на европейските голфъри са както следва:

- По-голямата част от това население е на възраст между 40 и 60 години;
- В зависимост от страната, от която идват, 50-70% са мъже (господа), 10-40% жени (дами), 10-30% деца (юноши);
- Пътуват в малки групи, обикновено с приятели и/или членове на голф;
- Искат да бъдат настанени в хотели, апартаменти или вили, по-високи категории (от 4 до 5 звезди или луксозни категории);
- Предпочитат настаняване до голф игрището, с желани трансфери до 30 минути път с кола;
- 55% от голфърите обикновено избират 7-дневни договорености;
- 25% от играчите на голф ходят в удължени почивни дни няколко пъти в годината; • 20% от играчите на голф отиват в по-далечни дестинации, при пътуванията от 8 дни или повече; • След седем дни те искат да играят 4 до 6 кръга на 3 до 5 игрища.

Голфърите харчат средно между 150 и 200 EUR на ден, а в по-добрите курорти и до 250 EUR. Най-често срещаните са седемдневните договорености, чиито цени са около 1500 EUR, докато за цените през уикенда договорите варират от 300 до 600 EUR, в зависимост от вида на транспорта и разстоянието до дестинацията. Цените за по-дълги договорености обикновено са от 2000 до 5000 EUR. Резервациите обикновено се правят по телефона (46%), онлайн (32%) или в агенция (22%), 50% от резервациите се правят 1 до 6 месеца преди пътуването, 40% по-дълго от 6 месеца (обикновено групови пътувания) и 10% в рамките на един месец. Днес все повече внимание се обръща на екологичната устойчивост на голф игрищата. Полевото управление е подобро, особено при използването на вода, торове и пестициди. Водата, необходима за напояване, се осигурява изключително от източници, които не застрашават водоснабдяването. Най-добрите дренажни системи допринасят за това. Същото важи и за сложните системи за поливане, които спестяват много вода и се възползват максимално от нея. Разработени са нови видове треви, които не изискват големи количества вода. Голф клуб Елин Пелин разполага с голф академия, която включва полигон, симулатори за обучение, тренировъчен курс с 2 дупки, видео системи за компютърен анализ и др. Академията за голф организира основен курс за обучение, наречен „Зелена карта“. Този курс продължава 12 часа, след което ученикът получава възможност да играе голф с други играчи и има възможност да играе на всички други голф игрища. В допълнение към голф игрището е построен спа център, който включва финландска и билкова сауна, парна баня, душ, ледена стая, зона за релакс, фитнес зала и плувен басейн.

5.2.2 Маркетинг

Маркетингът в туризма се различава коренно от маркетинга на други видове продукти по три важни начина: 1) туризмът е предимно услужна дейност, където услугите са нематериални и където е трудно да се извърши качествен контрол и оценка на опита. 2) Вместо продуктът да се доближи до потребителя, потребителят трябва да пътува до продукта или ресурса и 3) хората обикновено участват и посещават повече от една дейност по време на пътуването си. Маркетинговите дейности на ниво туристическа дестинация целят да подпомогнат основните елементи на дестинацията, така че потенциалните туристи да бъдат привлечени да посетят дестинацията, както и да използват услуги в рамките на дестинацията, които гарантират, че очакванията на посетителите/туристите са изпълнени в рамките на дестинацията. Необходимо е да се създаде информираност за дестинацията, да се изгради силна и разпознаваема марка, както и да се постигне сътрудничество в промоцията и продажбата на дестинацията. Това трябва да доведе до увеличаване на броя на пристигащите и нощувките на гости през цялата година, т.е. до увеличаване на заетостта в местата за настаняване. Позиционирането и брендирането са изходните точки от голямо значение за дългосрочното положение и развитие на туристическата дестинация. Позиционирането на Елин Пелин и Лесковац като туристически дестинации на вътрешния и външния пазар е основната задача на маркетинговите дейности. Пазарното позициониране на дестинацията е образ на дестинацията в съзнанието на гостите. В стратегическите документи желаното пазарно позициониране се дефинира с намерението да се осигури връзката му с визията и да се осигури основа за елементите на маркетинговото планиране. Позиционирането на пазара винаги и в най-голяма степен се основава на елементите на съществуващата идентичност и спецификата на ресурсите. Развитие на туризма и повишаване на конкурентоспособността на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац е в пряка връзка с броя на туристите и реализирания туристически оборот. Предвид цикличното движение на броя на туристите през последните десетилетия, увеличаването на броя на чуждестранните и местните туристи е важна маркетингова цел, чиято реализация изисква проектиране на маркетингови дейности и насочването им към генериране на търсене на ключови туристически продукти. Имайки предвид нагласата на бизнес сектора, че маркетинговите дейности са една от причините за неблагоприятния климат за правене на бизнес на туристическия пазар, подобряването на маркетинговото управление на туристическа дестинация е една от маркетинговите цели. Дестинациите Елин Пелин и Лесковац могат да отговорят на нуждите на различни пазарни сегменти (туристи) и над настоящия си профил на средния гост. Това е възможно благодарение на богатите културни и природни ресурси, мултикултурализма, начина на живот, географското положение в близост до големите пазари и лесната достъпност. С общи усилия е необходимо дестинацията Елин Пелин и Лесковац да бъде позиционирана като дестинация за кратки ваканции, базирани на фестивали, гастрономия и други бизнес и съдържания. Тези действия се реализират чрез стратегически задачи, разделени на три взаимосвързани звена: Маркетингова инфраструктура, маркетингова комуникация и продажби и система за комерсиализация. Тези стратегически задачи се доразвиват чрез инициативи с различни приоритети. Заедно те формират маркетингово действие, което е във функция на обща визия и стратегически цели.

Развитие на маркетинговата инфраструктура: по същество това е процес на създаване на желания имидж на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац, т.е. дефиниране на неговата конкурентна идентичност. Изображението представлява важна отличителна способност на дестинацията, т.е. същността на нейната стойност, която ръководството успя да използва, за да създаде благоприятна пазарна позиция. Резултатът е възприемането на съществуващите и потенциалните посетители за предимствата и преживяванията, които дестинацията предоставя в сравнение с конкурентните дестинации. Уважителният имидж и репутация осигуряват създаването на туристическо удовлетворение, връщането им към дестинацията, разпространяването на положителни нагласи към нови продукти и марки на съществуващите и новите пазари. Степента на туристическо удовлетворение е най-важният резултат от имиджа на дестинацията и представлява субективна оценка на възприеманото цялостно преживяване във връзка с очакванията и възприетията за характеристиките на дестинацията.

Туристите възприемат всяка дестинация като марка, съставена от множество продукти и услуги. Първоначалните им възприятия за дестинацията се формират въз основа на предишен опит, усна пропаганда (информация от други туристи) и търговски източници. Образът на дестинацията се състои от два свързани компонента: перцептивна (когнитивна) оценка, която се отнася до знанията и вярванията на индивидите (туристите) и емоционална оценка, която се отнася до чувствата на индивидите към конкретна дестинация. Заедно тези компоненти създават имидж за туриста, който е основата за бъдещи покупки и избор. Възприятията на потребителите се формират в зависимост от идентичността на дестинацията и маркетинговите стратегии на притежателите на туристическото предложение. Дестинациите Елин Пелин и Лесковац предлагат различни преживявания, които трябва да бъдат структурирани по начин, който позволява на пазара да позиционира по-лесно Елин Пелин и Лесковац като туристически дестинации. Туристическите продукти трябва да бъдат лесно разпознаваеми със специална идентичност (ново лого, търговска марка, девиз). Новата марка трябва да се разбира като възможно най-високата стойност за предлаганата цена. Стойността на марката произтича от възприятието на потребителите по начин, който развива възприемането на Елин Пелин и Лесковац като туристически дестинации с добро качество и стойност. Качеството и стойността се постигат чрез координирана промоция, добро представяне на културно-историческите забележителности и опазване на околната среда. Бъдещата марка трябва да представлява уникален набор от преживявания, чувства, ползи и образи, които създават разпознаване на пазара и връзка с гостите. Той трябва да бъде ясно разграничен от конкуренцията и, с развита ценностна система, трябва да има сложна визуална идентичност. След като марката е създадена, е необходимо да се управлява професионално, да се осигури последователна комуникация и тон на комуникация, правилно прилагане на марката и визуални стандарти съгласно определени критерии. Необходимо е да се преразгледат съществуващите материали и да се установи дали има съществени припокривания на материали между отделните градове, общини и дестинации. Необходимо е да се хармонизират всички материали (визуално, съдържателно и информативно), като същевременно се зачитат новосъздадените марки и тяхното приложение. Необходимо е да се централизират всички материали, за които има смисъл, защото те популяризират подобни ресурси, атракции или продукти. Одитът трябва да идентифицира видовете публикации, които трябва да бъдат изхвърлени и тези, които трябва да бъдат запазени и подобрени. След одита е необходимо да се определят изискванията за нови видове печатни материали. Някои от тях могат да бъдат каталози, брошури или ръководства (вино и гастрономия, събития, култура, кратки почивки и др.). Уебсайтът е първият контакт на потенциален гост с дестинацията и възможност за вдъхновение и информиране на всеки посетител. Съдържанието на добрия туристически обект трябва да бъде релевантно, информативно и актуално, като същевременно е важна формата, в която е представен. Споделеният уеб сайт трябва да бъде интерактивен, визуално ясен и интуитивен, трябва да осигурява лесно придвижване през структурата и съдържанието и трябва да поддържа достъп от мобилни устройства. Сайтът трябва да бъде централно място за вдъхновение и предоставяне на цялата подходяща информация, както и място, от което по-късно, в зависимост от интереса, гостът може да отиде до други, свързани уебсайтове на доставчици на услуги, атракции и активно присъствие в социалните мрежи. С популярната и повсеместна Facebook страница е необходимо да вдъхновявате гостите със снимки и видео съдържание. Профилът в Instagram и канал в YouTube са двата най-подходящи модела на вдъхновение в това отношение. Социалните мрежи са канали за информация, създаване на съдържание и ангажиране на потребителите. Те дават възможност за бърза и персонализирана комуникация, но също така и за изпълнение на специфични маркетингови кампании. Комуникацията чрез социалните мрежи трябва да бъде постоянна, вдъхновяваща, уместна и да насърчава ангажираността на гостите и споделянето на съдържание. За да създадете съдържание, е необходимо да създадете блог, който ще бъде основното място за вдъхновение. Блогът е написан и редактиран от местните жители и те пишат по различни теми по интересен, иновативен, креативен и забавен начин. Блогът предоставя цялата подходяща информация, която създава информираност за дестинацията, вдъхновява гостите и ги кара да искат да посетят дестинацията. Съдържанието може също да се използва и споделя чрез социални мрежи, което увеличава видимостта и обхвата на пазара. Необходимо е да се създаде атрактивна база данни с мултимедийно съдържание на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац.

Важно е да се вземат предвид марката и нейните атрибути, туристическите атракции, продуктите и опитът на региона. Мултимедийното съдържание трябва да бъде не само презентация на офертата и сценографията, но и да предизвиква емоции и преживявания. Необходимо е постоянно да се обогатява споменатата база, както и да се използва при популяризирането на отделни дестинации.

Развитие на маркетинговата комуникация: За да се намали възможността за грешка, е важно да се определи кои пазари имат най-голям потенциал за настоящото и бъдещото портфолио от туристически продукти в Елин Пелин и Лесковац. Целта е по-добре да се опознаят навиците и нуждите на туристите от ключовите пазари, което ще повлияе върху промяната на средния профил на госта, така че и двете дестинации започват да привличат гости, които носят повече доходи. Чрез събиране на подходяща и свежа количествена и качествена информация за туризма на двете дестинации (характеристики на търсенето и предлагането, конкуренция, посредници, възприятие на гостите, тестване на образа и др.), както и друга информация, важна за развитието и популяризирането на туризма като цяло и/или отделни продукти, се подобрява собствена информационна система. За тази цел е необходима постоянна комуникация и сътрудничество на ключови туристически участници от дестинациите Елин Пелин и Лесковац. И двете дестинации имат силна нужда да разработят професионална комуникационна стратегия и тактики, свързани с целевите сегменти и стратегическите пазари. Понастоящем дестинациите нямат разпознаваемост и осведоменост за дестинации извън регионалната и националната рамка. В следващия период е необходимо професионално управление на връзките с обществеността на стратегически и приоритетни пазари, за да се създаде осведоменост и да се повлияе на имиджа на дестинацията. Тук е необходимо да се съсредоточим върху журналисти, които отразяват общи, но и специализирани теми, свързани с определени туристически продукти. Необходимо е да се гарантира, че се изпращат последователни съобщения и че изображението е свързано с вече известни марки. Специално внимание трябва да се обърне на контрола и еднаквостта на онлайн съдържанието (блогове, мултимедийно съдържание, социални мрежи и др.), както и на въпроси, свързани със събития (тяхната интернационализация и навременна промоция) и предлагане на продукти (разпознаваемост, диференциация).

Развитие на система за продажба и комерсиализиране: Успешно управляваните туристически дестинации привличат бъдещи инвеститори и с тяхното развитие подобряват имиджа на дестинацията, а оттам и качеството на живот на местното население. Туристическата зона на Елин Пелин и Лесковац се нуждае от подкрепа и лостове за активно управление на туризма по устойчив и конкурентен начин. Процесът на намиране на оптималния модел на управление на туристическата дестинация Елин Пелин и Лесковац би включвал съвместен подход на всички ключови участващи субекти от частния и публичния сектор, свързани с развитието на туризма и в двете дестинации. Съвместната работна група по туризъм, създадена чрез проекта Магия на синергиите, може да послужи като отправна точка за развитието на организация за управление на дестинации. Целта на тази организация е да помогне на туристите и посредниците в разбирането на дестинацията, привличането на дестинацията, както и в посредничеството към крайните доставчици на продукти и услуги. Бизнес срещите (B2B) между различни участници във веригата на стойността на туризма са чудесна възможност за повишаване на осведомеността относно офертата на дестинацията. Заедно с туристическите фактори е възможно да участвате в панаири по интереси с ясен план и цели. Необходимо е съвместно да подготвим справедлив външен вид и да убедим бизнес партньорите в чужбина за ключовите атрибути на туристическата дестинация и професионалната бизнес култура на местните партньори. Желателно е да се създадат атрактивни екскурзионни предложения, т.е. тестване на туристически продукти, които се предлагат на агенции и туроператори.

Таблица 16. Преглед на маркетинг действия

Област на действие	Действие
Маркетингова инфраструктура	Създаване на марка и имидж
	Изграждане на база данни
	Банка от снимки и филми
Система на продажба и комерсиализиране	Развитие на съвместен портал
	Туристически панаири
	Директен маркетинг
	Наръчник за продажби
	Пътувания и обиколки за журналисти и организатори на пътувания
	Промоционални продукти
	Семинари "Изследвайте Елин Пелин и Лесковац"
Система за комуникация	Публикации
	Публичност - реклама
	Промоционален пакет
	Промоционален каталог
	Програма или наръчник за събития
Вътрешен маркетинг	Семинари за развитие на продуктите и пакетите
	Въвеждане на организация и мониторинг
	Вътрешна промоция

5.3 План за действие

Планът за действие е короната на целия процес на планиране на устойчивото развитие на туризма в дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Този план е ръководство за динамиката, ключовите задачи и отговорности на отделните участници, участващи в подготовката и изпълнението на съвместната стратегия. Планът за действие представлява стъпка напред в развитието на стратегическите ангажименти, изложени в Съвместната стратегия. Този подход е необходим, за да се видят ясно начините за постигане на стратегически цели. Планът за действие е отражение на изразените нужди и намерения на ключовите участници в развитието на туризма, участвали в неговото развитие. Планът за действие, представен в следващата таблица, е резултат от работата и ангажираността на Съвместната работна група по туризъм.

Таблица 17. План за действие

№	Проект/ Действие	Носител на проекта и партньори	Време/Период	Източник на финансиране	Бюджет на проекта (ЕУР)	Показател
1	Приоритет 1. Развитие на съвместни туристически продукти					
1.1	Стратегическа цел 1.1: Подобрене на сътрудничеството с туристическите участници посредством развитие на съвместни туристически продукти					
1.1.1	Подкрепа за взаимно обучение, работа в мрежа и разпространение и популяризиране на добри практики и методологии в областта на устойчивия туризъм - Годишни срещи на Съвместната работна група по туризъм	Съвместна работна група по туризъм	2021-2026	Община Елин Пелин Град Лесковац ТОЛ	/	Брой на проведени срещи
1.1.2	Експлоатация на синергия, свързваща фестивала: Организиране на гастрономическия фестивал "Лесковашка скара" в Елин Пелин	Община Елин Пелин ТОЛ	2021-2026	Община Елин Пелин ТОЛ	/	Брой туристи/ посетители
1.1.3	Експлоатация на синергията, свързваща фестивала: Организиране на фестивала "Шопски фолклорен ден" в Лесковац.	ТОЛ Община Елин Пелин	2021-2026	ТОЛ Община Елин Пелин		Брой туристи/ посетители
1.1.4	Намаление сезонността на туризма и развитие на целогодишен туризъм: Туристически продукт: Лесковашки уикенд	Организатори на пътувания	2021-2026	Съвместни достъпни фондове в ЕС	20000	Брой туристи
1.1.5	Намаление сезонността на туризма и развитие на целогодишен туризъм: Туристически продукт: Шопски уикенд	Организатори на пътувания	2021-2026	Съвместни достъпни фондове в ЕС	20000	Брой туристи
1.2	Стратегическа цел 1.2: Съгласуване и туристически оферти според пазарните изисквания					

№	Проект/ Действие	Носител на проекта и партньори	Време/Период	Източник на финансиране	Бюджет на проекта (ЕВР)	Показател
1.2.1	Създаване на съвместни туристически продукти – Пътищата на традицията	Град Лесковац, Община Елин Пелин	2021-2026	Twining town; Българското посолство в Сърбия Сърбији; Фондове на ЕС.	50.000,99	Брой туристи
1.2.2	Създаване на съвместни туристически продукти – Дни на спържата	Организатори на пътувания	2021-2026	Съвместни достъпни фондове в ЕС	30000	Брой туристи
1.2.3	Професионално образование и усъвършенстване на уменията в гостилничарството и туризма.	Община Елин Пелин	2021-2026	Съвместни достъпни фондове в ЕС	10000	Брой проведени семинари/ обучения
1.2.4	Завършване на строителството и пускане в експлоатация на здравни пътеки около езерото Огняново и по дефилето на Вучянка.	Община Елин Пелин Град Лесковац	2021-2023	Съвместни достъпни фондове в ЕС	/	Брой туристи
2	Приоритет 2. Съвместен Заеднички маркетинг и промоция					
2.1	Стратегическа цел: 2.1 Подобрение на популяризирането на дестинациите на Елин Пелин и Лесковац и съвместните туристически продукти и Лесковац					
2.1.1	Развитие на съвместна маркетингова стратегия и маркетингови инструменти за промоция на туристическите продукти.	Община Елин Пелин ТОЛ	2021-2023	Съвместни достъпни фондове в ЕС	33000	Брой потребители
2.1.2	Разработване и актуализиране на мобилно приложение и интерактивен туристически уебсайт за всички атракции	Община Елин Пелин ТОЛ	2021-2023	Община Елин Пелин ТОЛ	/	Брой потребители
2.1.3	Разработване и актуализиране на интерактивни цифрови информационни точки и интерактивни системи за интерпретация чрез QR кодове (видео, аудио, туристическа информация и др.) За всички икономически жизнеспособни атракции	Община Елин Пелин ТОЛ	2021-2023	Община Елин Пелин ТОЛ	/	Брой потребители
2.1.4	Съвместна промоция на международни регионални и местни събития и състезания	Град Лесковац, Община Елин Пелин	2021-2026	Съвместни достъпни фондове в ЕС	10000	Брой на проведени промоции

6. Наблюдение и оценка

Мониторингът на Съвместната Стратегия е непрекъснато събиране на данни за изпълнението на отделни проекти в този стратегически документ, основаващо се на предварително известен план за дейности, който включва неговото времево и пространствено измерение. Мониторингът е непрекъснат анализ на напредъка на съвместната стратегия за постигане на планираните цели. Терминът мониторинг се определя като събиране, обработка и анализ на цялата информация за физическия и финансов напредък на даден проект за постигане на стратегически цели. Той осигурява на вземащите решения в изпълнението на политиката за развитие, да получават непрекъснато обратна връзка за изпълнението на програми и проекти или резултатите от тяхното изпълнение. Той дава възможност за идентифициране на действителни или потенциални успехи, т.е. проблеми, достатъчно рано, за да се приложат необходимите промени и корекции в рамките на самите програми и проекти, т.е. тяхното изпълнение. Процесът на мониторинг е задължителна част от изпълнението на Стратегията, както и изготвянето на редовни годишни отчети на структурите, които извършват мониторинг. Оценката на Съвместната Стратегия е периодична оценка на нейното значение, въздействие и ефективност по отношение на предварително определени стратегически цели и индивидуални действия. Той преглежда съдържанието на отделни проекти и дейности, чрез които се изпълнява целият план, и прави заключения относно успеха на тяхното изпълнение. От друга страна, целта на оценката е да се направи систематична и, доколкото е възможно, обективна оценка на текущ или завършен проект, програма или политика, тяхното проектиране, изпълнение и резултати. Намерението е да се оцени уместността и постигането на целите, ефективността на развитието, ефективността, въздействието и устойчивостта. Мониторингът и оценката са допълнителни инструменти за управление. Важно е да се прави разлика между показателите за наблюдение и оценка. Индикаторите за мониторинг предоставят информация за това как да се използват ресурси, суми за подкрепа, брой потребители и т.н. По този начин индикаторите за мониторинг, и по-специално индикаторите за вход и изход, позволяват изготвянето на доклади за използването на ресурсите и изпълнените дейности. Показателите за оценка се отнасят предимно до показателите за изпълнение и въздействие, тъй като оценката се извършва след мониторинг. Оценката предоставя картина на ефектите от мерките за подкрепа и се концентрира върху анализа на ефективността на самата система за подкрепа по отношение на постигането на стратегически цели. Друг потенциален аспект на оценката е оценката на уместността, ползите (съвместимост на ефектите с действителните нужди) и устойчивостта (очаквания, свързани с дългосрочни ефекти или въздействие на отделни действия).

6.1 Показатели за устойчиво развитие на туризма

Показателите помагат за проследяване на напредъка към поставените цели на съвместната стратегия. Добрият индикатор дава информация, която е лесна за разбиране и съдържателна. Такава информация може да помогне на мениджърите да разберат ситуацията и да вземат решения за по-нататъшни действия. Определянето и използването на показатели за устойчив туризъм беше специална тема по време на подготовката на този документ и беше обсъдена по време на четвъртия семинар в процеса на стратегическо планиране. Участниците в семинара обсъдиха показатели, които ще наблюдават изпълнението на Съвместната стратегия, като са наясно с факта, че избраните показатели трябва да показват: състоянието на туристическата индустрия (напр. Удовлетвореност на туристите), натиск върху системата (напр. недостиг на вода, процент на престъпност), въздействието на туризма (напр. въздействие върху общностите, обезлесяване), обхват на управление (напр. почистване, замърсяване на дестинациите), ефекти от управленските действия (напр. промяна в нивата на замърсяване, брой завръщащи се туристи). Използването на такава система от показатели би осигурило предотвратяване на вредни ефекти, както и би осигурило основа за дългосрочно планиране и анализ на туризма. При изготвянето на Стратегията и определянето на показателите беше взето предвид, че те са в съответствие със сравнителните показатели за устойчив туризъм на Европейския съюз, които са класифицирани в пет групи: икономическите показатели показват икономическите ефекти от туризма в туристическо място или площ; туристическо удовлетворение означава степента на туристическо удовлетворение от качеството на предоставяните туристически съоръжения и услуги и

тяхното мнение за привлекателността на ресурсите, състоянието на околната среда и социално-културните характеристики на рецептивното място; социалните показатели отразяват социалната цялост на местната общност от гледна точка на субективното благосъстояние на местното население в туристическия регион или място; културните показатели изразяват степента на запазване на културната идентичност на местната общност под влиянието на туристи, които идват от райони с различни културни характеристики; показателите за състоянието на околната среда трябва да предоставят картина на състоянието на околната среда и въздействието, което туризмът има върху отделните природни ресурси. Участниците в семинара по стратегическо планиране, членове на Съвместната работна група по туризъм, анализираха списъка с показатели за наблюдение на устойчивостта на дестинациите Елин Пелин и Лесковац. Този списък е хармонизиран с европейската система от показатели за туризъм в устойчиви дестинации. След дискусиата членовете на Съвместната работна група по туризъм приеха списък с 10 показателя на четвъртия семинар по стратегическо планиране, който ще се наблюдава в туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Този списък е показан в таблицата по-долу.

Таблица 18. Показатели от Съвместната Стратегия

№	Критерий за устойчивост	Име на показателя	Мерна единица
1	Управление на дестинацията	Удовлетвореност на клиентите: Процент посетители, които са доволни от цялостното си преживяване на дестинацията	%
2	Икономическа стойност Економска вредност	Туристически поток в дестинацията: Брой туристически нощувки.	Брой
3		Туристически поток в дестинацията: Ежедневна консумация на турист (настаняване, храна и напитки, други услуги)	EUR/ден
4		Верига за доставки на туризъм: Процент туристически предприятия, които активно предприемат стъпки за набавяне на местни, устойчиви стоки и услуги.	%
5		Количество и качество на заетостта: Директна заетост в туризма като процент от общата заетост	%
6		Представяне на туристическо предприятие: Средна продължителност на престоя на туристите	ден
7		Социално и културно въздействие	Въздействие върху общността/обществото: Брой туристи/посетители на 100 жители
8		Равенство / достъпност: Процент търговско настаняване, достъпно за хора с увреждания	%
9	Влияние върху околната среда	Управление на твърдите отпадъци: Количеството генерирани отпадъци според дестинацията	t/гражданин
10		Защита на ландшафта и биологичното разнообразие: Процент на дестинациите (площ в км ²), определени за защита	%

Участниците в семинара по стратегическо планиране, членове на Съвместната работна група по туризъм също подчертаха значението на редовното измерване на показателите и се съгласиха да ги наблюдават ежегодно, за да могат да се правят сравнения и да се наблюдават тенденциите. Внимава се да се гарантира, че показателите са прости и разбираеми и лесно достъпни, така че беше взето решение да се възползват максимално от съществуващите публично достъпни източници на данни. Що се отнася до видовете показатели, те се определят за различни нива на оценка (входни параметри/ресурси, изходни параметри, резултати, въздействие). Те също така ще бъдат представени в качествена или количествена форма, всяка от които предоставя различна перспектива и поглед върху оценката. Източниците на показатели, в допълнение към официалната статистика на национално и местно ниво, за да се разбере по-добре настоящата ситуация и да се вземат правилните решения, са проучвания, доклади от семинари на фокус групи и др.

6.2 Институционална и организационна инфраструктура

Изпълнението на Съвместната Стратегия се основава на комбинация от план за действие, организационна структура и участие на туристическите участници. Съвместният управителен съвет на проекта и Съвместната работна група по туризъм формират институционалната рамка за разработването и приемането на съвместната стратегия. Основната функция на Съвместния управителен съвет е да наблюдава изпълнението на проекта, финансовите операции и устойчивостта на проекта. Също така, тази комисия е отговорна за приемането на създадените политики за развитие на устойчив туризъм. Членовете на Съвместния управителен съвет са представители на партньорите по проекта и град Лесковац. Съветът се състои от 6 членове, 3 от България и 3 от Сърбия.

Съвместната работна група по туризъм

Съвместен управителен съвет на проекта с представители от:

Община Елин Пелин
Град Лесковац
Туристическа организация
Лесковац
Центъра за развитие на областите
Ябланица и Пчиня

Съвместната работна група за развитие на туризма се състои от туристическите участници от Елин Пелин и Лесковац. Структурата на Съвместната работна група за развитие на туризма се състои от: Организатори на пътувания (3); Услуги за настаняване (5); Институции и организации за подкрепа: местно самоуправление; музеи; културни центрове; организации за подкрепа на бизнеса; образователни институции; неправителствени организации (12). Общият брой на членовете е 20, 10 представители на организации от двете страни, подписали споразумението за създаване на Съвместна работна група за развитие на туризма, и по този начин изразиха интерес и ангажимент да участват в работата на тази работна група. На последния семинар за стратегическо планиране бяха дефинирани и приети механизъм за координация и система за мониторинг и оценка на постигането на целите на Съвместната Стратегия. Съвместната работна група ще представлява органа, който ще наблюдава и проследява Съвместната Стратегия. Този орган ще заседава веднъж годишно, за да оцени напредъка в прилагането на Съвместната Стратегия.

Съвместният управителен съвет по проекта се състои от 6 представители на община Елин Пелин, град Лесковац, Туристическата организация на град Лесковац и Центъра за развитие на областите Ябланица и Пчиня. Задълженията и отговорностите на този съвет произтичат отчасти от задълженията и отговорностите, които са част от проекта, в рамките на който е сформиран, и отчасти от обхвата на работата на организациите, съставляващи този управителен съвет. Обхватът на работата на организациите-членки на Съвместния управителен съвет е особено важен в частта за наблюдение и наблюдение на изпълнението на Съвместната Стратегия. В тази връзка по-долу е даден подробен преглед на организациите - членове на Съвместния управителен съвет.

Община Елин Пелин: Община Елин Пелин е създадена през 1978 г. с Указ №. 2294. Счита се, че селището съществува повече от 550 години. Туризмът е ключът към местната икономика благодарение на благоприятната природна среда, наличието на заведения за хранене и утвърдената практика за предоставяне на туристически услуги през летния сезон. Структурата на общинската администрация се състои от: Политическият кабинет, оглавяван от кмета, заместник-кметове, ръководители на общинска администрация, президенти на населени места и вице-президенти. Администрацията се състои от секретаря, финансовия контролер и главния архитект. Освен това има обща администрация и специализирана администрация с отдели за: Пространствено планиране и строителство; инвестиции, строителство и транспорт; Европейски политически програми и проекти; Образование, хуманитарна и социална работа; Екология; Данъци и такси; Държавна администрация.

Град Лесковац: Решението за градската администрация на град Лесковац регламентира организацията и обхвата на работата на Градската администрация на град Лесковац (по-долу: Градската администрация), начина на управление на градската администрация, публичността и други въпроси, свързани с Градската администрация. Градската администрация изпълнява първоначалните задачи на град Лесковац като единица за местно самоуправление, определени от Конституцията, закона, Устава и други разпоредби. Градската администрация изпълнява и задачи, поверени от закона в рамките на правата и задълженията на Република Сърбия. Градската администрация: 1. подготвя проекти на наредби и други актове, приети от Общото събрание, кмета и Общинския съвет; 2. изпълнява решения и други актове на Общинското събрание, кмета и Общинския съвет; 3. решава в административното производство на първа инстанция правата и задълженията на граждани, фирми, институции и други организации по административни въпроси от компетентността на града; 4. осъществява административен надзор върху изпълнението на наредби и други общи актове на Общинското събрание; 5. изпълнява закони и други разпоредби, чието изпълнение е поверено на Град; 6. изпълнява професионални и други задачи, определени от Общото събрание, кмета и Общинския съвет, и 7. изпълнява други задачи, определени със закон, актове на органите на града и други нормативни актове. В рамките на Градската администрация се формират организационни единици за изпълнение на свързани задачи, които могат да бъдат основни, специални и по-тесни организационни единици. Отделите се формират като основни организационни звена за изпълнение на свързани, административни, професионални и други задачи в Градската администрация. Отделите се формират според вида, взаимосвързаността и обхвата на работата, изпълнението на които осигурява ефективна и хармонизирана работа в областта, за която са сформирани. Оформят се специални организационни единици за работни места, които изискват прилагането на специални методи и знания и свързаните с тях ръководни длъжности, както и работни места, които по своя характер или обхват изискват по-голяма независимост. Ако естеството и обхватът на работата изискват това, тесни организационни единици могат да бъдат сформирани в рамките на основните организационни единици: секции и в отдела на групата. В рамките на основната организационна единица могат да бъдат създадени офиси за изпълнение на определени задачи от компетентността на Градската администрация, особено във връзка с упражняването на правата на гражданите, прилагането на младежката политика и местното развитие. В градската администрация се формират следните основни организационни единици: Департамент по финансите; Департамент за обща администрация и съвместни въпроси; Департамент по социални въпроси и местно развитие; Департамент по урбанизъм; Отдел за комунално-жилищни въпроси, трафик и инфраструктура; Отдел по имуществено-правни въпроси и собственост; Отдел за инспекционни работи; Департамент по икономика и земеделие; Департамент по опазване на околната среда; Отдел обществени поръчки; Отдел по въпросите на Градското събрание и Общинския съвет; Отдел за обслужване на гражданите - Градски център за обслужване и Отдел за комунална полиция.

Туристическа организация на Лесковац (ТОЛ): Туристическата асоциация "Никола Скобалич" е основана в Лесковац в началото на 60-те години, от която се формира Туристически съюз на община Лесковац, а през 1995 г. е организирана Туристическата организация на община Лесковац. Институцията прераства в Туристическа организация на град Лесковац, като получава статут на град. Туристическата организация Лесковац е основана през 1995 г. от Общинското събрание на Лесковац като публично образувание с основна цел да популяризира туристическите ценности на града, за да бъде ясно на туристическата карта на Сърбия. Мисията е да позиционира Лесковац на вътрешния и международния пазар като сърцето на Южна Сърбия, мултиетнически град, богат на култура, успокояваща природа, гостоприемни хора, оживен нощен живот, отлична кухня и атракции в изобилие. В допълнение към промоцията, Туристическата организация на Лесковац трябва да извършва дейности, свързани с развитието, опазването и защитата на туристическите ценности на територията на Лесковац. Също така ТОЛ предоставя на посетителите в Лесковац информация за капацитет за настаняване, актуални събития в града, ресторанти и тяхната оферта и др. ТОЛ ежегодно организира десетки събития и прояви като Седмицата на скарата в Лесковац, Лесковашко лято, Карнавалът в Лесковац, Изложбата на сувенири, Фестивал на уличния театър; фестивал на детското творчество; Drum Dum Fest; фестивал на традиционното изкуство и др.

Тези фестивали се посещават ежегодно от над един милион души. Освен това ТОЛ реализира информативна реклама и осведомяване (туристически пътеводители, туристически карти, книги, пощенски картички, сувенири и др.).

Центърът за развитие на областите Ябланица и Пчиня е компания с нестопанска цел, която е основана през 2006 г. за извършване на дейности в областта на регионалното развитие и предоставяне на подкрепа за микро, малки и средни предприятия и предприемачи. По своята правна същност Центърът е акредитирана Агенция за регионално развитие. Съвместната стратегия е документ за планиране за устойчиво развитие на туристическите дестинации Елин Пелин и Лесковац. Като се има предвид, че стратегическото планиране е непрекъснат процес, т.е. непрекъснат поток от подготовка и изпълнение на проекти, всяка негова фаза е от решаващо значение за постигане на визията за развитие и постигане на поставените стратегически цели. Следващите стъпки след приемането на проекта от Съвместния управителен съвет са: 1) Прилагане на Съвместната Стратегия - изпълнение на проекта; 2) Контрол/мониторинг на изпълнението на Съвместната Стратегия и 3) Преразглеждане и периодично хармонизиране на Съвместната Стратегия. Механизмът за прилагане на Съвместната Стратегия е сложна задача, която изисква добра координация и координация с по-широк кръг от заинтересовани страни. Преглед на ангажиментите и отговорностите за наблюдение на оценката и периодичен преглед на съвместната стратегия е даден по-долу.

Компетентен орган/ Организация	Описание на ангажиментите и отговорностите
Съвместна работна група по туризъм	<ol style="list-style-type: none"> 1. Провежда срещи поне веднъж годишно и оценява напредъка и нивото на изпълнение на дейностите от Съвместната стратегия 2. Изменя плана за действие. 3. Прави преглед на Съвместната Стратегия. Нормалният годишен одит е актуализация на плана за действие, ако промените в обстоятелствата не изискват промяна в целите. В случай на непредвидени обстоятелства (като пандемията на COVID-19), одитът ще включва преглед и възможна промяна/корекция на целите на приоритетите и действията. Съвместната работна група по туризъм има мандат да преразглежда и, ако е необходимо, да коригира Съвместната Стратегия в съответствие с процедурата, която тя приема.
Съвместен управителен съвет	<ol style="list-style-type: none"> 1. Провежда срещи поне веднъж годишно и приема доклади за изпълнението на съвместната стратегия. 2. Взема мерки и взема решения относно изпълнението на Съвместната Стратегия.
Община Елин Пелин	<ol style="list-style-type: none"> 1. Всяка втора година организира срещи на Съвместната работна група по туризъм 2. Осигурява присъствието на членове на Съвместната работна група по туризъм на годишните срещи в Лесковац. 3. Оказва подкрепа за реализиране на целите от Съвместната Стратегия. 4. Събира и анализира показатели за устойчиво развитие на туристическата дестинация Елин Пелин.
Град Лесковац	<ol style="list-style-type: none"> 1. Всяка втора година организира срещи на Съвместната работна група по туризъм. 2. Осигурява присъствието на членове на Съвместната работна група по туризъм на годишните срещи в Елин Пелин. 3. Оказва подкрепа за реализиране на целите от Съвместната Стратегия.
Туристическа организация на град Лесковца	<ol style="list-style-type: none"> 1. Събира и анализира показатели за устойчиво развитие на туристическата дестинация Лесковац. 2. Свикване на годишни срещи на Съвместната работна група по туризъм и Съвместния управителен съвет по проекта.

	<ol style="list-style-type: none"> 3. Подготвя материали за работата на представителите на Съвместната работна група и представителите на Съвместния управителен съвет по проекта. 4. Изготвя годишен доклад за изпълнението на Съвместната Стратегия
<p>Център за развитие на областите Ябланица и Пчиня</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Улеснява годишните срещи 2. Изготвя протоколи и доклади от заседанията на Съвместната туристическа група и Съвместния управителен съвет по проекта.

7. Литература

- 1) DG Enterprise and Industry. European Tourism Indicator System – Toolkit for Sustainable Destinations, 2013.
- 2) Dražić G. Održivi turizam. Fakultetu za turistički i hotelijerski menadžment. Beograd, 2018.
- 3) Eurostat -Tourism Database (<https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>) and OECD -Tourism Database (<https://stats.oecd.org>)
- 4) Fennel, D., Ecotourism: An introduction, Routledge, London 1999.
- 5) Jovičić, D. Turizam i životna sredina - koncepcija održivog razvoja, Zadužbina Andrejević, Beograd 2000.
- 6) Horwath Consulting Zagreb. Plan konkurentnosti i strateški marketing plan (2006).
- 7) Marketing strategy for promoting the business potential of the Bulgaria – Serbia cross-border region. Project REVIVAL (2007CB16IPO006-2011-2-95).
- 8) Municipal Development Plan of Elin Pelin Municipality 2014-2020.
- 9) National Statistical Institute. Trips of Bulgarian Residents Abroad and Arrivals of Visitors from Abroad to Bulgaria in September 2020- Press release. Sofia 2020.
- 10) Popesku J. Menadžment turističke destinacije. Univerzitet Singidunum. Beograd, 2011.
- 11) Regional Waste Management Program of the Gorna Malina Region 2016 - 2020.
- 12) Regulation on the establishment of unique list of development of regions and local self-government units for 2014 ("Official Gazette of RS" No. 104/2014)
- 13) Sharpley, R., Tourism and Sustainable Development: exploring the theoretical divide, Journal of Sustainable Tourism, No. 8, 2000
- 14) Stojanović V. Turizam i održivi razvoj Univerzitet u Novom Sadu. Prirodno-matematički fakultet- Departman za geografiju, turizam i hotelijerstvo. Novi Sad, 2011.
- 15) Unwto. A Practical Guide to Tourism Destination Management, Madrid, 2007.
- 16) UNWTO. Tourism in the 2030 Agenda <https://www.unwto.org/tourism-in-2030-agenda>
- 17) Vujović C., Cvijanović D., Štetić S. Monografija Destinacijski Koncept razvoja Turizma Institut za ekonomiku poljoprivrede Beograd 2012.
- 18) World Travel & Tourism Council: Travel & Tourism - Global Economic Impact & Trends 2020
- 19) Град Лесковац. Програм развоја туризма града Лесковца са акционим планом 2020-2025 Лесковац август 2021.
- 20) Категорисани објекти Србија - децембар 2020
- 21) Министерство на туризма. Меѓународен туризъм – Българија.
- 22) Просторни план града Лесковца (Службени гласник града Лесковца 12/11)
- 23) Републички завод за статистику. Општине и региони у Републици Србији, Београд 2020.
- 24) Стојановић Р. Увод у туризам Висока пословно-техничка школа струковних студија. Ужице, 2016
- 25) Судимац Мратиновић Д. и Миленковић Г. Дијагноза вредносних ланца у туризму -прекогранично подручје Елин Пелин Бугарска и Лесковац Србија. Пројект Магија Синергије (№ СВ007.2.12.002) у оквиру Интеррег - ИПА програма прекограничне сарадње Бугарска-Србија 2014-2020.Центар за развој Јабланичког и Пчињског округа. Лесковац 2021.
- 26) Цветковић Ј., Тасић Д., Стаменковић П., Анђелковић Ж. Капацитети и конкурентност туристичке привреде Јабланичког округа (студија), Центар за развој Јабланичког и Пчињског округа, Висока пословна школа Лесковац, Лесковац, 2017.

Интернет източници:

Агенција за привредне регистре	https://www.apr.gov.rs/
EUROSTAT база података	https://ec.europa.eu/eurostat/
Интернет база пословних субјеката	www.pkspartner.rs
Национални статистички институт Бугарске	https://www.nsi.bg/en
Бизнес каталог – општина Елин Пелин	http://map.elinpelin.org
Републички завод за статистику Србије	https://data.stat.gov.rs/
EUR-Lex	https://eur-lex.europa.eu/
The T4SDG Platform	http://tourism4sdgs.org/