

**Interreg
Europe**



Co-funded by
the European Union

TOURBO

Оценка на Областната стратегия за развитие на туризма в област Враца 2021–2027

Оценката на Областната стратегия за развитие на туризма в област Враца 2021-2027 се изготвя във връзка с изпълнението на проект „Стимулиране прехода на ММСП в туризма към зелена и дигитална трансформация“ (TOURBO),
Програма ИНТЕРРЕГ ЕВРОПА 2021 – 2027

Този проект е финансиран с подкрепата на Европейската комисия. Тази публикация отразява само възгледите на автора и Комисията не носи отговорност за каквото и да е използване на информацията, съдържаща се в нея. Възпроизвеждането е разрешено при посочване на източника.

I. Общ контекст

Стратегията е разработена с визия за балансирано развитие на туризма чрез оптимално използване на природни и културни ресурси, включване на местни общности и принос към икономическото развитие. Въпреки това, настъпили събития след 2021 г. (пандемията, ускорената дигитализация, климатичните предизвикателства, ЕС политики за зеления и дигитален преход) поставят нови изисквания към регионалното планиране.

II. Силни страни на Стратегията

- Добре формулирана **визия и цели** (икономическо развитие, социална кохезия, културна идентичност).
- Отчитане на богатите природни и културни ресурси (Врачански Балкан, Леденика, културно-историческо наследство).
- Включване на **местните общности и институции** като ключови партньори.
- Баланс между икономически, социални и културни приоритети.

III. Слаби страни и недостатъци

1. Дигитална трансформация

- Липсват конкретни мерки за дигитализация на туристическия сектор.
- Няма систематичен подход за използване на VR/AR, онлайн резервации, маркетинг чрез социални мрежи.

2. Зелена трансформация и климатична устойчивост

- Слабо застъпени механизми за намаляване на въглеродния отпечатък на туризма.
- Не са предвидени „зелени протоколи“ за събития и масови прояви.
- Липсват инструменти за мониторинг на екологичното въздействие.

3. Икономическа диверсификация и МСП

- Недостатъчна подкрепа за малки туристически оператори, фермери и занаятчии за включване в туристическата верига.
- Няма ясни програми за еко-сертифициране на МСП и местни продукти.

4. Работа в мрежа и координация

- Липсва постоянен механизъм за диалог и координация между институции, бизнес, НПО и научни организации.
- Липсва активен орган, който да следи и актуализира стратегията според нови тенденции.

5. Мониторинг и индикатори

- Индикаторите са общи и не дават пълна картина (напр. няма показатели за дигитализация, устойчивост или социална ангажираност).

IV. Нови предизвикателства (2026 –2027)

1. Ускорена дигитализация и нови технологии

След COVID-19 дигиталните инструменти се превърнаха от „добавена стойност“ в основна необходимост. Туристите очакват:

- онлайн резервации и дигитални платежни системи;
- достъп до виртуални турове, 360° видеа, AR/VR преживявания;
- персонализирани препоръки чрез мобилни приложения и AI;
- активна комуникация в социалните мрежи.

В област Враца тези решения все още са на начален етап. Това поставя региона в по-слаба конкурентна позиция спрямо други туристически райони, които вече предлагат дигитални услуги и онлайн маркетинг. Липсата на системна подкрепа за МСП за въвеждане на дигитални практики е сериозно предизвикателство.

2. Зелена трансформация и климатична устойчивост

Европейската „Зелена сделка“ и глобалните климатични промени изискват туризмът да намалява въглеродния отпечатък и да предлага устойчиви практики. За Враца това означава:

- прилагане на екологични стандарти в хотели, заведения и събития (енергийна ефективност, намалена употреба на пластмаса, управление на отпадъците);
- развитие на „бавен туризъм“ и природосъобразни маршрути;
- защита на чувствителни природни обекти (пещери, водопади, местообитания);
- адаптация към климатичните рискове – засушавания, екстремни метеорологични условия, пожари.

В момента тези аспекти са слабо застъпени в Стратегията, а те са ключови за бъдещето на региона.

3. Промяна в търсенето и профила на туристите

Поколението Z и милениалите търсят автентични, дигитално достъпни и устойчиви преживявания. Враца притежава потенциал (планински туризъм, културни маршрути, гастрономия, занаяти), но:

- липсва достатъчно иновативно опаковане на продуктите (например комбинирани пакети с култура, спорт, местни храни);
- сезонността остава изразена (висок сезон пролет–лято, слаба активност зимата);
- „подмладяването“ на туристическите оферти е ограничено – няма достатъчно дигитални кампании, инфлуенсър маркетинг или геймифицирани формати.

4. Демографски и социални предизвикателства

Регионът се сблъсква с намаляващо и застаряващо население, както и с миграция на млади хора към по-големи градове или чужбина.

Това поставя два проблема:

- липса на работна сила в туризма, особено млади и дигитално грамотни кадри;
- риск от загуба на културно наследство и традиции, които не се предават на следващите поколения.

Решението е свързано с по-силна ангажираност на младежи и уязвими групи чрез обучение, доброволчество и стартиращи бизнеси в туризма.

5. Регионална и международна конкурентоспособност

Северозападна България продължава да е сред по-слабо развитите туристически райони в ЕС. Конкуренцията идва както от вътрешни (Банско, Велико Търново, Пловдив), така и от трансгранични дестинации (Сърбия, Румъния).

Враца има уникален потенциал (Стара планина, Ботев поход, културни традиции), но липсата на системен маркетинг и модерна визия пречи да се открие.

Необходими са повече партньорства в рамките на европейски и трансгранични мрежи за споделяне на опит, обмен и съвместни пакети.

6. Недостатъчна координация и институционална свързаност

Стратегията формулира цели, но на практика липсва:

- активен, постоянен орган за координация и мониторинг;
- механизъм за редовно ревизиране на приоритети според новите тенденции;
- ясно разпределение на роли и отговорности между институции, бизнес и НПО.

Това води до риск от фрагментираност на усилията и пропуснати възможности за синергия.

Бихме обобщили предизвикателствата по следния начин :

1. Туризмът в област Враца трябва да се адаптира едновременно към дигиталния и зеления преход.
2. Нужна е промяна в продуктовото предлагане, ориентирано към млади, устойчиво мислещи туристи.
3. Социално-демографските фактори изискват ангажиране на местните общности и младежи в туризма.
4. Без ясна координация и периодична актуализация на стратегията съществува риск от изоставане спрямо конкурентите.

V. Препоръки и предложения за подобрения (2026-2027)

1. Политики и регулации

- Да се създаде **Областен съвет за устойчив туризъм и дигитален преход**, който да координира изпълнението, ревизиите и мониторинга.
- Да се въведат **„зелени протоколи“** за събития и туристически обекти – транспорт, отпадъци, енергия, местни доставки.
- Да се заложат **механизми за периодичен преглед** на стратегията (на всеки 2 години).

2. Дигитализация

- Включване на мерки за **обучение на МСП по дигитален маркетинг, VR/AR и онлайн резервации**.
- Създаване на **Централизиран дигитален хъб** за данни, туристическа статистика и онлайн представяне на региона.

3. Устойчиво развитие и екология

- Въвеждане на **еко-сертифициране на МСП** (хотели, ресторанти, туроператори).
- Пилотни проекти за **„зелени маршрути“** и **„зелени събития“** в региона.
- Системи за **мониторинг на въздействието върху природата** (туристопоток, отпадъци, биоразнообразие).

4. Социална ангажираност

- Включване на **младежки програми и доброволчество** в туризма.
- Насърчаване на **общностно-базирани туристически инициативи** (напр. културни фестивали, фермерски туризъм).
- Подкрепа за **местни занаяти и храни** като част от туристическата идентичност.

5. Икономическо развитие и МСП

- Създаване на **микро-фондове за стартиращи туристически бизнеси**.
- Интегриране на **местни производители** (мед, сирене, билки, вино) в туристическите пакети.
- Стимули за **удължаване на сезона** чрез комбиниране на културни и природни събития.

VI. Заключение

Областната стратегия 2021–2027 за развитие на туризма в област Враца е добра основа, но се нуждае от **актуализация**, за да отговори на новите предизвикателства.

Ключови подобрения са:

- *въвеждане на дигитализация и зелени стандарти,*
- *по-силна подкрепа за МСП и общности и т.е.,*
- *институционализирана координация и*
- *по-прецизни индикатори за мониторинг.*

Тези промени ще осигурят по-висока конкурентоспособност на региона, по-голямо икономическо въздействие върху местните общности и устойчиво опазване на природата и културното наследство.