



**ПРОГРАМА „ДОБРОСЪСЕДСТВО” 2005  
БЪЛГАРИЯ – СЪРБИЯ  
УСТОЙЧИВО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ**



**БЮДЖЕТНА ЛИНИЯ: 2005/017-457.01  
РЕФЕРЕНТЕН НОМЕР: BG 2005/017-457.01.016/GRANTS - 05SER03/04/002**



## **МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ**

**ЗА ТРАНСГРАНИЧНО СЪТРУДНИЧЕСТВО**

**МЕЖДУ ОБЩИНИТЕ  
КОВАЧЕВЦИ, ЗЕМЕН И ТРЕКЛЯНО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ  
И БОСИЛЕГРАД В РЕПУБЛИКА СЪРБИЯ (2009 – 2013 Г.)**

**ПРОГРАМА „ДОБРОСЪСЕДСТВО” 2005  
БЪЛГАРИЯ – СЪРБИЯ  
УСТОЙЧИВО ИКОНОМИЧЕСКО РАЗВИТИЕ**

**БЮДЖЕТНА ЛИНИЯ: 2005/017-457.01  
РЕФЕРЕНТЕН НОМЕР: BG 2005/017-457.01.016/GRANTS - 05SER03/04/002**

**МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГИЯ  
ЗА ТРАНСГРАНИЧНО СЪТРУДНИЧЕСТВО  
МЕЖДУ ОБЩИНИТЕ  
КОВАЧЕВЦИ, ЗЕМЕН И ТРЕКЛЯНО В РЕПУБЛИКА БЪЛГАРИЯ  
И БОСИЛЕГРАД В РЕПУБЛИКА СЪРБИЯ (2009 – 2013)**

**ОКТОМВРИ 2008**

**ИТ КОНСУЛТС ООД**

**Настоящият документ е изготвен с финансовата подкрепа на ЕС и Република България. Текстът не отразява официалната позиция на Европейската комисия.**

## Съдържание

Резюме .....	4
Въведение.....	7
<b>1. Необходимост от стратегия на трансграничен район „Крайще” .....</b>	<b>11</b>
<b>2. Ситуационен анализ .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3. Визия.....</b>	<b>24</b>
<b>4. Цели .....</b>	<b>25</b>
1. <i>Привличане на инвестиции</i> .....	255
1.1 Привличане на инвеститори за сферата на селското стопанство .....	25
1.2 Привличане на инвестиции в сферата на туризма .....	28
2. <i>Развитие на човешкия капитал</i> .....	42
<b>5. Елементе на Маркетинговата стратегия .....</b>	<b>44</b>
5.1. „Междубщинско” равнище на планиране .....	44
5.2. Ефективно използване на ресурсите на оперативните програми европейските фондове и на националните оперативни програми .....	46
<b>6. План за действие 2009 – 2011 г. ....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>7. Заключение.....</b>	<b>49</b>

## Резюме

---

Маркетинговата стратегия е продукт, изработен в рамките на проект „Укрепване на капацитета и партньорството между местните институции, бизнеса и общностите в общините Ковачевци, Земен и Трекляно (България) и Босилеград (Сърбия) за създаване на модел за трансгранично сътрудничество между малките общини” с бенефициент община Ковачевци и партньори общините Земен и Трекляно и Босилеград по Програма „Добросъседство” 2005, България – Сърбия, Устойчиво икономическо развитие.

**Документът** е създаден въз основата на маркетингово изследване, проведено през септември 2008 г. в общините Ковачевци, Земен – България и Босилеград – Сърбия; преглед на материали и документи, на вторичен анализ на вече проведени изследвания и изготвени доклади. Той няма претенцията да дава окончателни отговори на въпросите какво и как да се направи, за да се решават проблемите, а по-скоро предлага възможности за решаване на трайните проблеми в четирите общини.

Бъдещите стъпки за формиране на стратегически решения и преминаване към практическа реализация, изискват обсъждане със заинтересованите страни и консолидирането им около общи мнения и конкретни мерки.

Най-важният подход, който предлага маркетинговата стратегия, е да се работи на междуобщинско ниво на решаване на различните проблеми и за различните възможности в различна конфигурация. Тази концепция дава възможности за преодоляване на общинските ограничения и носи потенциал за продуктивни партньорства, особено при изработване на общи проекти, включително и за трансгранично сътрудничество.

Необходимо е работата да продължи на основата на реалностите в **трансграничен район „Краище”**, който екипът и експертите на проекта определят като трансгранична социално-икономическа зона, в която влизат общините Ковачевци, Земен и Трекляно (България) и Босилеград (Сърбия).

Основната теза за бъдещето на район „Крайще” е за решителна и ефективна подкрепа на *устойчивото развитие*. В тази теза се обединява визията за икономически растеж на базата на общите ресурси, с които разполага районът, опазването на околната среда и социалния просперитет на населението. Тази визия съответства на Европейската стратегия за устойчиво развитие от 2002 г. Нейната основна цел е да идентифицират и приложат дейности, които ще допринесат за повишаване качеството на живот чрез създаването на устойчиви общности, които да са в състояние да управляват и използват ресурсите ефективно и да се стимулира потенциала на икономиката за социални и екологични иновации, като по този начин осигури просперитет, опазване на околната среда и социална кохезия.

Анализът показва, че устойчивото земеделие, устойчивият туризъм и устойчивото горско стопанство са комплексна алтернатива, която може да създаде условия за развитие на социално-икономическия потенциал на района. Развитието на тези сектори на стопанството би могло да задържи и привлече населението в района, както и да създаде предпоставки за възстановяване и доизграждане на техническата и социалната инфраструктура. В дългосрочна перспектива може да се очаква, че реализацията на комплексните и целенасочените мерки ще привлече хора, които ще предпочетат да живеят постоянно в този район, вместо в големите градове.

Главните цели пред групата общини от трансграничния район „Крайще” се представят в две основни групи:

- **Привличане на инвестиции** за туризма и за селското стопанство;
- **Развитие на човешкия капитал**, което означава задържане и привличане на хора в трудоспособна и под трудоспособна възраст, повишаване на техния капацитет за участие в социално-икономическото развитие, както и осигуряване на условия за подобряване на качеството на живота в местните общности.

Предлагат се няколко подхода за постигането на тези цели:

□ **„Подобластно”, междуобщинско ниво на планиране**

Проведените изследвания и анализи показват, че за район „Крайще” е важно да се използва още едно междинно ниво на регионално планиране, различно от плановите райони (NUTS II), областите (NUTS III) и общините (NUTS IV). От жизнено значение да започне и да се развие сътрудничеството и съвместното планиране между 4-те целеви общини, независимо че попадат в различни административни области. Пепоръчително е в планирането да се присъединят и други съседни общини. От българска страна това са общините Трекляно и Невестино от област Кюстендил, Земен, Ковачевци, Брезник и Трън от област Перник. От страната на Република Сърбия това са общините Босилеград, Сурдолица, Трговище и Враня. Необходимо е да се създадат условия за по-динамични и по-активни взаимоотношения между местните власти и общинските администрации, насочени към обединяване на усилията за привличане на инвестиции и подобряване на състоянието на човешките ресурси в района. Усилията на общинските власти трябва да се насочат към:

- **Ефективно използване на ресурсите на европейските фондове и националните оперативни програми,**
- **Засилени контакти за привличане на инвеститори** чрез съответните асоциации на инвеститорите и други национални и браншови камари и сдружения.

## Въведение

---

Маркетинговата стратегия е продукт, създаден в рамките на проект „Укрепване на капацитета и партньорството между местните институции, бизнеса и общностите в общините Ковачевци, Земен и Трекляно (България) и Босилеград (Сърбия) за създаване на модел за трансгранично сътрудничество между малките общини” с бенефициент община Ковачевци и партньори общините Земен и Трекляно и Босилеград по Програма „Добросъседство” 2005, България – Сърбия, Устойчиво икономическо развитие.

При успешно реализация на този модел за трансгранично сътрудничество /ТГС/ ще се подкрепи местното социално-икономическо развитие. Моделът може да бъде използван като добра практика в други трансгранични райони.

Основните проблеми, към които се насочват целите на проекта, са:

- недостатъчния капацитет на общинските администрации за управление на трансграничното сътрудничество и на други проекти, финансирани от европейските фондове;
- ниско ниво на информационен обмен и полезни практики между съседните общини както в България и в Сърбия, така и между общините на двете съседни страни;
- ниска икономическа активност и висока степен на безработица в общините Ковачевци, Трекляно и Босилеград;
- община Ковачевци е известна със своите фолклорни традиции и културно наследство, които си приличат с тези от района на Босилеград, но между двете общини съществуват малко съвместни дейности в тази посока;
- недостатъчно усвояване и използване на наличните ресурси за развитие на устойчив туризъм в района на проекта;

- Недопускане на моносекторно развитие на общините в района, т.е. развитие само на едни сектор на стопанството;
- Обучение на персонала на общинските администрации и на бизнеса в общините за участие в разработване на съвместни проекти, в т.ч. и по грантови схеми на ЕС.

Проектът предвижда установяване на трайно сътрудничество между партньорите от България и Сърбия в социално-икономическата и в културно-историческата област за развитие на туризма и селското стопанство в регонагиона.

Проектът е насочен към основните целеви групи в 4-те общини: местните власти, малките и средните предприятия /МСП/ и неправителствени организации /НПО/ и младежи.

След реализиране на проекта са постигнати следните резултати:

- Създаден ефективен модел за ТГС, който е приложим и в други малки общини по българската граница.
- Изграден е информационен център, който да снабдява с качествена информация местната власт, бизнеса, НПО и младежи, съществуващите и потенциалните инвеститори или заинтересованото население.
- Увеличен е капацитет на местните власти за управление и прилагане на практика на модела за ТГС и за привличане на потенциални инвеститори,
- Персоналът на общинските администрации е обучен в управление цикъла на проекти и внедряване на европейските политики за регионално развитие.
- Повишен капацитетът на публичните институции в граничния район Ковачевци – Босилеград за изработване реалистична стратегия за развитие.
- Създадена е мрежа от институции в подкрепа на ТГС: придобиване на знания и опит за ефективно партньорство, инициране на идеи и на проектни предложения, създаване и управление на проекти от общинските администрации и социално-икономическите партньори.



➤ Разработени са инвестиционни профили на Ковачевци, Земен, Трекляно и Босилеград, които представят общо четирите общини и всяка една от тях поотделно.

➤ Създадена е Програма за развитие на трансграничен туризъм в района, която следва да се развива съвместно с развитието на селското стопанство.

➤ Изработени са пакет рекламни материали и уеб-портал «Добросъседство», като и информационна база данни.

Маркетинговата стратегия е създадена въз основата на маркетингово изследване, проведено през септември 2008 г. в общините Ковачевци, Земен – България и Босилеград – Сърбия и след задълбочен анализ на състоянието на икономиката и демографията на района. Направен е подробен преглед на силните и слабите страни, възможностите и заплахите за общините по границата на България и Сърбия. Маркетинговата стратегия е създадена в отговор на необходимостта да се преосмислят възможностите за значителна промяна в социално-икономическото развитие на района на четирите общини от двете страни на българо-сръбската граница. Независимо, че сега между общините от двете страни на границата възможностите за директни контакти в известна степен се усложниха, /въвеждане на визи поради това, че България е външна граница на Европейския съюз/, реалностите остават. Това са еднаквите географски и природни условия, ограничените местни ресурси, близки културни традиции, сходни обективни характеристики за социално-икономическо развитие. Погледът към традициите и опита на общините от по-близкото и по-далечното минало, анализът на реалните ресурси и точното дефиниране на проблемите предполага взимането и на съответните възможни решения. Съвкупността от тези изходни условия на района формират рамката на настоящата маркетингова стратегия.

Маркетинговата стратегия е разработена в кратки срокове и при ограничени информационни и човешки местни ресурси. Поради ограничеността на ресурсите на проекта /главно времеви и финансови/, беше избран методът на генериране на

експертни мнения и тяхната обработка с цел установяване на закономерности и променливи, върху които може да се въздейства. Тази съвкупност от условия и фактори на средата, квалификацията на персонала позволи да се създаде концепция, която отговаря на определената по горе разработена стратегическата рамка.

Предлаганата маркетингова стратегия дава направления на бъдещето развитие на общините по границата между България Сърбия. Едновременно с това предлага какво и как да се прави, за да се решават натрупаните проблеми във всяка една община. С конкретните изследване и анализи се детайлизира конкретната ситуация, което позволява да се предлагат решения.

В известна степен Маркетинговата стратегия отразява мнението на заинтересованите страни в района, тъй като то се базира на качествено маркетингово изследване на над 40 директни интервюта с местни хора, представители на местните власти, предприемачи, неправителствени организации, училища, представители на регионалните и местните звена на държавните институции и др., както и на анализа от тези интервюта. Маркетингово изследване и Маркетинговата стратегия са замислени като свързани дейности в проекта за ТГС между четирите целеви общини.

Бъдещите стъпки за формиране на стратегически решения и преминаване към практическа реализация изискват обсъждане със заинтересованите страни и консолидирането им около общи мнения за разработване на проекти и взимане на конкретни мерки. Анализът подсказва недвусмислено, че е необходимо е да се работи на междуобщинско ниво. Това позволява по различните проблеми да се използват по-големите възможности на територията, човешкия потенциал и на останалите ресурси в района – в различна конфигурация. Включването на повече общини в позволява да се постигнат повече резултати на основата на реалностите, такива, каквито са, както и на създаденото партньорство между екипа на проекти, експертите му и партньорите от общините в трансграничния район „Крайще”.

## 1. Необходимост от стратегия за трансграничен район „Краище”

---

Общините, включени в проект на ТГС , са част от широката географска област „Краище”, която има своя идентичност. Тя обхваща по-голяма площ от териториите на общините, включени в настоящия проект.

Общините Ковачевци, Земен и Трекляно от България и Босилеград от Сърбия са в ядрото на район „Краище”. Маркетинговото изследване и анализът към него характеризират спецификата на трансграничния район по отношение на социално-икономическото му развитие и културно-исторически традиции. Тази концепция дава възможности за преодоляване на междуобщинските ограничения и носи потенциал за продуктивни партньорства, особено при изработване на общи проекти, включително и за трансгранично сътрудничество.

Основният проблем в район „Краище”, който бе дефиниран в анализа на маркетинговото изследване, е ***дефицит на инвеститорски интерес и активност във всички стопански сектори и социални сфери.***

В маркетингова стратегия за устойчиво развитие се предлагат варианти за решаване на основните проблеми на район „Краище”. Тя има стратегически концептуален характер, за да може да се обсъжда, допълва и изменя през следващите месеци, за да може в най-голяма степен да отговори на използването на ресурсите и постигането на целите на управление на властите. Ето защо стесняването на обхвата само в рамките на поотделно на четирите общини би ограничило възможностите за маневриране и управление на ресурсите. Към район „Краище” е целесъобразно да се впишат и общините Брезник и Трън от България, както и Сурдолица, Тръговище и Враня от Сърбия. Те също трябва да бъдат привлечени за участие в дискусии по стратегията и в предстоящия диалог, защото се създават по-широки възможности за взимане на решения за промяна.

Каква е ползата от Маркетинговата стратегия? Скептичното отношение към подобен род „документи за отчет”, от които няма „практическа полза”, е познато.

Но най-малкото стратегията позволява да се избистрят идеи, да се определят възможните ресурси, да се търсят алтернативни пътища за постигане на целите, да се активизира населението и др. Идеите и вижданията, до които се стига в резултат на извършените анализи, на анкетите, на обсъжданията на алтернативите трябва да бъдат оползотворени и има потенциал и шанс, ако бъдат обсъдени смислено и разработени с активното участие на заинтересованите страни. Така наистина да се постигне промяна в икономическото и социалното положение на общините по границата България – Сърбия. Ето защо, изработването и предлагането на заинтересованите страни на Маркетингова стратегия е първият етап от пътя на промяната на живота на населението по границата. Така, че този документ е крайно необходим, за да може обществеността, пряко ангажираните в управлението и най-вече потенциалните инвеститори да се запознаят както с проблемите, така и с възможните пътища за тяхното решаване. Маркетинговата стратегия е само началото на **стратегическото взаимодействие, на стратегическо партньорство между общините от трансграничен район „Крайще”**, основаващо се на реалностите и на икономическите и социалните интереси на хората и институциите в района.

**„Маркетингова стратегия за ТГС между четирите целеви общини за периода от 2008 – 2013”** е изходната база за дискусии, изпробване на предложената концепция и мотивиране на целевите групи и бенефициенти. Оттук започва процесът на стратегическо планиране, институционално и друг тип взаимодействие и постигане на разбирането какво заедно да правят общините от този район и как заедно да излязат „на пазара” на инвестициите и „на пазара” на човешкия капитал.

## 2. Ситуационен анализ

---

В рамките на плановете за развитие на отделните общини и на докладите от проекта са съставени няколко подробни анализа за състоянието на икономиката и демографията. В Маркетинговата стратегия се използват повечето изводи и предложения от тези анализи. Така маркетинговата стратегия придоби практичен вид, защото се основава на факти за съвременното състояние на общините и подсказва пътища за по-бързото излизане от тази ситуация. Анализите имат значително отношение към използване на възможностите за развитие на икономиката и сътрудничеството в район „Краище”.

**Общините Ковачевци, Земен и Трекляно от България и Босилеград от Сърбия** са малки по площ и население. Преходът от централизирана планова икономика към пазарно стопанство, политическите промени и започналата децентрализацията на властта в двете съседни страни са значимо предизвикателство, с което малките общини се справят по-бавно и с по-големи затруднения в сравнение с по-големите. Периодът на преход отнема повече време, донася значими промени в цялостния социално-икономически облик на населените места от района.

Няколко са съществените констатации от анализите за тенденциите в крайграничните общини през последните преходни години. Те очертават посоките на развитие, които е необходимо да се отчитат при планирането и в процеса на обсъждане и взимане на решения.

- **Пирамидата на населението е обърната.** Най-малък брой население има в под трудоспособна възраст – 14,5 %, следва населението в над трудоспособна възраст – 29,3 % и най-голям брой е населението в трудоспособна възраст – 56,3%. Тази структура се дължи на включването на населението на Босилеград в общия сбор. При община Босилеград се наблюдава нормална

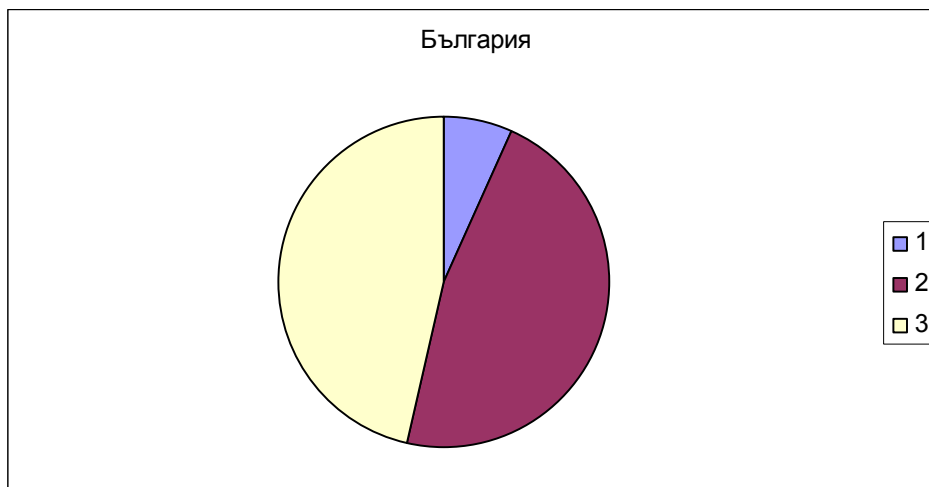
пирамида на населението, където населението в под трудоспособна възраст е по-голям брой от населението в над трудоспособна възраст.

- За трите общини в България **структурата на населението е твърде неблагоприятна**. Едва 6,6% от населението е в под трудоспособна възраст, докато населението в трудоспособна и над трудоспособна възраст са с еднакъв брой. Най-неблагоприятна е демографската ситуация в община Трекляно, където в под трудоспособна възраст е едва 4,1 % от населението, а това в над трудоспособна възраст е 56 %. Така съотношението работещи – неработещи е 40 : 60%. Това съотношение става още по-голямо като се вземе под внимание безработицата, която е особено висока в община Трекляно. Структурата на населението в общините е дадена в табл. 1, а на фиг. 2 е дадена структурата на населението само за трите български общини.

Таблица 1

Структура на населението по възраст към 31.12.2007 г

Единици	Трудоспособно население			Общо
	Под	В	Над	
Земен	7,7	47,0	45,3	100
Ковачевци	6,1	49,7	44,2	100
Трекляно	4,0	40,0	56,0	100
България	6,6	46,9	46,5	100
Босилеград	20,4	63,2	16,4	100
Всичко	14,5	56,3	29,2	100



Фиг. 2

- Структурата на населението в общините покрай границата **подказва необходимостта да се предприемат сериозни мерки за задържането му и за създаване на условия за заселване на население от други райони на страната.** Това е въпрос на дългосрочна стратегия за развитие на общините по границите на страната.
- Друг индикатор за привлекателността на общините е **механичният прирѳст на населението.** През 2007 г. в община Земен са заселени 330 души, в община Трекляно 78, докато в община Ковачевци не се е заселил нито едни човек. Следва да се отбележи, че в цитираните общини са заселват само пенсионери, т. е. население в над трудоспособна възраст, което не може да се реализиран на трудовия пазар и работи на собствените си земи са самозадоволяване.
- За период от 3 години **заетостта на населението в трите общини на България е намалена с 10,5 %.** Най-голямо намаление се наблюдава за община Земен – 18,4 %. Тези темпове са по-високи от общото намаление на броя на населението в общините и дава основание за извода, че редица дейности и производства се изнасят от цитираните общини, което води до

намаляване на заетостта. От друга страна не е ясно колко от заетите са в реалната икономика. Има се усещането, че заетите са основно в образованието, здравеопазването и общинските служби. Именно това налага по-задълбочени проучвания на заетостта в общините по границата. В табл. 3 е дадено отношението на средносписъчният брой на заетите към броя на населението в трудоспособна възраст в трите общини.

Таблица 3

Отношение брой заети към брой на трудоспособното население, %

Общини	2004	2006	Ръст, %
Земен	34	26,1	76,8
Ковачевци	28,9	19,7	68,2
Трекляно	35,2	34,9	99,1
Всичко	32,7	24,8	75,4

Наблюдава се рязко намаление на броя на заетите по общини. Това намаление достига почти 25 % или средно годишният темп на намаление е 7,7 %. Особено високо е намален броя на заетите в община Ковачевци – с 31,8 %. Потвърждава се извода за по-бързото намаление на работните места в сравнение с намалението на броя населението. Именно това дава индикация за ускоряване на механичното изселване на населението от крайграничните общини, тенденция която е изключително обезпокоителна.

- **Средната гъстота на населението в общините намалява с високи темпове, табл. 4.**



Таблица 4

Гъстота на населението в общините, бр./кв. км

Единици	2004	2006	%
Област Перник	59,4	58,4	98,3
Земен	15	14,5	96,7
Ковачевци	15,8	14,5	91,8
Област Кюстендил	50,6	49,3	97,4
Трекляно	4,8	4,3	89,6
Босилеград		13,6	

Средната гъстота на населението намалява с високи темпове / с 10,4 % за 3 години за община Трекляно/. Тя се характеризира и с най-ниска гъстота на населението – едва 4,3 души/ кв. км или 11,5 пъти по-ниска гъстота от област Кюстендил и повече 15 по-ниска от средната гъстота в България. Гъстотата на населението в Земен и Ковачевци се доближават до тази в Босилеград, като са с около 3,5 пъти по-ниска гъстота от тази на област Кюстендил.

- **Анализът на използването на селскостопанските земи** в четирите общини дава твърде неблагоприятна картина. Нивите заемат 22,7 % от селскостопанските земи. Ливадите, пасищата и мерите без община Земен са 449 775 дка или 61,2 %. Трайните насаждения и зеленчуковите градини са 68 015 дка или 10,1 %.
- **Средната площ, падаща се на един жител, е 38,5 дка**, а на един трудоспособен съответно – 68,5 дка. Това са значителни величини, но са само статистика. Основната част от населението работи или в личното си стопанство или в съседните големи градове. Очакванията за възстановяване на селското стопанство и по-специално на животновъдството без помощ от страна на държавата и общините е практически невъзможно. Нито една от

четирите общини няма човешкия потенциал за възстановяване на земеделието. Населението в общините няма нито образование, нито подготовка, нито финансови или други ресурси за да могат да участвуват в разработването на проекти за използване на средствата чрез структурните и кохезионния фонд на ЕС.

- Произведената селскостопанска продукция не е достатъчна дори за самозадоволяване. Средната на един жител в трите общини на България се произвеждат по 104 кг селскостопанска продукция на един жител. В средносрочна перспектива се предполага, че задоволяването с храни ще стане само с внос на същите от други райони на страната или от чужбина.
- **Наблюдава се общо намаление на броя на животните в четирите общини,** като изключение прави броят на овцете. Площта на пасищата, мерите и ливадите в община Земен е 30901 дка и броят на пасищните животни е 3170. Тогава на едно животно се падат средно по 10 дка през 2007 г. Аналогична е картината и за останалите общини в България. Увеличението на броя на животните е свързано с решаване на редица проблеми, свързани с изпълнението на нормативни, финансови, технически и особено човешки ресурси. Без участието на населението и най-вече привличане на фермери за отглеждане на животни в тези полупланински и крайгранични общини не е възможно възстановяването на животновъдството.
- **Използването на селскостопанските земи е незначително и изключително за лично ползуване.** Очакваната рента е ниска или не се изплаща. Повечето от земите пустеят вече над 10 години и се наблюдава превръщането им в пасища и гори.
- **Ливадите, пасищата и мерите** са предпоставка за развитие на животновъдството. В миналото то е било основен поминък на всички общини в района. През последните години този отрасъл е твърде слабо представен и е на път да обслужва единствено личното стопанство при това със затихващи функции, поради постепенното намаление на броя на животните.

- **Трайните насаждения** заемат малки площи. Повечето от овощните градини са изоставени. Зеленчуковите градини се използват изключително за лични нужди.
- **Земите в тези общини са с по-нисък бонитет**, изискват повече торове, разположени са на наклони, няма възможност за напояване, средната надморска височина е голяма, изискват се специална селскостопанска техника и др. Целият този комплекс от фактори намалява ефективността на земеползуването и производителите от четирите общини не са конкурентни на селскостопанските производители от равнинните райони с интензивно земеделие.
- **Едновременно с това следва да се отбележи голямата разпокъсаност и отказ на собствениците на земи от арендата на земя.** Поради ниската цена на арендата или пълното ѝ отсъствие собствениците не желаят да обработват и да предоставят земите си за обработване.
- Нито една от четирите общини няма човешкия потенциал за възстановяване на селското стопанство. Възрастното население няма сили да обработва частната си земя, липсват едри арендатори.
- Всичко това **на фона на недостига от селскостопански земи в Европа и света показва твърде ниското равнище на управление на използването на земите** в четирите общини.

Направеният анализ на демографията и на използване на земите и на продукцията от тях дава основание да се твърди, че селско стопанство не е в състояние да предложи на *туристическия сектор* собствена продукция. Това налага необходимостта за комплексното развитие на територията на четирите общини, като се разработи модел на съчетание на туризма с развитие на селското стопанство, допълнени от занаятите, които използват местни ресурси. Само в такава единство на секторите е възможно *развитието на района като туристически привлекателен район.*

Може да се разглежда и *само туристическият сектор*. Тогава всички продукти за обслужване на туристите ще бъдат доставени като внос от други териториални единици в страната или от други страни. Малките количества и високите разходи за транспорт обезсмислят такива доставки и напълно елиминират възможностите туризмът да се превърне в двигател за възстановяване и развитие на четирите общини.

На територията на четирите общини има минимален брой места за настаняване. Изключение правят няколко малки хотела край язовир „Пчелина” в община Ковачевци. Също така има минимален брой места за хранене.

В общините има няколко остарели бази за детски отдих и на различни ведомства, но те не са обновявани през последните деветнадесет години.

Няма реално предлагане на нито една туристическа атракция, пак с изключение на язовир „Пчелина”, като място за риболов и сравнително развития ловен туризъм, но без излизане на национален или международен пазари.

Липсват местни или регионални оператори на туристически продукти, защото реално такива продукти няма. До сега не е направена нито една реална инвестиция в създаване на човешки потенциал за сферата на туризма.

Като цяло, може да се каже, че на фона на обективно съществуващ потенциал: природен и културен, както и пазарен, ще е необходимо да се подходи комплексно и в един динамичен процес да се работи едновременно за формирането на цялостната туристическа дестинация. Този проблем е разработен разгърнато в Програма за трансграничен туризъм в рамките на настоящия проект.

В сферата на туризма е добре да се върви по линията на оформяне на една обща дестинация на базата на анализ на туристическите пазари – двата национални пазара и най-близките европейски пазари. На тази основа може да се оформи визия за развитие на дестинацията. Такава визия и план за действия има от 2004 г. и сега тя може да се актуализира – [www.ecotourism.bulgariatravel.org](http://www.ecotourism.bulgariatravel.org). На базата на тази

визия да се предизвика инвеститорския интерес, както и да се изготви портфолио от конкретни малки проекти, които да се дадат в ръцете на местни предприемачи, НПО, музеи, училища, читалища, просто инициативни хора.

В предлаганата **Програма за трансграничен туризъм** тези моменти са детайлно и аргументирано разработени.

- В общините от района на проекта има *минимален брой регистрирани дружества*. Те са главно в сектор търговия, като само в Земен има промишлени и строителни фирми.

Това означава, че вътрешният инвестиционен потенциал за района е крайно ограничен и не може да се разчита само на него за развитието на нито един от секторите. Едновременно с това, обаче, става ясно, че има смисъл да се потърсят потенциални инвеститори сред собствениците на имоти в района, които в момента са насочили инвестиционните си интереси в други райони на страната.

- *Ролята на местните власти за трансграничното сътрудничество* и за социално-икономическото развитие на общините е от първостепенно значение. Този извод не е откритие, важната констатация тук е, че този факт се разбира и отчита от институциите и личностите, които имат роля за това развитие.

Необходимо е *да се изгражда капацитет на местните власти* за работа в мрежи, за сътрудничество и партньорство на регионално, национално и трансгранично ниво. Необходимо е разработване на по-гъвкави програми и прилагане на иновативни подходи за изграждане на капацитет – подобряване на комуникацията в екипите на общинската администрация с цел ефективно разпределяне на ролите и задълженията, осигуряване на по-дългосрочно присъствие на консултантски екипи в общините, които да осъществяват „обучение на работното място” на администрацията, проекти, насочени към формиране на партньорства с организации и институции вътре в общините, така че някои от функциите да се делегират на партньорите и т. н. За много общини този път е

извървян още в деветдесетте години на миналия век, но сега очевидно „упражнението” трябва да се повтори за общините в трансграничния район „Краище”.

В резултат на това „упражнение” би трябвало да се постигне поне по-добра *комуникация между общините от българската страна на границата.*

- Констатира се *недостигът на обмен на информация и общуване* между главните действащи лица в общините от българска страна и съответно с потенциалните им партньори от другата страна на границата.

Когато се планират дейности за информиране и за работа със заинтересованите страни е по-резонно да се мисли не за общини или населени места, а за *общности*. Тогава акцентът и концепцията на информационните стратегии добива друг дизайн. Едновременно с това се променя и териториалния обхват на маркетинговата стратегия. Колкото е по-голяма територията и нейните ресурси, толкова по-големи възможности има за получаване на синергичен ефект. Следва да се отбележи и ефекта на икономията от мащаба, който все още не се разглежда при планирането и управлението на общините и техните ресурси.

- Има интерес към *трансгранично сътрудничество и в сферата на предприемачеството*. Но основната причина то да не бъде реализирано до сега е липсата на информация и на контакти.

Трудностите се заключават и в това, че общините от съседните страни по границата на България имат еднакви затруднения като нашите. Еднаквите ресурси предполагат и еднаквост в развитието на икономиката, но при обединението на повече общини е възможно да се премине към развитие на нов тип бизнес климат и възможности за стимулиране на предприемачеството.

- Идентифицира се *недостигът на реален поток на информация или опити за партньорство с „външния свят”* на потенциални инвеститори и партньори като инициатива от страна на местните власти или други местни

организации и институции. В нито една от общините не е правен опит за целенасочено привличане на интереса на инвеститори. Малкото инициативи са базирани на лични контакти или на „проучвания и опипване на почвата” от външни предприемачи. За сега липсва общ подробен анализ на инвестиционния потенциал на района, който да бъде представен през каналите на бизнеса в България и в Европа.

Конкретните възможности и потенциала за **трансгранично сътрудничество** са обект на специално внимание.

В сферата на търговията и индустриите възможностите са открити, необходими са стъпките, които са набелязани в препоръките по-горе. Като най-полезни се признават дейностите за усъвършенстване на инфраструктурата: подобряване на транспортните връзки, ускоряване на проверките на гранични пунктове, развитие на съобщителните и информационните канали, развитие на новите информационни технологии в общините с цел увеличаване на актуалността на информацията и нейната достъпност до потенциалните инвеститори.

### 3. Визия

---

Основната теза за бъдещето на район „Крайще” е осигуряване на *устойчиво развитие*. Това обединява визията за икономически растеж на базата на общите ресурси, с които разполага районът, опазването на околната среда и социалния просперитет на населението. Тази визия е в хармония и съответства на Европейската стратегия за устойчиво развитие от 2002 г. Основната цел на тази стратегия е да идентифицира и приложи дейности, които ще допринесат за повишаване на качеството на живот чрез създаването на устойчиви общности, които да са в състояние да управляват и използват ресурсите ефективно и стимулира потенциала на икономиката за социални и екологични иновации, като по този начин осигури просперитет, опазване на околната среда и социална кохезия.

Тази визия се базира на спецификата на „Крайще” по отношение на природни ресурси, културно-историческото наследство, възможности за транспортни връзки, икономически потенциал и други фактори. Устойчивото развитие е постижимо като комбинация от устойчив туризъм, устойчиво селско стопанство и устойчиво горско стопанство. Те са комплексна алтернатива, която може да допринесе за развитие на социално-икономическия потенциал на района. Развитието на тези сектори на стопанството ще задържи и привлече населението в района, ще създаде предпоставки за възстановяване и доизграждане на техническата и социалната инфраструктура.



## 4. Цели

---

Необходимо е постигането две основни групи цели за район „Крайще”, за да се изпълни визията за устойчиво развитие на района – 1) Привличане на инвестиции и 2) Развитие на човешкия капитал.

### 1. Привличане на инвестиции

Привличането на инвестиции е една от двете главни цели за следващите десет години за постигане на устойчиво развитие. Важно е да се има предвид, че привличането на инвестиции изисква специални усилия, планирани и целенасочени към секторите, за които има общо разбиране, че могат да се развият в района. Тези сектори са идентифицирани в оперативните планове за развитие на общините от района – устойчиво селско стопанство, устойчив туризъм и горско стопанство. Индустрията е представена е незначителна и е главно с представители в леката промишленост и строителството.

#### 1.1 Привличане на инвеститори за сферата на селското стопанство

Анализите показват, че делът на необработените земи в района е много висок – 60-75% от общата обработваема земя. Причините са свързани с липсата на население, желание на населението за обработка на земята инвестиции и с нежеланието на собствениците да ги предоставят на трети лица за обработване.

Така се дефинира необходимостта от определяне на целевите от групи население и потенциални и съществуващи инвеститори за провеждане на кампания за привличане на тяхното внимание към проблемите на земеползуването. Явно е, че най-голямата група са собствениците на земи, от които в най-голяма степен зависи възстановяването на обработването на земята в района. За тяхното активизиране са необходими не само административни, но и икономически стимули. Това налага планиране и реализиране на целенасочена дългосрочна кампания със собствениците

на необработваните обработваеми земи за привличането им като партньори и участници в инвестиционния процес. Възможни са няколко подхода.

Първият е възстановяване на селското стопанство на базата на личните стопанства. Този подход е твърде труден и почти невъзможен поради факта, че населението е в над трудоспособна възраст и едва ли ще започне да обработва земя. Освен това са необходими инвестиции за машини, торове, посадъчен материали, за оборотен капитал и т.н. При настъпващата финансова криза и при нежелание на банките да дават кредит срещу ипотека на земеделски земи този подход е обречен на неуспех.

Вторият подход е формирането на кооперация от собствениците на земи. Резултатите от дейността на съществуващите кооперации не са добри и най-вероятно ще бъде твърде трудно собствениците на земи да създадат нова или да се присъединят към съществуващите земеделски кооперации. Пак остава открит въпроса за инвестиции за машини, торове и др.

Третият подход е свързан с намиране на потенциален инвеститор, които да наеме земята и да започне нейната обработка. За възстановяването на селското стопанство в района е необходимо инвеститорите да се освободят от данъци и да получават определени помощи поне в началните няколко години, за да могат да изплащат незначителна рента на собствениците и да могат да инвестират в трайни насаждения, за които земите и условията са най-подходящи. Едновременно с това е целесъобразно да се развие хранително-вкусова промишленост, хладилници и сушилни, както и складове за първична преработка и съхранение на селскостопанската продукция.

Като най-перспективен се очертава третият подход, но той изисква значителен период от време и много голяма подготовка на общините заедно с потенциалните инвеститори по формиране на положително отношение към използването на земята в района.

След започване използването на земята ще се формират отпадъци и фуражни храни за отглеждане на животни. Тук са възможни два сценария за развитие на животновъдството.

Първият се основава на отглеждането на животни в малки семейни ферми, които произвеждат селскостопанска продукция през зимата и използват пасищата си за лятно отглеждане. При разпокъсаната земя и ограничени пасища този сценарий е малко вероятен, още повече, че изисква значителни инвестиции за обори, доене, събиране на млякото и др.

Вторият сценарий е също свързан с привличане на потенциални инвеститори. Най-вероятно това ще бъдат същите инвеститори, които ще арендоват земята. Хипотезата за такова допускане, че на базата на сеитбооборота ще се формират излишъци от храни и ще се отглеждат фуражни култури за повишаване на плодородието на земята: люцерна, бобови култури и др. Така ще се формира хранителна верига за отглеждане на животни с комбинирано използване на горските и общинските пасища за лятна паша на животните.

Растениевъдството и животновъдството могат да се възстановят с преимуществено развитие на първото. Едва след натрупване на определена ресурси може да се пристъпи към отглеждане на животни в големи животновъдни ферми с разделение на животните за производство на мляко и месо. Първите ще се отглеждат в големи ферми, докато втори на пасищата и ливадите и в крайграничните общини.

С развитието на селското стопанство е възможно и формирането на клъстери за опозотворяване на продукцията. От друга страна развитието на селското стопанство в съчетание с многото свободни къщи в селата е възможно създаване и развитие на селски туризъм, който също ще допринесе за развитието и на туризма като на района като цяло.

Развитието на сектора на селското стопанство в района трябва да има дългосрочен характер. Само кампанията по реклама и привличане на собствениците към арендна система на ползуването на земите им ще изисква не по-малко от 18 – 24 месеца. Добри резултати могат да се очакват след 5-8 години в зависимост от културите, които ще се засяват или засаждат. Така реалните резултати за населението и общината ще се получат едва след 10-12 години.

### **1.2. Привличане на инвестиции в сферата на туризма**

Привличането на инвестиции в сферата на туризма е дългосрочен процес. За момента само в някои от общините на района има реални ресурси за развитие на туризма. Идентифицирани са и са разработени атракции и услуги, места за настаняване и хранене, известни връзки с туристическите пазари. В други общини ситуацията е коренно различна – има само потенциал от природни и културно-исторически дадености, които не са разработени като атракции и услуги, няма местни предприемачи, които реално да инвестират в развитието на туризма, няма действащи места за настаняване и хранене, няма какво да се предложи на пазара и съответно няма връзки с пазарите.

През 2004 г. с участието на местните заинтересовани страни е създаден План за развитие на екотуризма. По същността си това е план за развитие на устойчив туризъм. През тази година е разработена Програма за развитие на туризма за четири общини от район „Краище” в рамките на проекта, в който е и Маркетинговата стратегия.

Основаната продуктова политика на четирите общини е насочена към рекреативния туризъм и капитализиране на съхранената уникална традиция на маскарадните игри и като допълваща специализация на района в алтернативни форми на туризъм и туристически продукти: “еко”, “селски” и “спортен”, “воден”, «ловен», «риболовен» и др. Анализът на силните и слабите страни, възможностите и заплахите за туристическия сектор в общините край границата на България и Сърбия и даден в табл. 5.

Таблица 5

**Силни, слаби страни, възможности и заплахи за туризма**

<b>Силни страни</b>	<b>Възможности</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Съхранени са уникални културни традиции обичай “Сурва” и се провежда традиционен карнавал “Долината на маските”</li> <li><input type="checkbox"/> Съхранени са паметници на културата и историческо наследство</li> <li><input type="checkbox"/> Районът е екологично чист с красиви планински пейзажи и не много високи планини за леки преходи</li> <li><input type="checkbox"/> Реките прозяват високи проломи и са богати на риба.</li> <li><input type="checkbox"/> Планините са богати на дивеч</li> <li><input type="checkbox"/> Запазен селски ландшафт и значителен брой възрожденски къщи в селата на общините</li> <li><input type="checkbox"/> Съществуват обекти на религиозния туризъм.</li> <li><input type="checkbox"/> Съществува частично изградена туристическа база около язовир “Пчелина”</li> <li><input type="checkbox"/> Районът е близо до два големи града – София и Перник.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Развитие на алтернативни форми на туризъм: еко, селски, спортен, ловен, велосипеден, водев, риболовен и др.</li> <li><input type="checkbox"/> Изграждане на екопътеки, които да се съчетават посещението на природни и с исторически забележителности</li> <li><input type="checkbox"/> Има много голям потенциал за развитие на биоземеделие</li> <li><input type="checkbox"/> Създаване на база от къщи за гости в селските райони и комплекси около язовира</li> <li><input type="checkbox"/> Съвместното развитие на селското стопанство и туризма ще позволи силното развитие на селския туризъм и ще осигури база за останалите видове туризъм</li> <li><input type="checkbox"/> Предлагане на допълнителни услуги в сферата на туризма чрез развити ена връзките между общините и предлагане на комбинирани туристически услуги.</li> </ul>
<b>Слаби страни</b>	<b>Заплахи</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Лошо състояние и малък капацитет на техническата инфраструктура</li> <li><input type="checkbox"/> Режим на водата през летния сезон и</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Демографския потенциал намалява с високи темпове</li> <li><input type="checkbox"/> С още по-високи темпове намалява</li> </ul>

<p>недостиг от вода в останалите периоди от годината</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Лошо състояние и незначителен капацитет на туристическата суперструктура</li> <li><input type="checkbox"/> Липса на туристически информационни центрове</li> <li><input type="checkbox"/> Няма подготвен персонал за работа в сектора на туризма</li> <li><input type="checkbox"/> Общините и бизнеса нямат общи виждания за туристическия потенциал на територията</li> <li><input type="checkbox"/> Отсъствие на капитализация на туристическите ресурси</li> <li><input type="checkbox"/> Липса на какъвто и да било туристически маркетинг</li> <li><input type="checkbox"/> Липса на туристическа реклама</li> <li><input type="checkbox"/> Липса на нагласа на населението за приемане на туристи и за предлагане на услуги</li> </ul>	<p>населението в под и в трудоспособна възраст</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Неразвитието на инфраструктурата ще маргинализира района извън търсенето на туристически услуги от населението на София и Перник</li> <li><input type="checkbox"/> Запазването на чистото е свързано с бързото изграждане на ПСПВ и ПСОВ и канализация във всички населени места.</li> <li><input type="checkbox"/> По-нататъшно замърсяване на водите на язовирите и тяхното заблатяване</li> <li><input type="checkbox"/> Замърсяване на р. Струма и нейните притоци</li> <li><input type="checkbox"/> Нереално високи очаквания от туризма и печалбите в краткосрочен план</li> <li><input type="checkbox"/> Конкуренция на района от други туристически центрове в близост до София и Перник /Сапарева баня/ и др.</li> <li><input type="checkbox"/> Отсъствие на инвеститори</li> <li><input type="checkbox"/> Отсъствие на стратегия на държавата за задържане на населението чрез подходящи стимули за развитие на селското стопанство и туризма</li> <li><input type="checkbox"/> Отсъствие и оскъдни средства за реклама</li> <li><input type="checkbox"/> Влияние на финансовата криза върху получаването на кредити и разработване на проекти по програми на ЕС</li> </ul>
---	--

Югозападният район на България е с минимален принос за развитието на туризма в България, ако се изключат зимните спортно-туристически центрове в Боровец, Банско, частично в Семково и Паничите. Има и частично развити ена СПА-туризма в районите с минерални извори: Сандански, Огняново, Сапарева баня, Баня и др. Разглежданите български общини в район «Краище» практически нямат принос за развитието на туризма. Това се определя както от атрактивността на района, предлаганите видове туристически услуги, така и броя на леглата, реализираните нощувки, местата за хранене, паркинги и други инфраструктурни елементи на туристическата индустрия. Не на последно място следва да се отбележи и консервативността на местното население, което към настоящия момент не е проявило интерес и активност към диверсификация на използване на местните ресурси за развитие на туристическия сектор. Дори малкото развитие на туризма в четирите целеви общини не е фиксирано в статистиката на туристическите услуги.

Развитието на туристическия сектор е свързано и изпълнението на редица дейности, инфраструктура, обучени ена персонал и др. Специално внимание трябва да се обърне на организацията на туризма, събирането и разпространяването на туристическа информация, разработването на туристически продукти, техния маркетинг, реклама и промоция на предлаганите туристически продукти на регионално и национално ниво. Едва след тестването на туристическите продукти може да се премине към рекламата и промоцията на туристическите продукти на международните пазари. Това, естествено, може да стане на по-късни етапи на развитието на туристическия сектор.

В оперативните планове на трите български общини по границата на България и Сърбия има предлагани мерки за развитие на туризма. Те в повечето има пожелателен характер, тъй като не са осигурени с проекти, бизнес планове или други документи, които в една или друга степен да разкриват интересите на общините, местното население или инвеститорите в развитието на туристически сектор. Частично това се отнася и за туристическата бизнес инфраструктура:

пътища, водоснабдяване, канализация и пречистване на водите, изграждане на паркинги, хотели, места за хранене, използване на местния сграден фонд за места за настаняване и др.

Следваща стъпка е „превеждането” на тези оперативни планови документи в реални проекти за привличане на инвеститори и работа с местните заинтересовани страни за изпълнение проектите, водещи до реална връзка между туристически услуги и продукти и съответните пазари. Необходимо е да се използват иновативни методи за постигане на тези цели, за да доведат до резултати и да допринесат за мобилизиране на вътрешните ресурси и развитие на местните общности.

Привличането на инвеститори в сферата на туризма може да се постигне на базата на поредица от предварителни действия от страна на местните общности, финансирани от публични фондове, чрез които да се обособи местната туристическа марка, свързана с местните сурвакарски традиции и да се развият някои конкретни атракции. Това със сигурност ще стимулира инвестиционния процес.

Четирите общини имат ограничен потенциал да се превърнат в самостоятелни туристически центрове. Те са сравнително изолирани /донякъде без община Земен/ и в погранични райони, слабо население, /с известно изключение е община Босилеград/, със западна индустрия, дребни полупазарни земеделски стопанства и съхранени културни традиции, природа и селски пейзажи.

Членството на България в Европейския съюз и предстоящото членство на Сърбия, дава възможност за цялостното планиране на територията на общините, които попадат в категорията “селски райони” и създаването регионална туристическа дестинация, която да функционира като туристически клъстер.

На първия етап дестинацията може да се опре на общините Ковачевци, Земен и Трекляно от България и Босилеград от Сърбия, като във времето се включат и други съседни общини от Пернишка и Кюстендилска област, част от Югозападен район на



планиране на България, Пчински и Ябланички окръг от Южна Сърбия, както и района на Крива Паланка, Североизточна Македония.

На пазара дестинацията може да се появи с марката **“Краище – Долината на маските”**, което добре отразява в географски аспект територията на туристическата дестинация и най-уникалното в културно-историческото наследство – обичая “Сурва” и карнавалните маскарadi в Ковачевци и Земен и природното богатство на района.

### **Кратка характеристика на район Краище**

Характерни форми на релефа на района са денудационните заравнености. Най-високо тези форми са разположени в планините Руй и Милевска, на височина от 1100 до 1700 м. н. в. Мозаечният релеф на Краището е допринесъл за оформянето на редица епигенетични проломи по течението на р. Струма: Кракра, Чардашки, Прибойски и Земенски. Значителното разпространение на карбонатни скали в Голо бърдо, Земенска и Конявска планини обуславя широкото развитие на повърхностни и дълбоки карстови форми. Най-често срещаните форми са карите, увалите, валозите и въртопите. Много от въртопите са свързани с карстови пещери. Безпрепятственото пониране на повърхностните води в тези форми дава началото на много карстови извори.

В морфохидрографско отношение Краището представлява сложна мозайка от котловини, планини и долини. От север на юг се разделя на няколко планински и котловинни редици, които се простират в посока североизток - югоизток.

Руйско-Верилската планинска верига включва планините Руй, Стража, Любаш, Черна гора, Голо бърдо и Верила. Милевско-Конявската планинска верига включва планините Милевска, Земенска и Конявска. На територията на Р Сърбия са разположени няколко по-високи планини – части от Милевска, Варденик, Църноок и Дукат.

Изброените природни дадености позволяват да се извършва краткотраен отдих и туризъм с дълги и не особено трудни преходи.

Реките, които формират водите си в Краището, са с дъждовно-снежно подхранване. Обширните райони с карбонатни скали и формираните в тях извори подхранват водите на р. Струма. Малката надморска височина, нарязаността на релефа и не залесените планински склонове допринасят за бързото оттичане на повърхностните води.

Разнообразните природни ресурси са предпоставка за развитие на разнообразна стопанска дейност. С най-голямо значение са почвените ресурси и находищата на горивни полезни изкопаеми. Почвените ресурси в съчетание с разнообразните агро-климатични ресурси са предпоставка за развитие на разнообразни селскостопански видове.

От значение са находищата на желязна руда, олово, цинк, мед, злато волфрамграфит. С най-голямо е стопанското значение на нерудните полезни изкопаеми: варовици, глини, хидротермален кварц, строителни облицовъчни камъни и фосфати.

Растителността в региона също показва мозаечно разпределение. В котловинните дъна естествената растителност е почти унищожена. Покрай реките тя е представена от влаголюбива растителност - елша, върба, топола и др. В сухите места се срещат дъб и полски бряст. В ниския пояс на планинските склонове се срещат представители на дъба, дъбови храсти, келяв габър, храсти от люляк. В по-високия пояс се развива букова растителност. Най-високите части на планините са заети от тревни съобщества.

Фауната е представена от средноевропейски и по-малко от преходно-средиземноморски видове. От бозайниците се срещат дива свиня, сърна, вълк, лисица. Характерен представител е заекът, златката, невестулката. Птичата фауна е представена от кос, полска чучулига, дрозд и др. Влечугите и земноводните са добре представени от змията усойница, меднянка, голяма водна жаба, жаба дървесница и др.

Дестинацията разполага с недостатъчно използвани природни ресурси. Районът на Краище е съхранил уникална природа със запазени природни и селски

ландшафти и чист въздух. Ареалът разполага с богато биологично разнообразие, ендемитни видове и застрашени животни и птичи видове, обширен горски фонд и водно богатство. Не малка част от територията на дестинацията попада в рамките на Натура 2000.

На територията на дестинацията се намира «Земенският пролом» и водопадът «Полска Скакавица», резерват «Ярешник» и платото «Голеш», язовир «Пчелина», «Земенският язовир» и «Лисинското езеро», красиви планини, ловни стопанства и хидроложки ресурси, които благоприятстват развитието на устойчив природно съобразен и алтернативен туризъм.

Територията на землището на Община Трекляно и Земенският пролом попадат в територията на НАТУРА 2000, но липсва достатъчно информация за защитени местности, с изключение на резерват Ярешник.

Районът на Краище е съхранил **уникална фолклорна традиция**, свързана със запазени езически традиции и **обредно маскиране «обичай «Сурва»** при честването на Васильов ден и началото на пролетта. В повечето селища в общините Ковачевци и Земен има фолклорни групи, които са съхранили този уникален обичай. Изготвянето на маски и изпозуването им за маскарадни игри в селата на общините Ковачевци и Земен, която се нарича «Долината на маските», може да се превърне в уникална туристическа атракция. Освен това в района към читалищата има създадени самодейни фолклорни състави, които са носители на народните традиции могат да изпълняват карнавалните сурвмакарски игри при посещението на туристи в района.

В района има запазени традиции в различни видове занаяти. Част от тях са съхранени, изработване на сурвакарски маски и костюми, а други могат да се възстановят като туристическа атракция: шиене и плетене на традиционно облекло, ковачество, тенекеджийство, дърворезба, кожарство, грънчарство и кошничарство. Всички тези занаяти в една или друга степен са свързани с изработването на маските и на извършване на обредите по първа пролет.

Районът на Краище има богато културно-историческо наследство: паметници на културата, исторически местности и археологически обекти, килийни училища, антични и средновековни крепости, селища и гробници.

Интересна туристическа атракция е **“Фермата “Осмия ден”** в с. Белут, община Босилеград, която представлява оригинален комплекс от около 40 етнографски постройки.

През последните години на базата на съхранената уникалната сурвакарска традиция, «обичаят «Сурва», се провеждат зимни кукерски игри и сурвакарски празник в гр. Земен и пролетен фестивал “Долината на маските” в с. Ковачевци. Освен това се провеждат традиционно различни местни и регионални събори, като по специален интерес представлява международния събор “Славчето” на границата между България и Сърбия, между общините Трекляно и Босилеград.

В района традиционно се провеждат пленери на художници от различни балкански държави, литературни четения, концерти, театрални спектакли и др. Организиран се също младежки фестивал на Великденското яйце и фестивал на традиционните ястия в гр. Босилеград.

Районът на Краище е богат на религиозни обекти и прояви. Има над 50 църкви и манастири. Най-голям интерес представлява Земенският манастир с църквата “Св. Йоан Богослов”, паметник на църковната архитектура и култура от национално значение. Построен е през XI в. Уникалните стенописи в църквата са датирани от XI и XIV в. Близо до община Босилеград се намира известният манастир “Прохор Пчински”.

Тук се намират: Пещерския манастир “Св. Николай”, известен още като Мрачки, основан през XIII – XIV век, Одранишкия манастир “Св. Петър и Павел” и още много други.

Интерес представляват средновековната църква “Св. Иван Богослов”, край язовир “Пчелина”, община Ковачевци), *“Св. Петка”* в с. Долна Лисина, построена през 1608 г., *“Св. Троица”* в с. Извор, построена през 1833 – 1834 г.), *Старата*

църква “Свети Никола” в с. Божица, построена преди повече от 1000 години, и трите разположени в община Босилеград, и още много други.

Запазени са традициите да се честват големите християнски празници, да се правят местни събори и курбани.

На територията на дестинацията има възможност да се провеждат регионални конференции, “Team building” и/или семинари, като се използва базата на НДЕЦ, залите в с. Ковачевци и Босилеград.

Дестинацията разполага с добри възможности за организиране на детски и младежки спортни прояви. В с. Ковачевци, гр. Земен и гр. Босилеград има стадиони и спорни зали за практикуване на различен вид спорт: футбол, волейбол, баскетбол и лека атлетика.

### **Суперструктура на туризма**

За разлика от природните и антропогенните туристически ресурси, дестинацията разполага с ограничена туристическа суперструктура, която се нуждае от реновиране, разширяване и подобряване. Сравнително по-добро е положението в общините Ковачевци и Босилеград. В Ковачевци базата е ведомствена на Националния детски екологичен комплекс и почивни станции на различни дружество около язовир “Пчелина”. По същество в българските общини липсват средства за подслон и места за настаняване, за развитие на селски туризъм. Не е по-добро състоянието и със заведенията за хранене и развлечение. В района на язовир “Пчелина”, община Ковачевци, има перспектива за изграждане на вилно селище и разширяване на съществуващите частни мотели или хотелски комплекси. Очаква се със завършване на ремонта на Земенския манастир да се подобри базата за настаняване в района. Малко по-добро е състоянието в Босилеград, където има къщи за гости по селата, но и те не са достатъчни за поемане на по-голям туристически поток. Възможности за развитие има около усвояване на възможностите, които предоставя Лисинското езеро и района на Бясна кобила за изграждане на нов зимен туристически център.

На територията на дестинацията има една туристическа спалня и шест туристически и ловни хижи. В община Босилеград има няколко ловни парка и гатер за обучение на ловни кучета.

Съществуват относително добри условия за практикуване на различни видове спорт. В Босилеград спортния комплекс е обновен, но тези в Ковачевци и Земен се нуждаят от сериозни инвестиции за възстановяване..

На територията на дестинацията има една частна туристическа агенция в Босилеград, но тя няма достатъчен капацитет.. Отново там има една неправителствена туристическа организация. Липсват туристически-информационни центрове. Рекламните туристически материали липсват или са крайно недостатъчни, за да привлекат потенциалните туристи в района. Нито една от общините не участва на регионални туристически борси и не рекламира чрез СМИ и Интернет възможностите за развитие на различни форми на туризъм и туристически продукти.

### **Развитие на горското стопанство**

Територията на четирите общини е наполовина покрита с гори, ливади и пасища. С намалявана на активността в селското стопанство има голяма вероятност част от обработваемата земя също да се превърне в гори. Поради дългосрочния характер на развитието на горите е целесъобразно да се препоръчат следните мерки за опазване, обогатяване и развитие на горския фонд:

Обновяване и актуализиране на лесоустройствените планове на горите в общините. Така ще има възможност да се определят собствениците и да се търсят възможности за привличането им в развитие на горското стопанство.

По линия на Програма „Селски райони” има грантови схеми за подпомагане на собствениците за гори за засаждане на нови гори с ценни дървесни видове, за почистване и възстановяване на горските масиви.

Целесъобразно и почистването и от тръни и храсти на пасищата и ливадите в горския фонд. При наличието на много животни такова почистване не е било необходимо, но при намаляване на броят им това е задължително, за да може пасищата и ливадите да се поддържат в добро състояние.

Необходимо е да се разработят дългосрочни планове за привеждане на подборна сеч на дърва за горене за местното население. В този случай е целесъобразно дървеният материал да се диференцира, за да може част от него да се използва в строителството или за производството на изделия от дърво от занаятчиите в общините.

Опазването на горите е свързано и маркирането на пътища и пътеки за целите на туризма. Маркирането ще улесни туристите и ще създаде условия за контрол на движението на туристите с цел опазване на природата от посегателства при прането на горски плодове и лечебни растения.

Особено внимание следва да се отдели на териториите, които са включени в „Натура 200”, национални паркове и защитени зони. За тях трябва да се предвидят действия, които в още по-голяма степен да защитят природните забележителности за бъдещите поколения.

В момента всички гори на общините се използват за ловни полета. Целесъобразно е да се предвидят дългосрочни мерки по опазване и обогатяване на животните в горите на общините край границата. В този случай основното ударение следва да падне върху публично-частното партньорство.

### **Комплексно устойчиво развитие на общините**

В Маркетинговата стратегия са акцентира на комплексното развитие на района на четирите общини или най-малкото на трите общини в България и потенциално за общините, които са съседни с тях.

Моносекторното развитие, в случая само за устойчив туризъм, може да се окаже не достатъчно добра стратегия, защото нито една община или пък всички общини взети заедно могат да се развиват само въз основа на едни сектор, които изисква специфични ресурси: персонал, инфраструктура и суперструктура, както и развитие на само на определен вид услуги. Подобно моносекторно развитие крие редица опасности, които се изразяват в търсене само на определени категории персонал по пол и възраст и с подходящо образование и подготовка. Възниква въпросът как ще се запази населението при положение, че в туристическия сектор се включат или само мъжете или жените от семейството. Освен това туристическият сектор се нуждае от постоянно обогатяване на персонала с още по-високо образовани и подготвени специалисти, които да предлагат комплексни туристически услуги. Аналогично стои въпроса с изграждането и поддържането на туристическата суперструктура. По време на строителството могат да се привлекат работници от другите райони, но след завършване на строителството са необходими специалисти по поддържането, ремонта и експлоатацията на инженерните съоръжения, техническото състояние и добрата среда за туристите.

Следва да се има предвид и сезонността на туристическите услуги. Периодите на активно търсене на такива услуги се следва от периоди на намалено или на пълно отсъствие на търсене на туристически услуги. Възниква въпросът за заплащане на труда на персонала в туризма в периодите на ниско търсене, още повече, че възнагражденията в този сектор не са особено високи.

Най-накрая е необходимо да се обърне внимание на доставката на храната и другите материали за поддържане на добро равнище на туристическите услуги. Ако няма развито селско стопанство и занаяти е явно, че всички материали, в т.ч. и сувенирите, трябва да се внасят от други общини в страната или от чужбина. Това намалява възможността за използване и маневриране с ресурсите на общините. В същото време предполага по-малка заетост на населението и съответно високи цени на транспортните услуги за превозване на всички материали за туризма.



Комплексното развитие на района при съчетаване на устойчив туризъм с устойчиво селско и горско стопанство ще позволи да се увеличи заетостта, да се създадат работни места за двата пола, които взаимно се допълват в приложението на труда си в отделните сектори на икономиката. От друга страна се гарантира по-рационалното използване на местните ресурси. Така например запазването и развитието на занаятчийската художествена култура може да се предаде от поколение на поколение или чрез специално обучение на местното население като ще използва ресурсите на селското и горското стопанства в общините. Произведените маски от населението са сувенирни продукти за туризма, но използват местните ресурси.

Маркетинговата стратегия на което и да е трансгранично сътрудничество с включена българска община следва задължително да предвижда някаква комбинация от сектори, за да може да се реализира синергичен ефект от използване на ресурсите и за привличане на населението в местните сектори на стопанството. При моносекторното развитие на територията местното население и икономика ще са силно зависимо от конюнктурата на пазара и най-вече от кризи и забавено икономическо развитие.

## **2. Развитие на човешкия капитал**

Втората основна цел на Маркетинговата стратегия е развитието на човешкия капитал на местните общности. Привличането на инвестиции и развитието на човешките ресурси в малките общини са две взаимно свързани и взаимнозависими цели.

Развитието на човешкия капитал означава задържане и привличане на население в трудоспособна и под трудоспособна възраст, повишаване на техния образователни професионален капацитет за активно участие в социално-икономическото развитие на общините. По такъв начин човешкият капитал се превръща в източник на осигуряване на условия за подобряване на качеството на живота в местните общности.

Рязкото намаление на населението в под трудоспособна възраст силно ограничава възможностите за получаване на подходящо образование и квалификация в местните училища. Заради обучението на децата и поради отсъствие на материални условия родителите напускат малките села и общини. Ето защо в центровете на обучение /по-големи градове или областни центрове/ е целесъобразно да се открият паралелки за обучение на учениците в професии, свързани с устойчивото развитие на общините в конкретни сектори на стопанството. За да може да се осъществи връщане на подготвените специалисти обратно в малките общини се налага да се вземат много сериозни мерки от страна на държавата за развитие на икономиката в малките общини и за осигуряване на по-добри условия за учениците в процеса на обучение извън семействата им. .

Администрациите на местните общини и бизнесмени следва да разработят и приложат програми за привличане на учащите на стаж или за работа през лятната ваканция. Тук ролята на държавата е особено важна, защото трябва да се осигурят както следства за възнаграждение, така и за получаване на определени стимули на дружества, които предлагат работни места за стаж и за постоянна работа след завършване на образованието.

Едновременно с това е необходимо спешно разработване на система за стимулиране на населението, което остава или се връща да работи и развива бизнес в крайграничните общини. Следва да се подчертае, че съществуват фондове за поддържане на селските райони финансирани на ЕС.

Посочените тук елементи на Маркетинговата стратегия на крайграничните общини са задължителни, за да може да се гарантира изпълнението на стратегията. . Постигането на целите на Маркетинговата стратегия изисква спазването на определени подходи, тактика и методи на реализиране на целите.

## 5. Елементи на Маркетинговата стратегия

---

Маркетинговата стратегия включва нови подходи, които предлагат възможните пътища за постигане на нейните цели. На първо място е целесъобразно да се обсъдят равнищата на разработване на Маркетингова стратегия на крайграничните общини.

### 1. „Междубщинско” равнище на планиране

Проведените изследвания и анализи показват, че за всеки граничен район е важно да се използва още едно междинно ниво на регионално планиране, различно от плановете райони (NUTS II), областите (NUTS III) и общините (NUTS IV).

За „Краище” е от жизнено значение да започне и да се развие сътрудничеството и съвместното планиране между съседните общини, независимо че попадат в различни административни области и държави. Оказва се, че планирането на равнище община е твърде ограничено от гледна точка на маневриране и използване на ресурсите /най-вече човешките/. Именно това едно от главните основания да се формулира концепцията, че общините Ковачевци, Земен и Трекляно от България и Босилеград от Сърбия е целесъобразно да се разглеждат като една трансгранична социално-икономическа зона, която може да функционира при съвместното управление на използване на ресурсите. Прецизният анализ на територията в района „Краище” подсказва, че в тази зона естествено се вписват и общините Брезник и Трън от България, както и Търговище, Сурдолица, Враня от Сърбия. Така се създават условия управлението на територията и населението да бъде по-гъвкаво, по-прагматично и по-целенасочено, за да се използват по-рационално местните ресурси за социално-икономическо развитие.

Анализът на общинските планове показва, че те разглеждат изключително територията, населението и ресурсите на общината и на тази база изграждат плановете за развитие. Поради тези причини в плановете се изброяват значителен по брой планове задачи, без да се обвързват със съседните общини или да предвиждат търсенето на външни ресурси /финансови и консултантска/ за

постигане на общинските цели. Може да бъде даден пример с общински път между общините Земен и Трекляно, които е в изключително лошо състояние, но разстоянието е около 3 пъти по-късо от пътуването по други пътища. Едната община включва участъка от пътя за рехабилитация, докато другата община не го предвижда в плановете си и по този начин на по-високи равнища на планиране и управление рехабилитацията на пътя отпада, защото няма проект, не са посочени източниците на финансиране, сроковете на изпълнение, видовете процедури и т.н. Аналогични примери могат да се дадат с управлението на водните ресурси, пречиствателните станции и т.н.

Ето защо е много подходящо да се правят системни и целенасочени усилия за взаимодействие и планиране на дейностите на между общинско ниво. Това позволява да се разработят маркетинговите стратегии и плановете, които по-нататък ще се изразят в планиране на взаимосвързани конкретни проекти, решаващи проблемите на съседните общини. Този подход гарантира концентрацията на ресурсите и улеснява тяхното търсене или защитаване пред различни институции, в т.ч. и Оперативните програми и фондове на ЕС. Процесът на между общинско планиране ще се предхожда от обща платформа за единни цели и една стратегия в пределни области. Единодействието в между общинското планиране се постига на поредица срещи между представители на заинтересованите общини и с участието, разбирането и помощта на областните управи.

Стартиралата оперативна програма за трансгранично сътрудничество България-Сърбия през периода 2007-2013 г. дава големи възможности за развитие на район „Крайще”.

Необходимо е да се създадат условия за по-динамични и по-активни взаимоотношения между местните власти и общинските администрации, насочени към обединяване на усилията за привличане на инвестиции и подобряване на състоянието на човешките ресурси в района.

Не е нужно създаване на нова институция или структура, която да обединява общините в района. Достатъчно е да се създаде форум за обсъждане и

идентифициране на общите интереси и за инвестиране в района (например програма „Инвестирай в Краище”). Това ще доведе да по-гъвкави форми на планиране и между общинско сътрудничество в управлението на местните ресурси. За реализиране на конкретни проекти и привличане на инвестиции, групирането на общините ще е различно, в зависимост от конкретните цели за използване на ресурсите.

Подходът се изразява в координирано взаимодействие между местните власти за създаване на по-добри условия за потенциалните инвеститори, както и да се представят адекватно интересите на местните хора в този процес.

## **2. Ефективно използване на ресурсите на оперативните програми европейските фондове и на националните оперативни програми**

За постигане на визията за устойчиво развитие на общините в крайграничните райони е необходимо да се постигне единно разбиране между общинските власти за използване на възможностите на европейските фондове и националните оперативни програми през следващите години. Различните оперативни програми предлагат значителни възможности за развитие на общините. Ето защо един от най-важните дейности, които трябва да се развият в общините е запознаването, обучението, разработването на проекти и търсене на финансови ресурси на конкурсни начала от съответните фондове и оперативни програми. Процесът по обучение е започнал и продължава с разработването на проекти за привличане на финансови ресурси от различни източници. Това е процес, който се разполага в няколко последователни години от момента на разработване на проекта до неговото внедряване и получаване на съответните суми от фондовете и оперативните програми. Във връзка с това е целесъобразно да се състави средносрочен план за дейностите на общината в течение на периода 2009 – 2011 г. Този плана ще бъде тактически план и част от стратегическия план за развитие на общините в райно „Краище”.

## 6. План за действие – 2009 – 2011 г.

---

През трите години на средносрочния план се планират следните дейности:

1. Разработване на план за поредица от работни срещи между общинските администрации, местния бизнес и неправителствените организации в район „Краище” и присъединените общини за идентифициране на общите проблеми и постигане на разбиране за ползите и подходите за съвместни действия при тяхното решаване. Този план следва да детайлизира и изпрълни със съдържание общия стратегически план за действие за развитие на район „Краище” за периода 2009-2013 г.

2. Изготвяне на анализи и рамки за бизнеспланове за потенциални инвестиционни проекти в секторите селско и горско стопанство и туризъм и провеждане на инвестиционен форум за развитие на устойчивото развитие на района.

3. Разработване на план за развитие на селското стопанство, който да се състои от две основни части: презентация и реклама за използване на обработваемата земя за подходящи култури. Описание и категоризация на земите с отделяне на земите, които се напояват. Втората част от плана следва да включва реклама и търсене на потенциални инвеститори в селското стопанство с разработване на мерки за подпомагане на техните инициативи с общински и държавни мерки. Като първи стъпки в развитието на селското стопанство се предвиждат мерки за възстановяването на съществуващите и засаждането на нови овощни и други трайни насаждения. На второ място е отглеждането на култури които не изискват особени агротехнически мероприятия и на трето място частично възстановяване и подкрепа на планинското животновъдство.

4. Проекти за подобряване на състоянието на горското стопанство. Проектите да включват нови горски насаждения, прочистване на площи от храсти и подборна сеч

за нуждите на местното население. Подкана на собствениците на гори да участвуват във възстановяването на горските масиви. Разработване на проекти за привличане на средства за нови гори на мястото на ерозирани участъци или изоставени и издънкови гори.

5. Разработване и изпълнение на проекти в сектора на туризма, които да идентифицират потенциалните атракции и да ги разработят като продаваеми туристически продукти. Тук е особено важно да се обединят възможностите за различни видове туризъм, като се разработи комплексен проект за развитие на устойчив туризъм в съседните общини на район „Крайще”. Така се създават едновременно предпоставки за проектиране и внедряване на нови и модифицирани продукт и се подготвят необходимите човешки ресурси. Планове за развитие на туризма изискват координация и взаимодействие между различните участници: общинско управление, бизнеса, инвеститорите, подготовката на специалисти, мотивиране на местното население и др. По такъв начин се оформя разбирането за развитието и управлението на туристическата дестинация „Долината на маските”. Като първи стъпки в тактически план 2009 - 2011 г. за развитие на нов туристически продукт в район „Крайще” се предлага туристическа дестинация „Крайще – Долината на маските”. Карнавалите за представяне на маскарадните ритуали могат да се разглеждат като катализиращи продукти към дестинацията. По-долу е представена маркетинговата стратегия на общините в район „Крайще”. Тази маркетингова стратегия е разработена, така, че да може да бъдат използвана от потенциалните бенефициенти – общини по границата на България.



## 7. Заключение

---

Маркетингова стратегия за устойчиво развитие на крайграничен район „Крайще” е разработена от експерти на ИТ „Консултс” и на проекта. Нейното развитие и практическо приложение от местните власти и органи за самоуправление може да се превърне в основен инструмент за решаване на трайните проблеми на района.

Целесъобразно е да се препоръча използването на експертни при по-нататъшно разработването на отделни части на Маркетинговата стратегия, за да може тя да бъде достатъчно пълна и да отговаря на изискванията на общините при търсене на потенциални инвеститори и на население, което има интереси от развитие на бизнеса и живота в крайграничните общини в район „Крайще”.

Постигнатите резултати от проекта и по-специално в Маркетинговата стратегия са описани и синтезирани в модела за трансгранично сътрудничество, за да могат да бъдат използвани като добра практика от потенциалните бенефициенти – общини по границата на България.